Klanttevredenheidsonderzoek

het Klantenbedrijf BV

07-11-2017

KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK
Dit instituutsrapport belicht de activiteiten van het Klantenbedrijf BV vanuit verschillende invalshoeken:
vanuit de klant (Klanttevredenheidsonderzoek)
vanuit Cedeo (Bezoekverslag en Conclusie van de onderzoeker)

INHOUDSOPGAVE

CEDEO-ERKENNING 1

1. ACHTERGROND 1
2. CRITERIA 1
3. METHODE 1
4. PROCEDURE 2

KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK 3

KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK CEDEO MAATWERK OPLEIDINGEN 3

BEZOEKVERSLAG 7

CONCLUSIE VAN DE STICHTING CEDEO BEDRIJFSOPLEIDINGEN 9

Cedeo-erkenning

1. Achtergrond

Er zijn in Nederland naar schatting ruim 8.500 commerciële opleidingsinstituten die een veelvoud aan maatwerk- en open opleidingen aanbieden. Voor veel opleidingsfunctionarissen vormt dit enorme aanbod een onoverzichtelijk en, in kwalitatieve zin, ondoorgrondelijk geheel. Daarnaast zijn er enkele duizenden organisaties die zich richten op het brede terrein van organisatieadvies, juridisch advies en intensieve begeleiding door middel van coaching.
Om zicht te bieden op instituten die aantoonbaar naar tevredenheid van bedrijven en organisaties cursussen, trainingen, opleidingen, organisatieadvies of coaching hebben verzorgd, voert Cedeo te Rotterdam klanttevredenheidsonderzoeken uit onder inkopers van deze diensten.
Op dit moment zijn op deze wijze zo'n 800 instituten op basis van marktwaardering geselecteerd en in het Cedeo-bestand opgenomen.

2. Criteria

Om in aanmerking te komen voor erkenning stelt Cedeo duidelijke eisen in de vorm van kwantitatieve en kwalitatieve criteria.
Kwantitatieve criteria ter borging van de continuïteit:

- De organisatie heeft meer dan vijf opdrachtgevers.
- De organisatie is minimaal drie jaar actief.
- De organisatie heeft een minimum jaaromzet van € 250.000,-.

Kwalitatieve criteria:

- De organisatie moet kunnen aangeven op welke wijze het haar aanbod ontwikkelt.
- De organisatie heeft op een bedrijfsgerichte wijze, bij meerdere organisaties, positieve resultaten geboekt. Of dit zo is, wordt gemeten aan de hand van een Klanttevredenheidsonderzoek.
- De organisatie moet in haar handelen aantoonbaar bedrijfsgericht zijn.

3. Methode

Cedeo verleent zowel een erkenning voor Maatwerk en Open Bedrijfsopleidingen, voor Coaching, Bedrijfsadvies, Outplacement, Loopbaanbegeleiding, Juridisch - en Organisatie Advies.
Hieronder volgt een toelichting op de onderzoeksmethoden die aan de erkenningen ten grondslag liggen.

Tijdens het Klanttevredenheidsonderzoek benadert Cedeo (opleidings)functionarissen en opdrachtgevers met een aantal gerichte vragen over hun ervaringen met de onderzochte organisatie. Hoe waarderen zij de samenwerkingsrelatie, de dienstverlening en de prestaties van uw organisatie? Centraal staat daarbij telkens de vraag in hoeverre het instituut erin is geslaagd gewekte verwachtingen en gedane beloften daadwerkelijk waar te maken. Pas bij een hoge mate van tevredenheid onder de ondervraagde functionarissen over de verschillende stappen in het voor-, uitvoerings-, en natraject én indien het instituut voldoet aan de vereiste basiscriteria rondom **kwaliteit**, **continuïteit** en **bedrijfsgerichtheid** (zie punt 2), komt het in aanmerking voor Cedeo-erkenning. Cedeo stelt zich op het standpunt dat voor de aangevraagde erkenning tenminste 80% van de benaderde opdrachtgevers zich dient uit te spreken in termen van 'tevreden' tot 'zeer tevreden'.

