Willem: “we staan voor bijzonder persoonlijk én voor kwaliteit leveren”

“Het motto ‘bijzonder persoonlijk’ onderschrijf ik volledig. Deze begrippen zijn de kern voor mij. Alles wat wij doen in de organisatie en voor onze klanten is daarvan afgeleid. We proberen het voor onze klanten goed te doen, goed te luisteren. Daarvoor is inlevingsvermogen van ons als ambtenaren van uitermate groot belang. In het verleden lag de focus van ons werk vooral op het goed toepassen van wet- en regelgeving, eenduidig en voor eenieder vanuit diezelfde uitgangspunten. Van de ambtenaar van nu, anno 2021, worden ook en vooral andere kwaliteiten gevraagd. Zet de inwoner centraal, denk mee in het mogelijk maken, juist binnen de kaders van wet- en regelgeving. Niet ‘nee dat kan niet, maar meedenken met de mensen en hun wensen hoe het wel zou kunnen.” Als een spraakwaterval vertelt Willem van den Heuvel, directeur bedrijfsvoering en dienstverlening wat er allemaal om aandacht vraagt rondom het thema dienstverlening.

Omgekeerde toets
Willem is de motivator van het onderwerp, zo vertelt Dorothee de Louw als projectleider dienstverlening. Willem staat ook volledig achter de meetmethode “Klantinfocus”, die we toepassen in Meierijstad. Hij gelooft er erg in dat we steeds een stukje beter kunnen worden.

Hij vervolgt: “Een heel goed voorbeeld van “bijzonder persoonlijk” kennen we binnen het sociaal domein waar we werken met de omgekeerde toets. Die passen we toe bij de vragen die inwoners hebben op het gebied van sociaal maatschappelijke ondersteuning. We starten vanuit het probleem wat de inwoner ervaart en kijken dan pas welke regelingen we moeten en kunnen toepassen. Op bezoek gaan bij de mensen en in de thuissituatie beoordelen waar de problemen zijn, breder te kunnen kijken dan alleen de vraag. De vraag achter de vraag te ontdekken. Dat is een hele andere manier van werken. Medewerkers uit het sociaal domein zijn allemaal getraind in de Omgekeerde Toets. Een methodiek die in den lande ook veel navolging krijgt en ook wij in Meierijstad zijn hiervan gecharmeerd. Bij ruimtelijke vraagstukken en vergunningen willen we ook die kant op, want dat is volgens mij de essentie van de nieuwe Omgevingswet én de essentie van bijzonder persoonlijke dienstverlening.”

Meten is weten
“Ik geloof niet in een groot onderzoek ééns per jaar, maar wil juist een voortdurende check. We meten veel processen op een adequate en heel eenvoudige manier. We stellen maar drie vragen: Wat vond u van de dienstverlening. Wat zou anders of beter kunnen. Mogen wij u telefonisch benaderen voor toelichting.
Met die eerste vraag gaat het om een indicatie van de waardering en dat geeft een eerste beeld. Maar de tweede en derde vraag, dáár gaat het om: door de open vraag te stellen “wat zou er anders of beter kunnen” willen we horen waarop we kunnen verbeteren. Daarbij is iedere reactie even waardevol. Het gaat immers om de beleving van de klant.
We hebben hierdoor al veel processen kunnen verbeteren of vereenvoudigen. Het leidt tot kleine verbeteringen, ook in houding en gedrag van onze medewerkers. We willen een lerende organisatie zijn. De processen optimaliseren. Ik wil graag dat eenieder een

permanente verbetermentaliteit toont, allemaal om voor onze inwoners goede kwaliteit te bieden.” Ik zie ook dat dat steeds beter gaat in de organisatie.

Jullie willen een 8 voor dienstverlening, waarom een 8?
“Ik zeg altijd: Had je vroeger een 8 op school gehaald dan vonden je ouders dat zeer goed. Die lijn van ‘zeer goed’ willen we halen met onze organisatie. Onze klanten (de inwoners en ondernemers) hebben recht op een zeer goede dienstverlening: **Bijzonder Persoonlijk.**

Ik ben ook erg blij met het onderzoek van de Rekenkamercommissie over onze dienstverlening. Zij vinden dat we nog beter kunnen uitleggen waarom we voor die 8 gaan. Ik hoop dat mijn voorbeeld van zojuist het wat duidelijker maakt.
En eerlijk gezegd vind ik het antwoord op de vraag “wat zou er beter en anders kunnen” en wat we met die antwoorden doen, veel belangrijker dan het cijfer. Iedere dag een beetje beter willen worden, dan laat je zien dat je een lerende organisatie bent en actief met de mening van je klanten aan de slag bent.