

# Klanttevredenheidsonderzoek

VMN media

07-04-2022



## KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK

Dit instituutsrapport belicht de activiteiten van VMN media vanuit verschillende invalshoeken:

vanuit de klant (Klanttevredenheidsonderzoek)

vanuit Cedeo (Bezoekverslag en Conclusie van de onderzoeker)

### INHOUDSOPGAVE

<b>CEDEO-ERKENNING .....</b>	<b>1</b>
1. ACHTERGROND.....	1
2. CRITERIA.....	1
3. METHODE.....	1
4. PROCEDURE.....	2
<b>KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK.....</b>	<b>3</b>
KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK CEDEO MAATWERK OPLEIDINGEN .....	3
KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK CEDEO OPEN OPLEIDINGEN.....	6
<b>BEZOEKVERSLAG .....</b>	<b>9</b>
<b>CONCLUSIE VAN DE STICHTING CEDEO BEDRIJFSOPLEIDINGEN .....</b>	<b>10</b>

# 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 jaaronzet 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 en deelnemers, 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, opleidingen door middel van e-Learning (niet zijnde blended learning), 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 deelnemers, (opleidings-)functionarissen en/of 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 referenten 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 referenten 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 e-Learning
- 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:

- Tijdens een kennismakingsgesprek moet blijken dat het instituut voldoet aan de kwantitatieve criteria die als basis dienen voor het uit te voeren klanttevredenheidsonderzoek.
- Cedeo voert het klanttevredenheidsonderzoek 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 referenten 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 op de website van Cedeo;
    - (continuering van) positieve advisering door de Helpdesk van Cedeo;
  - 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 klanttevredenheidsonderzoek 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				30%	70%
Opleidingsprogramma				40%	60%
Uitvoering		10%		30%	60%
Opleiders		10%		40%	50%
Trainingsmateriaal②				60%	20%
Accommodatie③					
Natraject④			20%	40%	30%
Organisatie en Administratie				60%	40%
Relatiebeheer⑤				50%	40%
Prijs-kwaliteitverhouding⑥		10%		60%	20%
Tevredenheid opleiding / samenwerking totaal			10%	30%	60%

- ① 1 = zeer ontevreden  
 2 = ontevreden  
 3 = noch ontevreden/noch tevreden  
 4 = tevreden  
 5 = zeer tevreden
- ② Twee referenten hebben geen zicht op het trainingsmateriaal
- ③ Alle trajecten hebben in-company of online plaatsgevonden
- ④ Een referent onthoudt zich van een oordeel op het natraject
- ⑤ Een referent onthoudt zich van een oordeel op het relatiebeheer
- ⑥ Een referent onthoudt zich van een oordeel op de prijs-kwaliteitverhouding

#### Toelichting op de gegeven antwoorden:

##### Voortraject

Alle referenten tonen zich tevreden en zeer tevreden over het voortraject zoals VMN media dat bij maatwerktrajecten aanpakt. Uit de interviews blijkt dat velen al jarenlang contact met hen hebben. "Ik heb veel ervaring met hen waarbij ik ook vooraf altijd met de trainer de wensen doorneem", deelt een referent desgevraagd mee. Daarnaast melden respondenten eveneens dat zij via het tijdschrift Management Support op hen geattendeerd zijn. "Alles is heel helder waarbij ik vooraf heb aangegeven waar de accenten moesten komen te liggen", meldt een tweede. En een derde: "Alles is besproken. Voor onze inspiratiedagen hebben we kunnen kiezen uit vele mogelijkheden."

Enkele respondenten geven eveneens aan dat men in dit stadium een afspraak met een accountmanager maakt en dat de trainer erbij wordt betrokken. “Dat is vooral gericht op finetuning op inhoud. Ik ervaar de mensen van VMN media in dit stadium als enthousiast en deskundig”, verklaart een geïnterviewde.

