



Klanttevredenheidsonderzoek Mantelfoon 2021

Mia Dieters, Tjisse Bosch, Mensje van Puffelen

Contactgegevens

3 december, 2021.

Mia Dieters

mdieters@dsp-groep.nl

020 625 75 37

Tjisse Bosch

tbosch@dsp-groep.nl

Mensje van Puffelen

mvanpuffelen@dsp-groep.nl

Met medewerking van: I&O Research

Dit rapport bevat de uitkomsten van het klanttevredenheidsonderzoek (meting 1) van Mantelfoon in 2021.

Inhoud

1	Inleiding	4
1.1	Mantelfoon	4
1.2	Thema's onderzoek	5
1.3	Werkwijze	6
1.4	Leeswijzer	6
2	Resultaten klanttevredenheidsonderzoek	7
2.1	Beoordeling Mantelfoon	7
2.2	Bekendheid Mantelfoon	9
2.3	De dienstverlening	11
2.4	Aandachtpunten voor de toekomst	13
3	Conclusies en aanbevelingen	15
3.1	Conclusies	15
3.2	Aanbevelingen	16

1 Inleiding

Mantelzorgers in de gemeente Rotterdam die op zoek zijn naar informatie of een luisterend oor, kunnen sinds mei 2020 bij Mantelfoon terecht; een telefonisch steunpunt voor mantelzorgers en professionals dat 24 uur bereikbaar is via het gratis telefoonnummer 0800 – 777 3333. Professionals kunnen ook direct bellen naar 010- 261 41 66. Ook organisaties die met mantelzorgers werken of te maken hebben, kunnen aankloppen bij Mantelfoon. De uitvoering is in handen van wmo radar, in opdracht van de gemeente Rotterdam.

In 2021 is door DSP-groep in opdracht van de gemeente Rotterdam en wmo radar een partner-tevredenheidsonderzoek en een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd naar de ervaring van partners en gebruikers met Mantelfoon. De bevindingen van het klanttevredenheidsonderzoek zijn samengevat in dit rapport. De bevindingen van het partnertevredenheidsonderzoek staan in het rapport Partnertevredenheidsonderzoek Mantelfoon 2021.

1.1 Mantelfoon

Er zijn in Nederland ongeveer 5 miljoen mantelzorgers, ook in Rotterdam zijn er veel mensen die – veelal dagelijks – zorgen voor hun naaste of een bekende. Het gemeentebestuur van Rotterdam achtte het om deze reden noodzakelijk om een steunpunt te ontwikkelen om mantelzorgers te ontlasten.¹ Onder uitvoering van wmo radar en De ZorgCentrale (beide onderdeel van Inluzio) is zodoende Mantelfoon opgericht.

Telefonisch mantelzorgsteunpunt

Mantelfoon is een 24 uurs-bereikbaar telefonisch mantelzorgsteunpunt, welke de zorg draagt voor de stedelijke ondersteuningsstructuur voor alle mantelzorgers van Rotterdammers en voor alle mantelzorgontvangers uit Rotterdam. Dit doet Mantelfoon door een luisterend oor te bieden en mee te denken over wat mogelijk is om de mantelzorger in kwestie te ontlasten.

Het ondersteuningsproces

Wanneer een mantelzorger belt naar Mantelfoon krijgt hij/zij een medewerker van de frontoffice aan de telefoon met een achtergrond in de zorg. De mantelzorger kan zijn/haar verhaal kwijt, en de medewerker luistert met aandacht. In sommige gevallen is dit voldoende, in andere gevallen hebben mantelzorgers meer ondersteuning nodig. Op dat moment wordt het telefoontje doorverbonden met de backoffice van Mantelfoon, waar zogeheten mantelzorgcoaches de mantelzorger verder begeleiden, en eventueel

¹ <https://mantelfoon.nl/over-mantelfoon/>

gekoppeld aan de juiste organisaties.² Intern beschikt Mantelfoon over medewerkers met brede expertise. Het team bestaat uit een GGZ specialist, een mantelzorgmakelaar, en een specialist op het gebied van jeugd.

Te onderscheiden diensten

Grofweg vallen binnen het steunpunt Mantelfoon de volgende diensten te onderscheiden:

- 1 Allereerst is Mantelfoon er voor de mantelzorger.* Dit houdt in dat mantelzorgers 24 uur per dag kunnen bellen naar het steunpunt met vragen of om simpelweg het hart te luchten. Mantelfoon heeft zicht op de lokale en specialistische zorg in Rotterdam en fungeert als 'spin in het web', als verbinder tussen de formele en informele zorg. Als Mantelfoon geen antwoord kan geven op de betreffende vraag van de mantelzorger wordt deze gekoppeld aan het juiste punt.
- 2 Daarnaast is Mantelfoon er ook voor de hulpverleners en zorgaanbieders.* Ook zij kunnen bellen naar Mantelfoon op het moment dat ze een specifieke expertisevraag hebben, of willen overleggen over casuïstiek. Mantelfoon beantwoordt de vraag, overlegt met de betreffende hulpverlener of koppelt aan het juiste punt.
- 3 Binnen dit proces vindt een wisselwerking plaats,* want hulpverleners en zorgaanbieders kunnen ook hulpvragende mantelzorgers doorverwijzen naar Mantelfoon als ze het antwoord niet weten.