Afhankelijk van het uitgevoerde onderzoek verleent Cedeo de volgende erkenningen:

- Cedeo-erkend Maatwerk Bedrijfsopleidingen
- Cedeo-erkend Open Bedrijfsopleidingen
- Cedeo-erkend Coaching
- Cedeo-erkend Coach
- Cedeo-erkend Accountancy Opleidingen
- Cedeo-erkend Advocatuur Opleidingen
- Cedeo-erkend Assessment
- Cedeo-erkend Juridisch Advies
- Cedeo-erkend Organisatieadvies
- Cedeo-erkend Bedrijfsadvies
- Cedeo-erkend Interim management
- Cedeo-erkend Onderwijsadvies of Onderwijsbegeleiding
- Cedeo-erkend Outplacement, Loopbaanbegeleiding en –coaching
- Cedeo-erkend Werving & Selectie
- Cliëntenaudit Blik op Werk

Erkenningen hebben een geldigheid van 2 jaar na afgifte.

4. Procedure

Nadat het instituut zich heeft aangemeld voor Cedeo-erkenning, wordt de volgende procedure gehanteerd:

- Het instituut krijgt een vragenlijst toegezonden waaruit moet blijken dat het instituut voldoet aan de kwalitatieve en kwantitatieve criteria.
- Cedeo bestudeert de vragenlijst en voert het onderzoek uit.
- Cedeo bezoekt het instituut. Gedurende dat bezoek worden met de directie de uitkomsten van het onderzoek besproken, en saillante informatiepunten, door het instituut verstrekt in de vragenlijst, nader tegen het licht gehouden. Cedeo stelt daarnaast aanvullende vragen met betrekking tot zorg rondom kwaliteit, continuïteit en bedrijfsgerichtheid.
- Op basis van de vragenlijst, de geregistreerde ervaringen van opdrachtgevers en het bezoek, worden conclusies getrokken die resulteren in een advies.
- Dit advies wordt uitgebracht aan het Bestuur van de Stichting Cedeo. Dit advies kan zijn:
  - toekennen van de Cedeo-erkenning en daarmee:
    (continuering van) publicatie en opname in de Nederlandse Opleidingen Databank;
    (continuering van) positieve advisering door de Opleidingenhelpdesk;
  - geen toekenning of continuering van de erkenning.
- Het Stichtingsbestuur verleent al dan niet de Cedeo-erkenning. Bij een positieve uitspraak zijn de onderzoeksresultaten openbaar en bij Cedeo te verkrijgen.
- Daar waar in de rapportage van het klanttevredenheidonderzoek wordt gesproken over “hij” kan ook “zij” worden gelezen.

Klanttevredenheidsonderzoek

Klanttevredenheidsonderzoek Cedeo Maatwerk opleidingen

Aantal referenten geïnterviewd: 10

Score tevredenheid ①	1	2	3	4	5
Voortraject				20%	80%
Opleidingsprogramma				20%	80%
Uitvoering				10%	90%
Opleiders					100%
Trainingsmateriaal				20%	80%
Accommodatie②					
Natraject				30%	70%
Organisatie en Administratie				10%	90%
Relatiebeheer				20%	80%
Prijs-kwaliteitverhouding③				40%	40%
Tevredenheid opleiding / samenwerking totaal					100%

① 1 = zeer ontevreden
2 = ontevreden
3 = noch ontevreden/noch tevreden
4 = tevreden
5 = zeer tevreden
② Alle trajecten hebben in-company plaatsgevonden.
③ Twee referenten kennen geen score toe voor de prijs-kwaliteitverhouding.