### **Opleidingsprogramma**

Nadat in het voortraject voldoende is uitgevraagd over de wensen van de opdrachtgever, volgt er een programmavoorstel plus een offerte. Naar de mening van de referenten sluit dit goed tot zeer goed aan bij hetgeen is besproken. Alles wordt eveneens helder en duidelijk verwoord. Een van hen tekent wel het volgende aan: “We hebben het een aantal keren uitgesteld omdat we graag een fysieke bijeenkomst wilden. Toen het daarna nog een keer kwam te vervallen, hebben we ervoor gekozen om het online te doen. Maar het is niet helemaal gelopen zoals we hadden gehoopt.” Meerdere referenten vertellen dat Corona van invloed is geweest op de uitvoering. “Het is een aantal keren verzet waarbij we goed contact met hen hebben gehouden” en “VMN media heeft goed met ons meegedacht. Men is echt behulpzaam geweest en er is snel geschakeld”, delen twee referenten mee.

### **Uitvoering**

Hoewel veruit de meeste referenten (zeer) positief zijn over de uitvoering, deelt één van hen mee ontevreden te zijn. “Het is niet uit de verf gekomen. Het thema vond in de uitvoering geen aansluiting bij de doelgroep. Ook is te weinig ingezoomd op onze werkomgeving, die vrij specifiek is. En het niveau van de training was gericht op MBO-niveau terwijl onze deelnemers allen HBO geschoold zijn”, zo verklaart hij zijn score. Andere respondenten wijzen erop dat er een mooie mix aanwezig was tussen theorie en praktijkvoorbeelden. Sommigen vertellen dat de training online heeft plaatsgevonden. Daar hebben ze begrip voor maar live bijeenkomsten hebben wel hun voorkeur. Enkele citaten ter toelichting op de uitvoering: “We hebben kort en krachtig digitaal les gehad. De reacties waren wisselend. Men vond het moeilijk om de aandacht erbij te houden. Maar wat mij betreft is het doel behaald”, “De fysieke training was heel goed gebalanceerd. Ik vond het inspirerend en heb geen moment op de klok gekeken”, “De sfeer was ook online uitstekend” en “Omdat de maatregelen continu veranderden, zaten we uiteindelijk met veel minder mensen dan gepland.”

### **Opleiders**

De trainers die VMN media inzet, voldoen goed tot zeer goed, aldus negen respondenten. Men ervaart hen als deskundig, enthousiasmerend en didactisch vaardig. Zo worden zij onder meer omschreven: “De trainer had heel veel vakkennis”, “De opleider wist snel en goed te schakelen op de groep. Het was absoluut geen training volgens het boekje maar juist met veel voorbeelden uit de praktijk”, “De trainer had zich uitstekend ingeleefd en ingelezen. In zijn rol maar ook in ons bedrijf. De juiste punten wist hij eruit te pikken”, “We zijn echt meegenomen in het onderwerp. De trainer reikte een structuur aan en daagde ons uit om zelf na te denken”, “De trainer had zelf het boek geschreven dat diende als basis” en “Er bleek ook dat de trainer veel kennis had vanuit andere organisaties. Die deelde hij graag met ons en was voor ons heel waardevol.” Degene die op het vorige onderdeel een ontevreden score gaf, doet dat hier ook. Aanvullend zegt hij nog: “Het leek ook wel of de trainer zich onvoldoende had voorbereid op de doelgroep. De moderator wist het inhoudelijk beter dan de trainer zelf.”

### **Trainingsmateriaal**

Twee respondenten hebben geen zicht op het materiaal en onthouden zich dan ook van een oordeel. De overige acht zijn van mening dat het materiaal aansluit bij de training en gebruikt kan worden als naslagwerk. Uit de gesprekken blijkt dat men materialen, zoals de sheets van de PowerPointpresentatie achteraf toegestuurd krijgt. Ook meldt men nog: “We kregen een boek plus een map. Dat is heel handig om terug te zoeken”, “We hebben wat voorbeelden ontvangen en tips voor een consistente naamgeving” en “De materialen hebben we in huis dus als het nodig is, kunnen we altijd zaken opzoeken.”

### **Accommodatie**

Alle trajecten hebben in-company of online plaatsgevonden.