Afname diensten

In mei 2020 is Mantelfoon officieel van start gegaan. Vanaf het moment van lancering tot en met (23) augustus 2021, heeft Mantelfoon 908 bellers gehad.

1.2 Thema's onderzoek

Een vereiste van het programma 'Mantelzorgsteunpunt', later Mantelfoon, is dat er in september jaarlijks een meting van de klant- en partnertevredenheid over Mantelfoon plaatsvindt over het afgelopen jaar. Het klanttevredenheidsonderzoek moet inzicht geven in de mate van tevredenheid, de ervaringen en eventuele verbeterpunten omtrent de dienstverlening van Mantelfoon. De belangrijkste thema's die in de interviews aan bod zijn gekomen zijn: de bekendheid van Mantelfoon, het gebruik van de verschillende dienstverleningen, de waardering van deze dienstverleningen, de zichtbaarheid en vindbaarheid van Mantelfoon en de toegevoegde waarde van Mantelfoon nu en in de toekomst.

² <https://mantelfoon.nl/wp-content/uploads/2020/06/Flyer-Mantelfoon.pdf>

1.3 Werkwijze

Voor het klanttevredenheidsonderzoek zijn telefonische interviews met gebruikers gehouden. Vanaf november 2020 zijn bellers gevraagd of ze bereid zijn om mee te werken aan het onderzoek. 87 bellers die toestemming hadden gegeven voor een telefonisch interview zijn benaderd:

- 🕒 Bij 43 personen heeft het telefonisch benaderen niet geleid tot een interview omdat de betreffende persoon (toch) niet bereid was mee te werken, het telefoonnummer niet klopte of omdat mensen bij vraag 1 aangaven Mantelfoon niet te kennen. Hierdoor vallen ze automatisch buiten de doelgroep. Voor deze respondenten is de meest aannemelijke verklaring dat deze respondenten destijds gebeld hebben naar het 'mantelzorgsteunpunt' zonder (volledig) bewust te zijn van wat Mantelfoon is.
- 🕒 Bij 24 personen is het met 5 contact pogingen niet gelukt om de respondent te spreken. In totaal zijn er 20 geslaagde telefonische interviews afgenomen (23%).

Schets van de respondenten

Mantelfoon heeft klanten³ en ketenpartners die gebruikmaken van de diensten van Mantelfoon en ketenpartners waarmee Mantelfoon samenwerkt. In deze paragraaf gaan we in op de achtergrond van de gebruikers van Mantelfoon. Aantal bellers in 2020: 311, in 2021 (t/m 1 september): 634.

Van de gebruikers die met een telefonisch interview hebben deelgenomen aan het onderzoek, is gevraagd voor wie zij mantelzorger zijn. Van respondenten gaf **50%** (10 van de 20) aan mantelzorger te zijn voor een ouder. Daarnaast zorgt **15%** (3 van de 20) van de mantelzorgers voor een partner en geeft **25%** (5 van de 20) van de respondenten aan mantelzorger te zijn voor een kind.

Tot de categorie 'anders' behoren twee respondenten die zelf mantelzorg nodig hebben en een respondent is een direct familielid anders dan 'ouder, partner of kind'. Een van de twee respondenten die zelf mantelzorg nodig heeft, is tegelijkertijd mantelzorger voor een ander.

1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 worden de resultaten van het klanttevredenheidsonderzoek weergegeven. In hoofdstuk 3 staan de conclusies en aanbevelingen.

³ We gebruiken de term klant als we het hebben over mantelzorgers/bellers. Dit omdat het aansluit op de onderzoeksterminologie van klanttevredenheidsonderzoek.

2 Resultaten klanttevredenheidsonderzoek

In dit hoofdstuk beschrijven we de resultaten van het klanttevredenheidsonderzoek van Mantelfoon. De resultaten hebben betrekking op 20 respondenten met wie een telefonisch interview is gehouden omdat zij gedurende (eind 2020 of) 2021 gebruik hebben gemaakt van Mantelfoon.

2.1 Beoordeling Mantelfoon

In deze paragraaf gaan we in op de waardering van Mantelfoon door mantelzorgers. Daarbij beantwoorden we de volgende vragen:

- 🕒 Welk cijfer zou u geven voor de dienstverlening van Mantelfoon?
- 🕒 In hoeverre voelde u zich geholpen door Mantelfoon?
- 🕒 Wat vond u prettig aan de dienstverlening van Mantelfoon?
- 🕒 Zou u Mantelfoon aanraden aan bekenden die mantelzorger zijn?

