

Publieke Dienstverlening in Digitale Transitie: hoe maak je digitale dienstverlening persoonlijk?

Onlangs vond in Utrecht de 3^e consortiumbijeenkomst van het onderzoeksproject 'Publieke dienstverlening in digitale transitie' van de Hogeschool Utrecht plaats. De bijeenkomst was bedoeld om partners van het onderzoek, in dit geval publieke dienstverleners, te informeren over resultaten en voortgang van het project.

De vraag die centraal staat in dit tweejarig onderzoek, is hoe organisaties digitalisering zo kunnen inzetten dat deze niet alleen bijdraagt aan de doelstellingen van de organisatie, maar ook een positieve bijdrage levert aan de klantbeleving. Tijdens de 3^e consortium-bijeenkomst werd vooral ingegaan op de vraag hoe digitalisering kan bijdragen aan een betere klantbeleving van publieke diensten.

Hoe kan digitalisering bijdragen aan een betere klantbeleving?

Tijdens de bijeenkomst werden de belangrijkste resultaten gedeeld van een kwalitatief en een kwantitatief onderzoek onder klanten van publieke dienstverleners. Het kwalitatieve onderzoek bestond uit een serie focusgroepen met klanten van bij het project aangesloten organisaties. Het kwantitatieve onderzoek bestond uit een survey onder 1000 klanten van publieke dienstverleners. In beide onderzoeken ging het onder meer over hoe klanten hun (digitale) contact met publieke dienstverleners ervaren, waarom zij bepaalde kanalen wel of niet kiezen en welke rol persoonlijke dienstverlening, pro-activiteit en vertrouwen hierbij spelen.

3 duidelijke conclusies op de hoofdvraag

Klanten gaven 3 duidelijke antwoorden op de vraag 'hoe kan digitalisering bijdragen aan een betere klantbeleving?':

1. Als digitalisering bijdraagt aan het 'met zo min mogelijk tijd en moeite' bereiken van hun doel.
2. Als aspecten van 'persoonlijke dienstverlening' worden toegevoegd aan digitale dienstverlening.
3. Als digitalisering proactieve dienstverlening mogelijk maakt.

De complexiteit van het doel of de vraag van klanten bleken een grote impact te hebben op bovengenoemde onderdelen.

In de presentatie van de resultaten is toelichting gegeven op bovenstaande conclusies. Hierdoor ontstond een levendig dialoog met de bij de presentatie aanwezige organisaties zoals de Belastingdienst, Gemeente Utrecht en Vitens.

Digitale interventies

Tijdens de bijeenkomst werd ook ingegaan op een aantal digitale interventies die door organisaties kunnen worden ingezet om dienstverlening meer persoonlijk te maken. In de bijeenkomst werd ingegaan op twee thema's.

- Thema 1 gaat over de spanning die bestaat tussen enerzijds het niet willen (bij)sturen op welke kanalen klanten en burgers kiezen, en anderzijds het niet willen accepteren van de (te) hoge kosten van door mensen bemande kanalen voor eenvoudige standaard vragen.
- Thema 2 gaat over het feit dat nu vaak zwart/wit en per volledige journey wordt nagedacht over wat het meest geëigende kanaal is. Terwijl veel journey's momenten kennen waarop

mensen een enorme toegevoegde waarde hebben, en andere fasen baat hebben bij het gemak van digitaal.

Vanuit deze thema's zijn in een design thinking proces met consortiumpartners mogelijke interventies ontworpen. Komende maanden worden de interventies getest en geëvalueerd bij consortium partners RET, Vitens en de Belastingdienst. De resultaten daarvan zullen in een volgende consortium bijeenkomst worden gepresenteerd.

Meer weten over dit project? Neem een kijkje op onze [projectpagina](#), meld je aan voor onze nieuwsbrief en/of sluit je aan bij de LinkedIn groep van dit project. Het is uiteraard ook altijd mogelijk even contact op te nemen met één van de onderzoekers.