### **Natraject**

Van de negen referenten die zicht hebben op het natraject, zijn er zeven (zeer) tevreden. Men vertelt dat na afloop van de training een evaluatieformulier wordt uitgereikt of toegestuurd en dat men een bewijs van deelname heeft ontvangen. Twee van hen melden dat er achteraf geen contact met hen als opdrachtgever is geweest maar dat wel op prijs te stellen. Dat verklaart hun neutrale oordeel. Een derde respondent geeft geen mening omdat hij van mening is dat er geen sprake is van een natraject. Op de vraag wat de training heeft opgeleverd, meldt men onder andere het volgende: "Het is een goed startpunt geweest op basis waarvan we intern een notitie hebben geschreven en we verder gaan met werkgroepen", "De tips die ik heb gekregen, kan ik ook echt gebruiken" en "Ik heb enkele handige weetjes in mijn werk geïntegreerd."

### **Organisatie en Administratie**

De organisatie en administratie, zoals VMN media dit vormgeeft, leidt tot louter positieve reacties. Men is van mening dat zij goed bereikbaar zijn en afspraken nakomen. "Ik kan snel contact met hen leggen. Het is fijn als we over de mobiele nummers beschikken", deelt een geïnterviewde mee. Een tweede meldt dat er vlug op de mail wordt gereageerd. Dat stelt hij op prijs. Een volgende noemt het "heel makkelijk." Ook vertelt een respondent dat alles tijdig wordt toegestuurd. "Een keer lagen de certificaten niet klaar maar dat is echt een uitzondering. Met de post zijn ze achteraf toegestuurd", geeft hij ter toelichting. En tot slot maakt een referent melding van het feit dat alles snel en makkelijk te regelen is maar dat de meeste tijd vaak gaat zitten in het vinden van een geschikte datum.

### **Relatiebeheer**

De referenten vertellen dat zij een vaste contactpersoon hebben met wie zij direct kunnen schakelen. Dat stellen zij (zeer) op prijs. Zo verklaart men het contact onder andere: "Het is efficiënt en effectief. Gedurende een traject hebben we meermaals met elkaar contact. En voor de rest weet ik hen te vinden", "De lijnen zijn kort en het persoonlijke staat vooraan" en "Ik ervaar hen als klantvriendelijk en flexibel. Omdat we meermaals hebben moeten schuiven, hebben ze aangeboden om nog een keer extra langs te komen. Heel goed." Uit de meeste gesprekken blijkt dat er veel contact is in aanloop naar de uitvoering. Daarna gebeurt dat niet of nauwelijks maar de meesten vinden dat prima zo omdat zij hen zelf weten te vinden. Sommigen ontvangen eveneens nieuwsbrieven of krijgen Management Support. Anderen niet maar stellen dat ook niet op prijs. Een geïnterviewde onthoudt zich van een oordeel omdat er in zijn ogen geen sprake is van relatiebeheer.

### **Prijs-kwaliteitverhouding**

Acht referenten beoordelen de prijs-kwaliteitverhouding positief. Men typeert deze als 'goed', 'marktconform' of 'uitstekend.' Eveneens maken respondenten melding van het feit dat VMN media hen helemaal ontzorgt. Dat stellen zij op prijs. Een geïnterviewde meldt nog dat hij budgettaire grenzen heeft aangegeven en dat daar goed op wordt geschakeld. Ook zijn er enkele kanttekeningen geplaatst: "Uiteindelijk was het een dure training omdat er veel minder deelnemers waren" en "Als ik het uiteindelijke resultaat bekijk en relatie tot wat het heeft gekost, dan ben ik ontevreden." Een referent geeft geen mening omdat hij de prijsstelling niet helder voor ogen heeft.

### **Tevredenheid opleiding / samenwerking totaal**

Aan het eind luidt de conclusie dat negen van de tien referenten tevreden zijn over de trainingen en de samenwerking. Men is in grote lijnen van mening dat VMN media kwaliteit levert en daarmee toegevoegde waarde. Enkele positieve punten die worden benoemd: "Zij hanteren korte lijnen en zorgen voor een goede voorbereiding op de uitvoering", "De info over het secretaresse vak is netjes en gebundeld", "De trainer was deskundig en kon goed schakelen op de groep. Hij durfde ook confronterend te zijn maar op een veilige manier", "Ik ervaar hen als flexibel en meedenkend. Ze leveren echt maatwerk", "Ze doen wat ze zeggen en zeggen wat ze doen" en "De trainingsdagen zijn goed verzorgd." Daarnaast roemt men nog de flexibiliteit en de laagdrempelige contacten. Naast wat eerder in dit rapport al aan de orde is geweest, noemt men ook nog de volgende verbeterpunten: "Op een bepaald moment moest ik schakelen met drie personen. Dat vond ik onhandig" en "Ik zou hen adviseren om meer informatie op maat toe te sturen." Een referent geeft een neutraal oordeel op basis van zijn ervaringen en doet de suggestie om beter door te vragen aan de voorkant en verdieping te zoeken in de wereld van de opdrachtgever. Hij zal deze cursus niet aanbevelen aan anderen. De overige negen zijn bereid om dat wel te doen.