Samengevat

De gesproken groep mantelzorgers is unaniem tevreden over Mantelfoon blijkt uit de beoordeling door respondenten. Geen van de respondenten geeft Mantelfoon een onvoldoende, in alle gevallen zouden gebruikers Mantelfoon aanbevelen bij anderen en het merendeel voelt zich goed geholpen.

De mantelzorgers waarderen in het bijzonder de bejegening en gespreksvoering. Het gaat dan om een 'fijn gesprek' en een 'luisterend oor'. Daarnaast refereren gebruikers aan de mate waarin zij geholpen zijn: meedenken en snelle reactie. Hieruit blijkt waardering voor de oplossingen en adviezen die Mantelfoon aandraagt en de proactieve werkwijze van Mantelfoon.

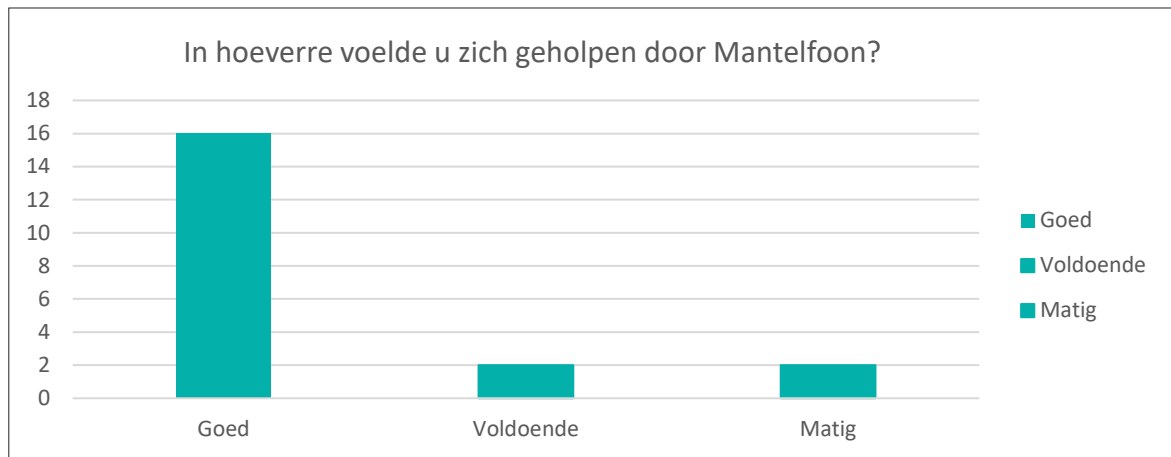
Toelichting

Beoordeling

Het gemiddelde cijfer dat gebruikers aan Mantelfoon toekennen is: **8,4**. Het laagste cijfer dat door gebruikers van Mantelfoon is gegeven is een **6** (één keer) en het hoogste cijfer een **10** (twee keer).

De gebruikers van Mantelfoon zijn dus positief over de dienstverlening. Zo geven ook alle respondenten (100%) aan dat ze Mantelfoon zouden aanraden aan bekenden wanneer die mantelzorger zijn en hulp nodig hebben omtrent het mantelzorgen. Van de respondenten voelt **80%** zich terugkijkend goed geholpen door Mantelfoon, tegen **10%** die zich voldoende geholpen voelt en **10%** matig geholpen. Geen van de respondenten geeft aan zich onvoldoende of slecht geholpen te voelen.

Grafiek 2.1: resultaten enquêtevraag 'In hoeverre voelde u zich geholpen door Mantelfoon?'



Ervaring contact met Mantelfoon

Op de vraag wat gebruikers van Mantelfoon als prettig hebben ervaren in hun contact worden de volgende reacties gegeven. De weergave hieronder betreft een selectie die de verscheidenheid aan reacties van respondenten illustreert:

- ⦿ de manier waarop [*diegene voor wie ik zorg*] werd geholpen;
- ⦿ dat er goed werd geluisterd en geholpen;
- ⦿ goede uitleg;
- ⦿ goed geluisterd, een fijn gesprek;
- ⦿ als je iets vraagt dan word je gelijk geholpen, en met een snelle reactie op iets;
- ⦿ ze nemen de tijd, ze bellen terug als ze een oplossing hebben en laten je niet vallen;
- ⦿ samen kijken naar oplossingen;
- ⦿ snel geholpen: heel dienstbaar en prettig;
- ⦿ medewerker Mantelfoon was vriendelijk en begaan;
- ⦿ meedenken en bereikbaarheid.