Toelichting op de gegeven antwoorden:

Voortraject

Van de deelnemers aan dit onderzoek, is een aantal via hun importeur, met het Klantenbedrijf in contact gekomen. Deze importeur had in een eerder stadium, een ‘Klanten Contact Centrum’ en ‘Business Development Center’ trainingstraject opgezet (hierna KCC en BDC te noemen), waarover het Klantenbedrijf uitleg heeft gegeven. Zodoende hebben de dealers hen leren kennen. De opdrachtgevers hebben weloverwogen besloten om (al in een eerder stadium) ook met het Klantenbedrijf in zee te gaan: “We hebben destijds een aantal partijen gesproken. Het verschil onderling tussen de opleidingsinstellingen, heeft ons voor het Klantenbedrijf doen kiezen.” Voorafgaand aan iedere (nieuwe) training vinden er gesprekken plaats met, in eerste instantie de directeur en later ook de trainer. “We nemen al drie achtereenvolgende jaren trainingen af, waarbij we elk jaar een nieuw thema kiezen. Dit jaar verzorgt het Klantenbedrijf vier trainingen voor ons” en “Wij doen al ruim zes jaar zaken met het Klantenbedrijf. Zij hebben door de jaren heen verschillende trainingen voor ons verzorgd. Het was, ook nu weer, vrij simpel om samen met de trainer concrete doelen af te spreken”, aldus twee van de uitsluitend (zeer) tevreden referenten.

De aangeboden trainingen en de trainers zijn uniek: “Ik heb één training uitgeprobeerd die door twee totaal verschillende trainers werd gegeven. Er werd geen verhaaltje rond een presentatie verteld, maar het viel mij op dat het bij allebei recht vanuit hun hart kwam. Toen ben ik meer trainingen gaan afnemen” en “Het Klantenbedrijf heeft een andere aanpak dan de doorsnee automotive trainingsbedrijven. Die wordt door onze dealers als heel verfrissend ervaren.”

Opleidingsprogramma

Wanneer dit nog niet bekend is, verdiept het Klantenbedrijf zich in de organisatie van de opdrachtgever en bespreekt men welke procedure er gevolgd gaat worden. Tijdens deze gesprekken, worden specifieke afspraken gemaakt en basis opleidingsprogramma’s worden altijd aan de wensen aangepast. Soms hebben de opdrachtgevers zelf, de deelnemers op de hoogte gesteld van het programma maar meestal licht het Klantenbedrijf de training nader toe aan de deelnemers, middels persoonlijke uitnodigingen en voorbereidende opdrachten. De financiële kant van de zaak was vooraf voldoende duidelijk: “In de offerte staan bepaalde tarieven benoemd die standaard zijn voor onze importeur. Dat stond niet gescheiden, maar je weet wat je afgesproken hebt, dus je kunt het goed herleiden” en “Het op maat gemaakte aanbod wat is afgesproken, is ook gefactureerd.” Eén van de uitsluitend (zeer) tevreden referenten waardeert het, dat eerlijkheid boven commercieel gewin gaat, bij het Klantenbedrijf: “Zij hebben ons geadviseerd om geen training van tien dagen achter elkaar te doen, omdat dan niet dezelfde zeer hoge kwaliteit gegarandeerd kan worden.”

Uitvoering

De wijze waarop de training is uitgevoerd, maakt dat alle opdrachtgevers een hoge score toekennen; negen van hen kennen zelfs de hoogst mogelijke score toe. Zo vertelt men onder meer: “Het ‘on the job’ meeluisteren met mensen die aan het werk zijn, zorgt echt voor verandering”, “Ik was er zelf ook bij betrokken en vond de samenwerking heel prettig verlopen”, “Ook de feedback van onze Belgische collega’s, die een ‘train de trainer’ sessie bij het Klantenbedrijf hebben afgenomen, is zeer positief” en “De deelnemers waren een hele tijd niet meer opgeleid. Door de cursus in spelvorm te definiëren, hadden ze binnen vijf minuten niet meer door, dat ze getraind werden.” De onderwerpen zijn goed aan bod gekomen en ook de deelnemers zijn enthousiast: “We hebben nu enkele één-op-één trainingen op de werkvloer gehad. Aan nieuwe werknemers zijn onze kernwaarden, onze missie, visie, doelstellingen en ambities duidelijk weergegeven. Er is steeds een goede interactie, er worden leuke voorbeelden gebruikt en rollenspellen gespeeld. Men is zeer enthousiast en ziet ook een stukje ontwikkeling voor zichzelf” en “In de evaluatieformulieren staat te lezen, dat de deelnemers het een hele goede, leerzame en positieve training vonden.” Eén van de zeer tevreden referenten zegt dat de training ‘super goed’ is verlopen, maar hij had nog meer ruimte voor cases willen zien. Wanneer een training uit zes bijeenkomsten bestaat, is na iedere bijeenkomst een evaluatieformulier ingevuld door de deelnemers.