## Klanttevredenheidsonderzoek Cedeo Open opleidingen

Aantal referenten geïnterviewd: 10

Score tevredenheid ①	1	2	3	4	5
Voortraject				90%	10%
Opleidingsprogramma			30%	60%	10%
Uitvoering				50%	50%
Opleiders			10%	40%	50%
Trainingsmateriaal		20%	10%	60%	10%
Accommodatie②			10%	30%	30%
Natraject③		10%	20%	30%	
Organisatie en Administratie④				60%	
Relatiebeheer⑤					
Prijs-kwaliteitverhouding⑥			10%	40%	30%
Tevredenheid opleiding / samenwerking totaal				90%	10%

- ① 1 = zeer ontevreden  
2 = ontevreden  
3 = noch ontevreden/noch tevreden  
4 = tevreden  
5 = zeer tevreden
- ② Drie referenten hebben geen zicht op de accommodatie
- ③ Vier referenten hebben geen zicht op het natraject
- ④ Vier referenten hebben geen zicht op de organisatie en administratie
- ⑤ Geen van de referenten heeft zicht op het relatiebeheer
- ⑥ Twee referenten hebben geen zicht op de prijs-kwaliteitverhouding

### Toelichting op de gegeven antwoorden:

#### Voortraject

Het voortraject bij trainingen met een open inschrijving, zoals VMN media dit afhandelt, is voor alle referenten reden voor een tevreden score. Sommigen zijn door een collega of leidinggevende geattendeerd op een cursus; anderen geven aan dat zij een nieuwsbrief hebben ontvangen. Zij ervaren dat inschrijving voor de training makkelijk verloopt en dat ze ook snel een bevestiging krijgen. Enkele uitspraken: "Ik kreeg ook nog een aparte mail toegestuurd", "Vanuit mijn positieve ervaringen met de cursussen van VMN media uit het verleden, heb ik me opnieuw ingeschreven" en "Ik heb een aantal leveranciers van dit soort cursussen vergeleken en kwam bij hen uit vanwege de datum."



### **Opleidingsprogramma**

Drie referenten geven aan dat niet alles even helder is op de website, in de nieuwsbrief of in de mail. Zij vertellen: “In het begin kregen we het verzoek om onze eigen jaarrekening mee te nemen maar in alle latere correspondentie is dat verdwenen”, “Ik had graag duidelijkere informatie vooraf per mail willen hebben en niet per app” en “De titel van de cursus sloot wat mij betreft niet aan op de inhoud.” Dat maakt dat zij een neutrale beoordeling op dit onderdeel geven. De overige zeven tonen zich wel tevreden en melden dat alle informatie voor hen duidelijk is. Een enkeling vertelt er ook nog bij dat VMN media een aantal reminders stuurt met alle relevante informatie. Ook dat stelt men op prijs.

### **Uitvoering**

De uitvoering kent louter positieve reacties. Sommigen hebben fysiek een cursus bijgewoond; anderen digitaal. Men heeft ervaren dat er een goede balans in het programma zat met voldoende afwisseling in de werkvormen. Ter toelichting: “Het onlineprogramma zat goed in elkaar. We gingen ongeveer twee uur aan de slag en hadden dan een korte pauze. Ik ben goed meegenomen in de stof en heb voldoende praktische tips gekregen”, “Ik kies er bewust voor om een cursus fysiek mee te maken. Het fijne hierbij was, dat er niet zoveel deelnemers waren waardoor er heel nadrukkelijk naar ieders inbreng kon worden gevraagd. Dat vond ik ook van toegevoegde waarde”, “Het geheel was erg afwisselend en interactief”, “We kregen veel ruimte om vragen te stellen” en “Iedereen had vooraf een leervraag voor zichzelf bepaald. Daardoor werden veel ervaringen met elkaar uitgewisseld en kreeg je tips om het toe te passen in de eigen praktijk. Het was heel inspirerend.”