Wat meerdere keren terugkomt in de reactie van de gebruikers van Mantelfoon op wat zij als prettig hebben ervaren, is dat zij de bejegening en gespreksvoering waarderen. Daaruit blijkt dat deze gebruikers het contact met Mantelfoon ervaren als '*fijne gesprekken*'. In de reacties die daaraan refereren zitten termen als *goed geluisterd*, *vriendelijk*, *tijd nemen* en *samen*.

Daarnaast valt op dat een aantal respondenten refereert aan de mate waarin en de manier waarop zij geholpen zijn. In deze reacties zitten termen als *goed geholpen*, *meedenken*, *oplossing*, *snelle reactie* en *laten je niet vallen*. Daaruit blijkt dat een deel van de respondenten het waardeert dat Mantelfoon oplossingen geeft en dat Mantelfoon dat op een voor hen plezierige en actieve wijze doet.

2.2 Bekendheid Mantelfoon

In deze paragraaf gaan we in op de bekendheid van Mantelfoon onder gebruikers. We kijken daarbij naar zichtbaarheid, vindbaarheid en bereikbaarheid. We beantwoorden daarbij de volgende vragen:

- 🕒 Vindt u Mantelfoon goed vindbaar?
- 🕒 Vindt u Mantelfoon goed bereikbaar?
- 🕒 Hoe bent u bekend geraakt met Mantelfoon?

Samengevat

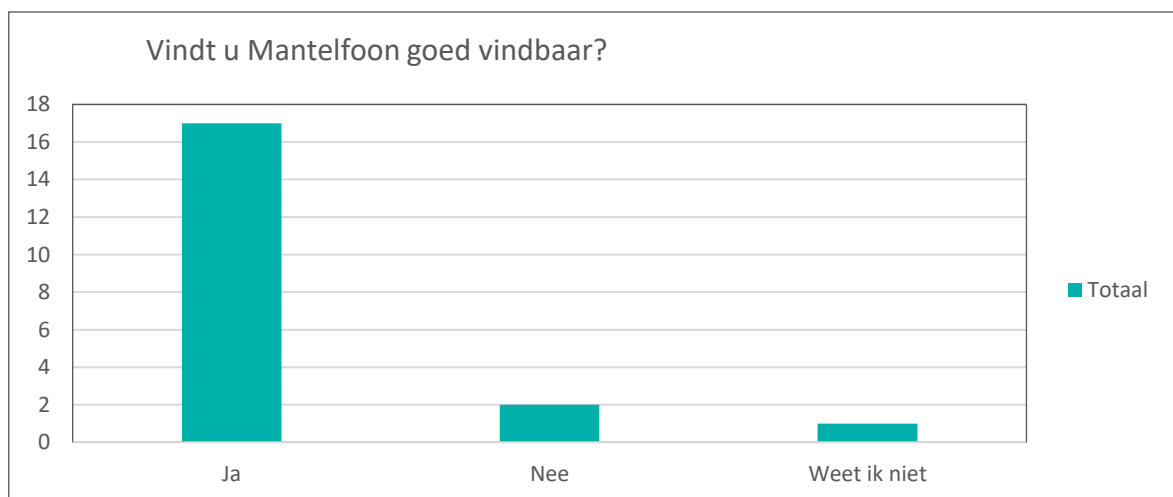
Volgens de respondenten is de bekendheid en vindbaarheid van Mantelfoon goed. Let wel, het betreft hier gebruikers die Mantelfoon hebben kunnen vinden. Bekendheid is met name gegenereerd via internet, posters en brochures en via persoonlijk contact (doorverwijzen, via via). Bij bekendheid via persoonlijk contact is er in de onderzoeksresultaten geen sprake van een meest voorkomende verwijzer.

Toelichting

Vindbaarheid en bereikbaarheid

Om de vindbaarheid en bereikbaarheid van Mantelfoon te inventariseren, zijn respondenten allereerst gevraagd naar hun beoordeling van de vindbaarheid en de bereikbaarheid van Mantelfoon. **85%** van de respondenten beoordeelt de vindbaarheid van Mantelfoon als goed (17 van de 20) en **100%** van de respondenten vindt Mantelfoon goed bereikbaar (20 van de 20).

Grafiek 2.2: resultaten enquêtevraag 'Vindt u Mantelfoon goed vindbaar?'



Bekendheid

Op de vraag hoe respondenten met Mantelfoon bekend zijn geraakt, wordt wisselend geantwoord. De manieren waarop respondenten met Mantelfoon in aanraking zijn gekomen zijn:

Tabel 2.1: resultaten enquêtevraag 'Hoe bent u bekend geraakt met Mantelfoon?'