Opleiders

De inhoudelijke en didactische kwaliteiten van de trainers zijn door de referenten unaniem met de hoogste score beoordeeld. De opdrachtgevers noemen de trainers energiek, enthousiast en professioneel. Meer genoemde kwaliteiten van de trainer(s) zijn: ‘heeft verstand van zaken’, ‘is heel duidelijk en geëngageerd’, ‘kan goed schakelen’ en ‘kent de automotive wereld zeer goed’. Drie van de zeer tevreden respondenten vertellen: “De trainer luisterde mee naar de zinsopbouw en het stemgebruik van onze vertegenwoordigers aan de telefoon”, “Doordat we een training moesten verzetten, kregen we met twee verschillende trainers te maken, die allebei even goed zijn. Gedurende de training is er continu op de behoefte van de cursisten afgestemd, binnen de grenzen die we op voorhand afgesproken hadden. Ik heb er zelf weinig tot niets aan hoeven doen” en “Er was geen verschil tussen zenden en ontvangen. De trainer was in staat om de groep mee te nemen. Dat vind ik heel belangrijk.”

Trainingsmateriaal

Evenals bij alle andere items kent de meerderheid van de opdrachtgevers ook voor de kwaliteit van het lesmateriaal de hoogste score toe. “Wat de deelnemers op schrift hebben ontvangen, heb ik digitaal gekregen, zodat ik er altijd nog een duplicaat van kan maken”, “Het Klantenbedrijf heeft de beschrijving ook in het Frans verzorgd voor onze Belgische collega’s” en “Het Klantenbedrijf heeft mij gebeld, omdat ze zelf iets in de inhoudsopgave van de manual ontdekt hadden, wat beter kon. Het betrof een heel klein foutje wat ik niet eens extreem storend vond. Deze vorm van heel secuur meedenken, vind ik heel prettig”, vertellen de (zeer) tevreden referenten. Desgewenst geeft de opdrachtgever input voor het lesmateriaal: “Ik heb zelf een boek uitgewerkt en dit is door het Klantenbedrijf op schrift gezet” en “Het standaard lesmateriaal is naar mijn wensen aangepast. Ik heb er bewust voor gekozen de deelnemers allemaal een persoonlijke map mee te geven. Wanneer er gedurende de training wijzigingen plaatsvonden, dan werd er bij de volgende bijeenkomst een nieuwe bladzijde uitgereikt.” Ook na de training wordt het lesmateriaal nog gebruikt: “De manual is zeer geschikt als naslagwerk en iemand die nieuw binnenkomt op KCC, krijgt deze als uitleg en inwerkprogramma” en “De hand-outs kun je zien als een soort belscript, dat aangeeft waar je op moet letten.”

Accommodatie

Alle trainingen hebben in-company plaatsgevonden. Geen van de opdrachtgevers kent dan ook een score toe voor dit onderwerp.

Natraject

In het voortraject is met de opdrachtgever afgesproken of het Klantenbedrijf deelnamecertificaten verstrekt aan de deelnemers, na het beëindigen van de training. Een citaat: “Soms is een training onderdeel van een groter geheel. Dan is een certificaat (nog) niet van toepassing.” Meer ervaringen van de, allemaal (zeer) tevreden, opdrachtgevers zijn: “Na de training heb ik gelijk met de trainer geëvalueerd en mijn vragen zijn beantwoord. Naderhand is er nog gebeld en is gevraagd hoe de groep het ervaren heeft. De nazorg is zeer secuur”, “Niet alleen de medewerkers zijn getraind, maar ook het managementteam, zodat zij het aangeleerde kunnen borgen” en “Nadat de opleiding had plaatsgevonden, hebben we op eigen initiatief gevraagd of het Klantenbedrijf een terugkomdag wilde organiseren. Voor nieuwe collega’s en om te kijken of alles nog goed geborgd is, zodat eventueel kan worden bijgeschoold.” Eén van de tevreden opdrachtgevers, die een drie uur durende training heeft afgenomen, zegt dat de deelnemers geen evaluatieformulier hebben ingevuld. De overige referenten vertellen dat dit wel is gebeurd. Negen van de tien referenten zeggen dat de leerdoelen zijn bereikt. Eén, overigens zeer tevreden, referent vindt dat het project nooit af is en er altijd nieuwe doelen blijven. Hij heeft geen eindevaluatieformulieren ingezien maar wel een nagesprek met de trainer gehad.