### **Opleiders**

Eén respondent is neutraal in zijn beoordeling over de trainer: “Ik vond dat hij zelf te veel aan het woord was. Ook promoveerde hij zijn eigen bedrijf. Dat stoorde mij.” De overige negen tonen zich (zeer) enthousiast. In hun ogen zijn de trainers mensen met vakinhoudelijke deskundigheid die de cursus op een aansprekende manier voor het voetlicht weten te brengen. Ook staan zij open voor vragen vanuit de deelnemers, geven ze handige tips en stimuleren zij de interactie. Zo worden zij onder meer gekenmerkt: “De sprekers waren boeiend, ieder op het eigen vakgebied. Je kunt merken dat zij het gewend zijn om cursussen te geven”, “Het zat goed in elkaar. Nadat er eerst een soort algemene inleiding is gegeven, pakte de trainer door naar het zwaardere werk. De onderwerpen sloten prima aan en we konden veel vragen stellen. Ook kwam hij met aansprekende voorbeelden uit zijn eigen praktijk”, “Trainers hebben een gedegen kennis op hun specialisme”, “Ik heb de trainer als enthousiast en inspirerend ervaren” en “Hij wist een dusdanig veilige omgeving te creëren waarbij hij zelf confronterend kon zijn.”

### **Trainingsmateriaal**

Het trainingsmateriaal is voor twee referenten aanleiding voor een ontevreden score. Zij melden het volgende: “Ik had graag informatie op papier gehad. Nu kregen we boeken geadviseerd waarbij er een over een heel ander onderwerp handelde. Daar miste ik de aansluiting” en “We kregen alleen een blocnote en een pen. Ik had graag een samenvatting van de sprekers ontvangen.” Eén respondent is neutraal en geeft aan het niet bijzonder te hebben gevonden. De overige zeven zijn van mening dat het materiaal aansluit op het onderwerp. Tevens is het in hun ogen te gebruiken als naslagwerk. Meestal hebben ze achteraf de slides van de presentatie toegestuurd gekregen.

### **Accommodatie**

Bij drie referenten heeft de training online plaatsgevonden waardoor zij geen oordeel over de accommodatie geven. Een volgende is neutraal omdat hij de locatie weinig inspirerend vond. Anderen geven aan dat de locatie goed bereikbaar was en dat alle faciliteiten in orde waren. “Alles was goed geregeld”, “Het geheel was prima in orde” en “Ik vond het prachtig mooi. Alles was uitstekend geregeld, ook de catering. En de locatie had een uitstraling van gemoedelijkheid. Daardoor voelde het echt als een uitje”, aldus drie tevreden respondenten.

### **Natraject**

Vier referenten zijn van mening dat er geen natraject is geweest. Zij geven daarom geen oordeel. Diegenen die neutraal en ontevreden zijn, adviseren VMN media om het contact te onderhouden. “Er is daarna geen enkel contact meer geweest. Ik zou hen adviseren om achteraf nog iets van een nieuwsbrief met aanvullende informatie te sturen. Of bijvoorbeeld te stimuleren dat cursisten nog met elkaar in een aparte chatbox contact kunnen houden”, “Stuur bijvoorbeeld nog eens een inspiratiemail” en “Organiseer een terugkomdag want na verloop van tijd zakt het weg.” Ook tevreden referenten merken op dat er na afloop geen contact meer is. Meestal krijgt men een evaluatieformulier en een bewijs van deelname. Ook vertelt een enkeling dat de sprekers hebben aangeboden dat zij achteraf nog vragen zouden kunnen stellen. Op de vraag of het leerdoel van de cursus is behaald, wordt onder andere het volgende gemeld: “Ik heb echt goede handvatten gekregen”, “De cursus was heel nuttig”, “Mijn kennis is vergroot en de uitwisseling met de andere deelnemers was heel waardevol” en “Ik heb meer houvast voor mijn rol gekregen. Nieuwe inzichten en bewustwording hebben daartoe geleid.”