Bekend met Mantelfoon via	Aantal respondenten
Internet	6
Brochure & posters (in Huizen van de Wijk, bij huisarts, ziekenhuis)	5
Anders, namelijk: 1) tv, 2) de gemeente en 3) een familielid	3
Doorverwijzing door wijkteammedewerker	2
Doorverwijzing door mantelzorgcoach	2
Reclameborden & bushokjes	2
Mond tot mond (via bekende)	1

In de reacties van respondenten valt op dat de twee meest genoemde manieren om met Mantelfoon bekend te raken via **internet** (6 keer genoemd) en via **brochures en posters** (5 keer genoemd) zijn. In beide gevallen komt de gebruiker zelf in aanraking met informatie over Mantelfoon. Daaruit blijkt dat de digitale communicatie en de communicatie via brochures en posters in ieder geval voor een deel van de gebruikers duidelijk en uitnodigend is.

Daarbij is met internet als meest genoemde reden opvallend dat digitale communicatie voor de bekendheid van Mantelfoon bij potentiële gebruikers van relatief grote waarde is. Daarnaast valt in de reacties van respondenten op dat meerdere mantelzorgers met Mantelfoon bekend raken doordat anderen hen doorverwijzen of erop attenderen. Het gaat om de volgende personen:

- 🕒 Wijkteammedewerker (2 keer genoemd)
- 🕒 Mantelzorgcoach (2 keer genoemd)
- 🕒 Een bekende (1 keer genoemd)
- 🕒 Een familielid (1 keer genoemd)

Opgeteld is bekendheid via persoonlijk contact dus een belangrijke factor voor Mantelfoon. Daarbij valt op dat het gaat om verschillende mensen en professionals: op basis van deze onderzoeksresultaten lijkt er niet een meest voorkomende verwijzer te zijn.

Er zijn ook antwoordcategorieën die door respondenten *niet* genoemd zijn als manier waarop ze met Mantelfoon bekend zijn geraakt. Het gaan om de volgende manieren:

- 🕒 Doorverwijzing door de huisarts
- 🕒 Krant (AD Rotterdam, Stadsdriehoek, Oude Westen buurtkrant, Havenloods (Stadskrant), Oud Rotterdammer)
- 🕒 Radio
- 🕒 Gezien op de markt
- 🕒 Nieuwsbrief (gemeente)
- 🕒 Taartenactie

Inzicht in deze categorieën kan door Mantelfoon gebruikt worden om de inzet op communicatie (verder) te richten op manieren die aantoonbaar leiden tot bekendheid, ofwel om de inzet op bekendheid via de niet

genoemde kanalen te evalueren en aan te passen. Het verschil tussen 1 keer en niet genoemd worden is met 20 respondenten echter relatief klein en vraagt daarom enige voorzichtigheid.

2.3 De dienstverlening

In deze paragraaf gaan we in op de dienstverlening van Mantelfoon. We beantwoorden daarbij de volgende vragen:

- ⦿ Waarom heeft u gebruik gemaakt van Mantelfoon?
- ⦿ Wat vindt u het belangrijkste aan een mantelzorgsteunpunt (zoals Mantelfoon)?
- ⦿ Voor wat voor soort ondersteuning zou u in de toekomst gebruik maken van de diensten van Mantelfoon?

Samengevat

De reden voor het gebruik van Mantelfoon is hoofdzakelijk praktisch advies. Dat advies gaat overwegend over mantelzorg in het algemeen en de beschikbaarheid dan wel het organiseren van zorg, voorzieningen en regelingen.

Toelichting

Reden om Mantelfoon te gebruiken

Respondenten is gevraagd waarom zij gebruik hebben gemaakt van Mantelfoon. Daarbij konden respondenten meerdere categorieën aangeven, waardoor het totaal aantal reacties (24) hoger is dan het aantal respondenten. Onderstaande tabel geeft de genoemde redenen weer:

Tabel 2.2: resultaten enquêtevraag 'Waarom heeft u gebruik gemaakt van Mantelfoon?'

Reden om van Mantelfoon gebruik te maken	Aantal respondenten
Ik wilde praktisch advies over Mantelzorg algemeen	8
Ik wilde praktisch advies over Zorg	4
Ik wilde praktisch advies over Gemeente	1
Ik wilde praktisch advies over Mantelzorgcoaching	1
Ik wilde praktisch advies over Ontmoeting/lotgenotencontact	1
Ik wilde praktisch advies over Hulpmiddelen	1
Ik wilde praktisch advies over Mantelzorgcompliment	1
Ik wilde praktisch advies over Mantelzorgparkeervergunning	1
Ik wilde praktisch advies over PGB	2
Ik was op zoek naar informatie over Mantelzorg algemeen	1
Ik was op zoek naar informatie over Gemeente	2
Ik was op zoek naar informatie over Wonen	1

In de reacties van respondenten valt op dat het merendeel gaat over praktisch advies (20 van de 24 reacties). Waar het **praktische advies** vervolgens over gaat, verschilt per respondent. Wel zit er een patroon in de onderwerpen, omdat ze overwegend gaan over mantelzorg in het algemeen en de beschikbaarheid dan wel het organiseren van zorg, voorzieningen en regelingen.