Organisatie en Administratie

Het organisatorisch en administratief handelen van het Klantenbedrijf is heel voortvarend verlopen. Verschillende opdrachtgevers moesten data verschuiven. In verband met de vakantie van medewerkers, doordat zij zelf een cursusdatum verkeerd hadden ingepland of omdat zij rekening moesten houden met een buitenlandse relatie. Daar is het Klantenbedrijf heel flexibel mee omgesprongen. Er is alles gedaan om tegemoet te komen aan de wensen van de opdrachtgever. Ook trainingen laten plaatsvinden in de weekenden of avonduren is in onderling overleg mogelijk. Eén referent is tevreden en negen opdrachtgevers kennen ook op dit onderdeel weer de hoogste score toe: “Ik word altijd binnen het uur terug gebeld”, “Ze zeggen precies wat zij van jou verwachten en wat je van hen kunt verwachten”, “Men geeft altijd keurig, van tevoren, alles door”, “Het Klantenbedrijf denkt altijd mee, als er een oplossing gevonden moet worden” en “Er waren geen haken en ogen. Alles klopte en ik hoefde nergens achteraan te zitten.”

Relatiebeheer

Een aantal opdrachtgevers heeft na het afronden van de training al weer contact met het Klantenbedrijf opgenomen, in verband met een nieuwe training. Zo zegt één van hen: “Daar het mij en de medewerkers van BDC zo goed is bevallen, willen we nu ook mensen op de werkplaats getraind hebben. Daar zijn al afspraken voor gemaakt.” Maar ook wanneer dit niet het geval is, bemerkt men voldoende interesse van de eigenaar of de trainer van het Klantenbedrijf: “Ik merk de oprechte belangstelling naar het verloop van het traject”, “Men is er niet alleen op uit om nieuwe trainingen aan de man te brengen, maar het Klantenbedrijf ontzorgt ook. Dat is best uniek”, “Het is opvallend dat het contact voor - en na de training nog evenveel is”, “Er is mij gevraagd, of het lekker loopt, of er nog bijzonderheden zijn en of ze nog iets voor ons kunnen betekenen” en “Ik word uitgenodigd om een keertje bij te praten of voor een borrel.” Dit maakt dat de referenten wederom uitsluitend tevreden tot zeer tevreden gestemd zijn, over dit onderwerp.

Prijs-kwaliteitverhouding

De referenten die een mening hebben over de prijs-kwaliteitverhouding zijn hier tevreden tot zeer tevreden over. De meerderheid van de opdrachtgevers vindt de prijs marktconform en zeker niet te duur. Enkelen geven aan dat de importeur een financiële bijdrage aan de training heeft geleverd. “Wij zijn een groot bedrijf. Wanneer onze afdeling inkoop een offerte goedkeurt kun je er vanuit gaan, dat de prijs zeker niet te hoog is”, aldus één van de zeer tevreden respondenten. Een andere tevreden opdrachtgever schat in, dat de gevraagde prijs wat aan de hoge kant is, maar ziet dit gecompenseerd door de kwaliteit van de training. Twee opdrachtgevers kunnen de prijs-kwaliteitverhouding niet beoordelen en onthouden zich van het toekennen van een score.