### **Organisatie en Administratie**

De zes referenten die zicht hebben op de organisatie en administratie van VMN media, zijn tevreden. Zij zijn van mening dat het inschrijfproces snel en makkelijk verloopt, dat alle relevante informatie tijdig is toegestuurd en dat zij goed bereikbaar zijn. Toch merkt een geïnterviewde nog het volgende op: “Ik vind hen lastig bereikbaar. Het antwoord op mijn mail duurde lang en ik kreeg maar geen inlogcode.” Een ander meldt juist dat hij snel antwoord op zijn vragen kreeg. Ook vertelt een referent: “Ik belde naar het algemene nummer en werd snel naar de juiste persoon doorverwezen.” Tot slot heeft een respondent ervaren dat VMN media flexibel heeft geschakeld. “Ik mocht doorschuiven naar een andere datum”, vertelt hij daarbij. Vier referenten hebben weinig ervaring met de organisatie en administratie en onthouden zich dan ook van een oordeel.

### **Relatiebeheer**

Alle respondenten zijn van mening dat er geen sprake is van enig relatiebeheer. Daarom blijft dit onderdeel buiten beschouwing. Men geeft wel aan dat men nieuwsbrieven of vakliteratuur ontvangt.

### **Prijs-kwaliteitverhouding**

Voor zeven referenten is de prijs-kwaliteitverhouding goed in balans. Zij hebben voldoende rendement uit de cursussen weten te behalen zodat de prijs wordt gerechtvaardigd. Drie van hen kennen de verhouding zelfs de hoogste score toe. Eén van hen is neutraal en verklaart: “Inhoudelijk vond ik het wel in orde maar een terugkommoment zou voor mij de verhouding verbeteren.” Twee anderen hebben geen zicht op de prijs of kunnen het zich niet herinneren. Daarom geven zij geen beoordeling op dit onderdeel.

### **Tevredenheid opleiding / samenwerking totaal**

Aan het eind van dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat alle referenten tevreden zijn over de gevolgde opleiding en de samenwerking met VMN media. Enkele positieve punten die men opmerkt: “Het heeft voldaan aan mijn leerbehoefte”, “Het geheel was inhoudelijk interessant en inspirerend”, “Alles is goed geregeld”, “Ik ervaar hen als een betrouwbare partner die helder communiceert”, “Er waren goede sprekers die wisten in te spelen op de actualiteit en de vragen van de deelnemers” en “De stof was zeer boeiend en smaakte naar meer. Ook het erbij betrekken van de deelnemers, is een positief punt.” De respondenten geven ook nog verbetertips die nog niet eerder aan de orde zijn geweest: “Let goed op de communicatie vooraf. Als gevraagd wordt om een jaarrekening mee te nemen die ter plekke besproken kan worden, communiceer dat dan in alle mails en niet eenmalig”, “Kijk nog eens of de titel aan de voorkant de inhoudelijke lading tijdens de uitvoering dekt”, “Ik had een tijdelijk abonnement genomen dat inclusief was bij de cursus. Maar deze liep blijkbaar automatisch door waardoor ik een factuur kreeg. Dat vond ik niet zo netjes”, “Wij hadden alleen mannelijke sprekers. Ik zou hen adviseren om te kijken of er ook vrouwelijke trainers gevonden kunnen worden”, “De spreker hamerde nog even op zijn eigen boek. Dat vond ik storend” en “Persoonlijk zou ik het op prijs stellen als de cursussen ook in het zuiden van het land plaats kunnen vinden. Als alternatief kunnen ze wat mij betreft ook later starten en eindigen zodat we de files kunnen vermijden.” Alle referenten geven tot slot aan VMN media voor trainingen met een open inschrijving aan te bevelen aan 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 VMN media op 07-04-2022.

### Algemeen

VMN media is de leidende business-to-businessuitgeverij in zowel nieuwe als gevestigde mediakanalen. De uitgeverij is georganiseerd in verschillende uitgeefgroepen die dicht op de markt opereren met eigen uitgeef-, sales- en marketing- en eventteams. Zij biedt ruim 900.000 professionals hoogwaardige vakinformatie via de redacties met jarenlange kennis en ervaring. Mede dankzij het netwerk aan experts beschikt VMN media over de meest actuele ontwikkelingen en hoogwaardige informatie. Haar missie is informeren, inspireren & kennis delen om de professionals verder te brengen via best practises en visies van collega vakgenoten. Verschillende media staan tot haar beschikking evenals congressen en opleidingen.