Naast praktisch advies betreft een klein deel van de reacties (4 van de 24) het zoeken naar informatie, wederom over verschillende onderwerpen. Geen van de respondenten heeft aangegeven Mantelfoon te gebruiken omdat zij zoeken naar de juiste instanties.

Belangrijkste elementen

De belangrijkste elementen van een mantelzorgsteunpunt zoals Mantelfoon worden door de respondenten als volgt genoemd:

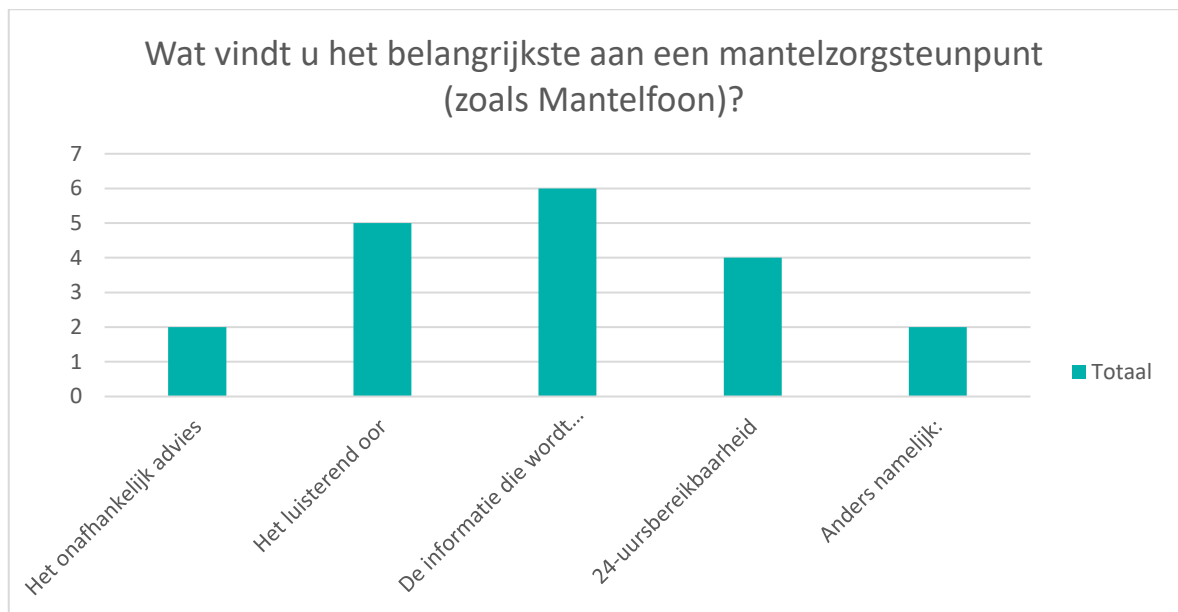
- 🕒 **De informatie die wordt gegeven** (6 van de 19)
- 👂 **Het luisterend oor** (5 van de 19)
- 🕒 **De 24-uursbereikbaarheid** (4 van de 19).

Eenzijds gaat het om hulp bij vragen (informatie geven), anderzijds om het sociale aspect (luisterend oor) dat niet de aanleiding was voor de respondenten om te bellen maar wel als belangrijke waarde wordt gezien.

Het onafhankelijk advies (2 van de 19) wordt hier minder vaak genoemd; dat is blijkbaar geen issue. Uit de vorige vraag blijkt dat *praktisch advies* de belangrijkste reden is om van Mantelfoon gebruik te maken.

Onderstaande grafiek geeft de resultaten weer.

Grafiek 2.3: resultaten enquêtevraag 'Wat vindt u het belangrijkste aan een mantelzorgsteunpunt?'



Toekomst

Respondenten is, tot slot, vooruitkijkend gevraagd waarvoor zij in de toekomst (mogelijk) gebruik zouden maken van Mantelfoon. Ook hier konden meerdere categorieën worden aangegeven, waardoor het totaal aantal reacties (42) hoger is dan het aantal respondenten.

In onderstaande tabel staan de genoemde redenen.

Tabel 2.3: resultaten enquêtevraag 'Voor wat voor soort ondersteuning zou u in de toekomst gebruik maken van de diensten van Mantelfoon?'

Reden om in de toekomst van Mantelfoon gebruik te maken	Aantal respondenten
Praktisch advies	15
Een luisterend oor	11
Vinden van de juiste instanties	10
Informatie	6

Uit de reacties van gebruikers van Mantelfoon valt op dat zij uiteenlopende redenen hebben om in de toekomst van Mantelfoon gebruik te maken. De belangrijkste reden blijft *praktisch advies* (15 van de 52 reacties).