Tevredenheid opleiding / samenwerking totaal

Aan het eind van dit onderzoek wordt geconstateerd dat alle opdrachtgevers unaniem de hoogste score toekennen om hun tevredenheid over de ervaringen met Het Klantenbedrijf en de afgenomen training(en) weer te geven. De referenten vinden de mensen van het Klantenbedrijf flexibel, professioneel, enthousiast en correct in het nakomen van afspraken. Ter toelichting: “Men is accuraat, correct, to-the-point en de aanpak is vernieuwend.” Alles is maatwerk waarbij nadrukkelijk rekening wordt gehouden met input van de opdrachtgever: “Er is een goede communicatie op alle gebieden. Dat voelt prettig. Je hebt het gevoel dat je iets van ze kunt leren” en “Men denkt graag mee over het gezamenlijk invullen en opbouwen van de training, rekening houdend met specifieke wensen. En er is goede begeleiding voor, tijdens en na de training. Het is heel persoonlijk, geen afstandelijk geheel.” Het Klantenbedrijf doet te allen tijde wat zij heeft beloofd: “Wanneer ik aangeef een training te willen afnemen, komt men er kordaat op terug”, “Ze maken waar wat ze zeggen en willen zelf de hoogste kwaliteit neerzetten. Ik hoef niet te pushen” en “De automotive wereld is een mannenwereld waar je als vrouw heel sterk in je schoenen moet staan. Het Klantenbedrijf heeft heel veel kennis, is overtuigend en prettig om mee samen te werken. Ik raad hen zondermeer aan, want ze staan heel sterk en laten zich zeker niet wegblazen.” Eén van de zeer tevreden opdrachtgevers, die voor een ‘multibrand’ merk werkt, geeft een suggestie: “De cases in de training waren toegespitst op één merk. Ook wel logisch, omdat dat merk dit traject subsidieerde, maar wij liepen er tegenaan.” Alle opdrachtgevers bevelen het Klantenbedrijf van harte aan bij anderen.

Bezoekverslag

Dit bezoekverslag is opgesteld door Cedeo. Het vormt een samenvatting van het gesprek dat adviseur mevrouw H.A.D.M. van Emst voerde met het Klantenbedrijf BV op 07-11-2017.

Algemeen

Het Klantenbedrijf BV heeft in de zes jaar van haar bestaan een uitstekende naam en reputatie opgebouwd. Veel klanten zijn inmiddels fans geworden door enerzijds langlopende partnership-contracten en anderzijds door haar betrokkenheid bij totaalactiviteiten. Onder het motto ‘Advies en dan training’ besteedt het Klantenbedrijf aandacht aan de gedetailleerde vraagstelling van opdrachtgevers. Het bureau heeft de afgelopen jaren mooie en waardevaste trajecten weten te genereren die voor de opdrachtgevers zeer waardevol zijn geweest. Mede hierdoor is het Klantenbedrijf de afgelopen periode enorm gegroeid waardoor zij nu op het punt is aanbeland om zich te gaan bezinnen op de toekomst. Haar ambitie is en blijft om mooie gave leertrajecten te realiseren die het ‘wauw’ effect creëren. Het totale proces is erop gericht om echt hét verschil te maken; een belangrijke onderscheidende kwaliteit van het Klantenbedrijf. Dat betekent dat zij alleen maar maatwerktrajecten realiseert die compleet op de klant zijn afgestemd. Het gesprek vond plaats met mevrouw J. Spaan, directeur en eigenaar van het Klantenbedrijf BV.