### Kwaliteit

Opleidingen maken een belangrijk onderdeel uit van het portfolio van VMN media. Programmamanagers houden de rode draad in het oog en kijken waar de behoefte van de deelnemers en/of opdrachtgevers ligt. Aandacht voor de klant staat bij hen hoog in het vaandel evenals de kwaliteit van de totale dienstverlening. Onder invloed van Corona heeft men versneld stappen gezet richting verdere digitalisering van de leeromgeving. Ook inhoudelijk zet men verder de punten op de 'i'. Trainingen zijn zoveel mogelijk live georganiseerd. Voor de onlinetrainingen schakelt VMN media experts in die worden ondersteund door een moderator en een hulplijn. Naast de breakout rooms kunnen daardoor ook de vragen vanuit de chat snel worden beantwoord. Tevens bestaat er een algemene FAQ-pagina. VMN media beschikt over een netwerk aan hoogleraren en mensen uit de praktijk zodat er maximaal aangesloten kan worden bij het thema en doel van een training. Alle sprekers worden begeleid in de uitvoering van de colleges. Wanneer een nieuwe opleiding start, is de programmamanager de hele tijd aanwezig om de uitvoering te monitoren. Daardoor ontstaat er een vloeiende overgang richting feedback van zowel deelnemers als docent. Eventuele verbeterpunten kunnen dan direct bij een volgende editie worden doorgevoerd. Daarnaast meet en borgt men de kwaliteit van de dienstverlening middels formele evaluaties, zowel met cursisten als opdrachtgevers en docenten.

### Continuïteit

In de praktijk blijkt dat deelnemers behoefte hebben aan hands-on tips en handvatten zodat zij die direct in hun dagelijkse werk kunnen toepassen. Dat impliceert dat ook binnen het trainingsaanbod met een open inschrijving steeds meer maatwerk wordt geleverd. VMN media bekijkt nauwkeurig waar de markt behoefte aan heeft en welke toegevoegde waarde zij daar kan bieden. Opleidingen zijn gekoppeld aan merken van onder meer tijdschriften en websites waar de meest actuele informatie per thema is opgenomen. De afgelopen periode heeft zij nadrukkelijk geïnvesteerd in haar relatienetwerk, zowel richting sprekers als cursisten. Dit ambassadeurschap zal nog verder geïntensiveerd worden in de komende periode. Op basis van het uitgevoerde klanttevredenheidsonderzoek en de informatie die tijdens het gesprek is verstrekt, acht Cedeo de continuïteit van VMN media voor de komende periode voldoende geborgd.

### Bedrijfsgerichtheid

Ook ten tijde van Corona, waarbij live bijeenkomsten veelal werden vervangen door onlinebijeenkomsten, heeft VMN media goed weten te anticiperen, aldus de referenten die aan dit onderzoek hebben meegewerkt. Men heeft ervaren dat VMN media flexibel en klantgericht heeft geschakeld. De trainingen sluiten aan op de opleidingsbehoefte van de cursist die onder andere aangeeft geïnspireerd en uitgedaagd te worden door zowel sprekers als de diversiteit aan werkvormen. Dat maakt dat VMN media al jaren als betrouwbare partner te boek staat.

## 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 predicaat 'Cedeo-erkend' te voeren; de periode in overeenstemming met het uitgereikte certificaat.

Daarnaast heeft het instituut recht op:

- De mogelijkheid om gebruik te maken van de vermelding 'Cedeo-erkend' voor PR-activiteiten
- Publicatie van daartoe bestemde beeldmerk(en) 'Cedeo-erkend'
- Opname op de website van Cedeo: [www.cedeo.eu](http://www.cedeo.eu), waaronder
  - contactgegevens
  - verleende erkenningen
  - integraal klanttevredenheidsonderzoek
  - opname opleidingenaanbod, inclusief rechtstreekse link naar website
- Publicatie als erkend bureau in advertenties
- Positieve advisering via de Helpdesk Opleidingen Cedeo