Waarde van Mantelfoon

De waarde van Mantelfoon voor respondenten – zowel terugkijkend als vooruitkijkend – zit dus primair in *hulp op het gebied van zorg, mantelzorg, voorzieningen en regelingen*. Dat kan in de vorm van advies, maar respondenten geven vooruitkijkend ook aan dat hulp bij het *vinden van de juiste instanties* en *de juiste informatie* ook waardevol is.

Het valt op dat 11 respondenten hier "een luisterend oor" als reden noemen. Die reden kwam namelijk niet terug in de oorspronkelijke redenen om Mantelfoon te gebruiken. Het belang van een luisterend oor wordt overigens wel genoemd in de open reacties over wat respondenten in Mantelfoon waarderen (paragraaf 2.1) en wat zij belangrijk vinden voor een mantelzorgsteunpunt. Een luisterend oor lijkt dus niet de oorspronkelijke reden om te bellen, maar wordt wel gewaardeerd én is voor een deel van de respondenten reden om in de toekomst nogmaals te bellen.

2.4 Aandachtspunten voor de toekomst

In deze paragraaf gaan we in op de aandachtspunten voor de toekomst van Mantelfoon. We beantwoorden daarbij de volgende vraag:

- Wat kan er volgens u verbeterd worden aan de dienstverlening van Mantelfoon?

Het merendeel van de respondenten beantwoordt deze vraag met (een variatie op) "niets" of "geen idee". Vijf respondenten doen een suggestie voor verbetering.

Het gaat om:

- ① meer bekendheid aan geven;
- ① vindbaarheid op Google;
- ① meer zichtbaarheid, bijvoorbeeld met een campagne;
- ① meer richten op de problemen met de familie, omdat er geen rechten zijn voor mantelzorgers;
- ① betere kennis.

In deze suggesties gaan er 3 over de vindbaarheid en bekendheid van Mantelfoon, waarbij 1 specifiek gericht op vindbaarheid via internet en 1 specifiek op het vergroten van bekendheid via een campagne.

Daarnaast richten twee reacties zich op de beschikbare informatie en ondersteuning, waarbij 1 respondent een verbreding van de ondersteuning voorstelt en 1 respondent een algehele verbetering van de kennis. De respondent die pleit voor betere kennis is dezelfde respondent die zich 'matig' geholpen voelde door Mantelfoon; mogelijk zit daarin een verband.

3 Conclusies en aanbevelingen

3.1 Conclusies

In deze conclusie blikken we terug op de beoordeling, de succesfactoren en de verbeterpunten die uit de reactie van gebruikers van Mantelfoon naar voren zijn gekomen.

Positief oordeel

De gebruikers zijn unaniem tevreden over Mantelfoon, blijkt uit het feit dat geen van de respondenten een onvoldoende geeft. In alle gevallen zouden gebruikers Mantelfoon aanbevelen bij anderen en het merendeel voelt zich goed geholpen. De gemiddelde beoordeling is een **8,4**. Enige kanttekening die hierbij gemaakt kan worden, is het relatief lage aantal respondenten in het klanttevredenheidsonderzoek. Het is waardevol om het aantal respondenten te vergroten voor een representatiever beeld van de ervaring van klanten.

De gebruikers waarderen in het bijzonder de bejegening en gespreksvoering. Het gaat dan om een 'fijn gesprek' en een 'luisterend oor'. Daarnaast refereren gebruikers aan de mate waarin zij geholpen zijn: meedenken, snelle reactie. Hieruit blijkt waardering voor de oplossingen en adviezen die Mantelfoon aandraagt en de proactieve werkwijze van Mantelfoon.

Bereikbaarheid en vindbaarheid goed

Volgens de respondenten is de bereikbaarheid en vindbaarheid van Mantelfoon goed. Let wel, het betreft hier gebruikers die Mantelfoon hebben kunnen vinden. Bekendheid is met name gegenereerd via internet, posters en brochures en via persoonlijk contact (doorverwijzen, via-via). Bij bekendheid via persoonlijk contact is er in de onderzoeksresultaten geen sprake van een vaste doorverwijzer.

Vooral voor praktisch advies, met waardering voor luisterend oor

De waarde van Mantelfoon voor respondenten – zowel terugkijkend als vooruitkijkend – is gelegen in *hulp op het gebied van zorg, mantelzorg, voorzieningen en regelingen*. Dat kan in de vorm van praktisch advies. *Onafhankelijk advies* speelt voor de respondenten een minder grote rol. Hierin schuilt mogelijk een risico op spraakverwarring. Rode draad lijkt te zijn: waardering voor hulp in termen van advies, informatie en oplossingen. Ook wordt gewaardeerd dat Mantelfoon oplossingen geeft en dat Mantelfoon dat op een plezierige en actieve wijze doet.