Kwaliteit

Onder het motto ‘Practise what you preach’ werkt het Klantenbedrijf de diverse interventies tot in de details uit. Kwaliteit van de dienstverlening staat dan ook zeer hoog in het vaandel: vanaf het eerste contact tot en met de totale afhandeling. Totale ontzorging is niet alleen het streven maar wordt ook daadwerkelijk gerealiseerd. Het verschil wordt gemaakt door de leertrajecten te ervaren als een feestje in plaats van als een must waarbinnen de klant echt wordt gezien en naar zijn behoeften wordt gehandeld. Binnen het Klantenbedrijf werkt een vast team van dedicated en senior trainers, adviseurs en acteurs die betrokken, kritisch, origineel, gedreven en vooral ook resultaatgericht zijn. Vanwege de enorme groei in de afgelopen jaren, heeft het Klantenbedrijf inmiddels 10 vaste trainers aan zich weten te verbinden die doorgaans, na elke trainingsdag, contact opnemen om de ervaringen te delen met de oprichter en eigenaar, Josephine Spaan. Zij is de aanjager, initiator en motivator van nieuwe innovatieve concepten die in de markt worden uitgerold. Door nauwgezet te luisteren naar wensen van opdrachtgevers in combinatie met een grote passie voor het vak, weet zij het Klantenbedrijf klaar te stomen voor de komende periode. Onder meer dankzij een gedeelde passie voor het vak, vervullen de trainers ook steeds meer een rol als projectleider en worden zij ondersteund door een actieve en klantvriendelijke backoffice die zorgt voor een vlotte en efficiënte afhandeling. Mede door het investeren in professionele systemen (o.a. voor de cursusadministratie, boekhouding en e-learning), weet het Klantenbedrijf haar dienstverlening nog verder te intensiveren, managen en perfectioneren.

Continuïteit

2017 was voor het Klantenbedrijf een zogenaamd ‘plateaujaar’. Dat wil zeggen dat men zich heeft beraden over de toekomst waarbij nadrukkelijk de keuze is gemaakt voor het blijven creëren van het ‘wauw’ effect. Vertaald betekent dat dat het bureau niet wil groeien om te groeien maar binnen (langlopende) samenwerkingsverbanden met haar klanten wil zorgen voor optimaal resultaat dat voor de lange termijn veel effect weet te genereren. Eén van de nieuwe promotionele middelen is een uitgebreide trainingsbrochure met een overzicht van alle activiteiten die het Klantenbedrijf kan realiseren op het gebied van sales, marketing en servicegerichtheid. Zowel binnen functiegroepen als diversiteit aan branches met de focus op automotive, leisure, retail en overige zakelijke dienstverlening. Trajecten die men realiseert bestaan niet alleen uit effectiviteit maar bevatten ook verrassingselementen. Een combinatie van die twee maakt een wereld van verschil. Van prospect naar klant naar fan naar ambassadeur; dat is wat men wil realiseren. Gezien het feit dat men voor de derde opeenvolgende keer de maximale 100% klanttevredenheidsscore heeft weten te realiseren in combinatie met de informatie die tijdens het bezoek is verstrekt, acht Cedeo de continuïteit voor de komende periode bij maatwerktrajecten voldoende geborgd.

Bedrijfsgerichtheid

De missie en ambitie van het Klantenbedrijf wordt door de referenten, die aan dit onderzoek hebben meegewerkt, volmondig herkend en erkend. Niet alleen voor de uitvoering van de trajecten en de betrokken trainers daarbinnen maar ook voor het hele logistieke proces geeft men het Klantenbedrijf (zeer) hoge scores. Uiteindelijk beoordeelt men de tevredenheid in zijn totaliteit unaniem met de maximale score waardoor men de waarde van de samenwerking met dit bureau nogmaals onderstreept, onder meer op het gebied van creativiteit, flexibiliteit en professionaliteit maar ook ten aanzien van ‘soft skills’ als betrokkenheid, passie en enthousiasme.

Conclusie van de Stichting Cedeo Bedrijfsopleidingen

Op basis van de positieve uitslag van het uitgevoerde Klanttevredenheidsonderzoek is het instituut toegestaan voor de periode van twee jaar het predikaat ‘Cedeo-erkend’ te voeren.

Daarnaast heeft het instituut recht op:

- De mogelijkheid om gebruik te maken van de vermelding ‘Cedeo-erkend’ voor PR-activiteiten
- Opname in de Nederlandse Opleidingen Databank waaruit de volgende publicaties verschijnen:
  - Opleidingenmonitor Compact
  - Opleidingenmonitor Professioneel
  - Opleidingenmonitor Corporate

  Deze uitgaven vormen voor opleidingsverantwoordelijken de bron om te zoeken naar voor de organisatie geschikte opleidingen;
- Positieve advisering via de opleidingenhelpdesk
- Opname op de website van Cedeo: www.cedeo.eu