Respondenten zijn positief over de bejegening en gespreksvoering. Zij ervaren het contact met Mantelfoon als *'fijne gesprekken'*. Dat zou een verklaring kunnen zijn dat respondenten "een luisterend oor" als reden geven om in de toekomst Mantelfoon te gebruiken, terwijl die reden niet terugkwam in de oorspronkelijke

reden om Mantelfoon te gebruiken. Het belang van een luisterend oor is overigens wel zichtbaar in de open reacties over hetgeen respondenten in Mantelfoon waarderen. Een luisterend oor lijkt dus niet de oorspronkelijke reden om te bellen, maar wordt wel gewaardeerd én is voor een deel van de respondenten reden om in de toekomst nogmaals te bellen.

Suggesties voor verbetering

Uit het klanttevredenheidsonderzoek volgt slechts een aantal suggesties voor verbetering. Allereerst benoemen enkele gebruikers kansen om verder te investeren in bekendheid. Daarnaast bepleiten twee mantelzorgers het blijven investeren in de juiste kennis en het verbreden van de scope.

3.2 Aanbevelingen

Over Mantelfoon:

- 1 Waardeer en koester de dienstverlening.** De diverse en praktische dienstverlening van Mantelfoon wordt gewaardeerd. Zeker in combinatie met de bejegening en proactieve houding. De eerste aanbeveling vanuit de ervaring van klanten is dan ook om deze dienstverlening goed te behouden.
- 2 Blijf investeren in bekendheid voor mantelzorgers.** Een belangrijke aanbeveling vanuit klanten en partners is het gericht blijven investeren in bekendheid op aangegeven kanalen. Inzicht in de door klanten genoemde manieren – digitaal, via posters, brochures en ook via persoonlijk contact – kan door Mantelfoon gebruikt worden om de inzet op communicatie (verder) te richten op manieren die aantoonbaar leiden tot bekendheid, ofwel om de inzet op bekendheid via de niet genoemde kanalen te evalueren en aan te passen. Waarbij we wel wijzen op de relatief lage respons; blijf dus kritisch onderzoeken.

Over het klanttevredenheidsonderzoek:

Verhoog de respons van het klanttevredenheidsonderzoek. De uitkomsten van het klanttevredenheidsonderzoek zijn positief. Enige kanttekening hierbij is het relatief lage aantal respondenten. Het is voor zowel de zeggingskracht van de onderzoeksresultaten, als voor het leereffect waardevol om het aantal respondenten te verhogen. Op basis van de ervaring in het benaderen van respondenten adviseren we om een kortere periode tussen gebruik Mantelfoon en afname interview voor het klanttevredenheidsonderzoek te hanteren. Idealiter binnen een periode van een maand, maar om het werkbaar en efficiënt te houden in ieder geval binnen 3 maanden. Het helpt daarbij ook om in het eerste contact direct om toestemming voor deelname aan het klanttevredenheidsonderzoek te vragen.

DSP-groep BV
Van Diemenstraat 410
1013 CR Amsterdam
+31 (0)20 625 75 37

dsp@dsp-groep.nl
KvK 33176766
www.dsp-groep.nl

DSP-groep is een onafhankelijk bureau voor onderzoek, advies en management, gevestigd aan de IJ-oeveren in Amsterdam. Sinds de oprichting van het bureau in 1984 werken wij veelvuldig in opdracht van de overheid (ministeries, provincies en gemeenten), maar ook voor maatschappelijke organisaties op landelijk, regionaal of lokaal niveau. Het bureau bestaat uit 40 medewerkers en een groot aantal freelancers.

Dienstverlening

Onze inzet is vooral gericht op het ondersteunen van opdrachtgevers bij het aanpakken van complexe beleidsvraagstukken binnen de samenleving. We richten ons daarbij met name op de sociale, ruimtelijke of bestuurlijke kanten van zo'n vraagstuk. In dit kader kunnen we bijvoorbeeld een onderzoek doen, een registratie- of monitorsysteem ontwikkelen, een advies uitbrengen, een beleidsvisie voorbereiden, een plan toetsen of (tijdelijk) het management van een project of organisatie voeren.

Expertise

Onze focus richt zich met name op de sociale, ruimtelijke of bestuurlijke kanten van een vraagstuk. Wij hebben o.a. expertise op het gebied van transitie in het sociaal domein, kwetsbare groepen in de samenleving, openbare orde & veiligheid, wonen, jeugd, sport & cultuur.

Meer weten?

Neem vrijblijvend contact met ons op voor meer informatie of om een afspraak te maken. Bezoek onze website www.dsp-groep.nl voor onze projecten, publicaties en opdrachtgevers.

