

B I P T

**BELGISCH INSTITUUT VOOR POSTDIENSTEN
EN TELECOMMUNICATIE**

**ADVIES VAN DE RAAD VAN HET BIPT
VAN 28 FEBRUARI 2013
MET BETREKKING TOT
HET VERBETERINGSPLAN 2011 EN HET ACTIEPLAN 2012 NAAR
AANLEIDING VAN HET KLANTENTEVREDENHEIDSONDERZOEK 2011**

INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING.....	3
2.	HET JURIDISCHE KADER	4
3.	DE KLANTENTEVREDENHEIDSMETING	6
3.1.	METHODE VAN HET KLANTENTEVREDENHEIDSONDERZOEK.....	6
3.2.	ORGANISATIE VAN HET ONDERZOEK.....	6
3.3.	METING VIA EEN PUNTENSCHAAL.....	7
4.	DE RESULTATEN VAN DE KLANTENTEVREDENHEIDSMETING 2011.....	8
4.1.	ALGEMENE KLANTENTEVREDENHEID.....	8
4.2.	TEVREDENHEID BETREFFENDE DE WACHTTIJD AAN DE POSTLOKETTEN EN POSTPUNTEN.....	9
4.3.	TEVREDENHEID BETREFFENDE DE OPENINGSUREN VAN DE POSTKANTOREN EN POSTPUNTEN BUITEN DE NORMALE KANTOORUREN.....	11
4.4.	TEVREDENHEID BETREFFENDE DE TOEGANKELIJKHEID VAN DE POSTKANTOREN/ POSTPUNTEN EN IN HET BIJZONDER VOOR PERSONEN MET EEN HANDICAP.....	13
5.	HET VERSLAG BETREFFENDE DE UITVOERING VAN HET VERBETERINGSPLAN 2011 EN HET BIPT-ADVIES TER ZAKE	14
5.1.	VERBETEREN VAN DE BESTELLINGSKWALITEIT.....	15
5.1.1.	Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen	15
5.1.2.	De evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT	15
5.2.	WACHTTIJDEN.....	16
5.2.1.	Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen	16
5.2.2.	Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT.....	17
5.3.	KWALITEIT VAN DE DIENSTVERLENING IN DE POSTKANTOREN EN POSTPUNTEN.....	17
5.3.1.	Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen	17
5.3.2.	Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT.....	17
5.4.	TOEGANKELIJKHEID VAN HET NETWERK.....	18
5.4.1.	Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen	18
5.4.2.	Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT.....	18
5.5.	SPECIFIEKE DIENSTEN/PRODUCTEN EN VERKOOPSKANALEN VOOR ZELFSTANDIGEN, VRIJE BEROEPEN EN KLEINE ONDERNEMINGEN.....	19
5.5.1.	Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen	19
5.5.2.	Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT.....	19
5.6.	OPTIMALISEREN VOOR DE FACTURERING AAN BEDRIJFSKLANTEN.....	20
5.6.1.	Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen	20
5.6.2.	Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT.....	20
5.7.	KLACHTENBEHANDELING EN KLANTENDIENST	21
5.7.1.	Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen	21
5.7.2.	Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT.....	19
5.8.	DUIDELIJKE INFORMATIE BETREFFENDE PRODUCTEN EN DIENSTEN.....	21
5.8.1.	Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen	21
5.8.2.	Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT.....	22
5.9.	IMAGO VAN BPOST	22
5.9.1.	Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen	22
5.9.2.	Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT.....	22
5.10.	KLANTENTEVREDENHEIDSMETING BEKENDMAKEN ONDER DE MEDEWERKERS.....	23
5.10.1.	Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen	23
5.10.2.	Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT.....	23
6.	HET ACTIEPLAN 2012 EN HET BIPT-ADVIES TER ZAKE	24
7.	ALGEMENE CONCLUSIE.....	26

1. INLEIDING

Dit BIPT-advies wordt genomen naar aanleiding van de klantentevredenheidsmeting 2011 die werd uitgevoerd door bpost met betrekking tot haar taken van openbare dienst, conform artikel 18¹ van het vierde beheerscontract.

Het advies is opgedeeld in de volgende rubrieken:

- het juridische kader;
- de klantentevredenheidsmeting;
- de resultaten van de klantentevredenheidsmeting 2011;
- het verslag betreffende de uitvoering van het verbeteringsplan 2011 en het BIPT-advies ter zake;
- het actieplan 2012 en het BIPT-advies ter zake;
- de conclusie.

Het dossier werd door bpost in september 2012 overgemaakt aan het BIPT in tegenstelling tot het voorgaande jaar waarin het dossier werd overgemaakt in de loop van mei.

Op 8 januari 2013 heeft de Raad van het BIPT het ontwerp advies goedgekeurd. Dit ontwerp advies werd via een schrijven van 14 januari 2013 toegezonden naar bpost om na te gaan welke gegevens vallen onder de vertrouwelijkheid of onder het zakengeheim.

Op 30 januari 2013 en 6 februari 2013 stelt bpost ons in kennis dat de informatie vervat in het ontwerp advies niet confidentieel is en had bpost verder drie gerichte opmerkingen. Het definitieve advies werd aangepast rekening houdend met de geformuleerde opmerkingen.

¹ In artikel 18 van het vierde beheerscontract wordt geschreven: "bpost dient, onder controle van het BIPT, regelmatig en minstens jaarlijks een meting uit te voeren van de klantentevredenheid met betrekking tot de uitvoering door bpost van haar opdrachten van openbare dienst. De resultaten van die meting worden jaarlijks gepubliceerd. De meting bevat ondermeer de klantentevredenheid met betrekking tot de wachttijd aan de loketten.

Verder zal bpost jaarlijks aan de Staat een plan voorleggen met acties met betrekking tot die punten die de meting aanduidt als vatbaar voor verbetering. bpost zal eveneens jaarlijks aan de Staat een verslag voorleggen over de uitvoering van het plan. Beide verslagen worden door bpost voor advies voorgelegd aan het BIPT alvorens deze overgezonden worden aan de Staat. De in deze alinea vermelde verplichtingen voor bpost hebben betrekking op acties die de kleingebruiker aanbelangen.

bpost zal passende maatregelen nemen om de wachttijd aan de loketten te beperken."

2. HET JURIDISCHE KADER

Het BIPT controleert met de klantentevredenheidsmeting de uitvoering door bpost van haar opdrachten van openbare dienst. Daarnaast geeft het BIPT ook advies betreffende het actieplan met de punten die de meting aangeduid heeft als vatbaar voor verbetering enerzijds en over het verslag betreffende de uitvoering van het zonet vermelde actieplan anderzijds.²

Dit advies kadert in de algemene toezichtsverplichting die het BIPT heeft op de naleving van het beheerscontract tussen de Staat en bpost conform artikel 14 §1, 6^o van de wet van 17 januari 2003 betreffende het statuut van het BIPT.³

Meer specifiek betreft het in dit advies de elementen:

- toezien op de kwaliteit van de dienstverlening van bpost via het klantentevredenheidsonderzoek;
- het BIPT-advies met betrekking tot de uitvoering van het verbeteringsplan 2011 en het actieplan 2012;
- de publicatie van de resultaten van het klantentevredenheidsonderzoek.

Verder stelt het vierde beheerscontract in artikel 18 dat bpost de passende maatregelen zal nemen om de wachttijd aan de loketten te beperken.⁴

Artikel 21 van het vierde beheerscontract verbindt bpost ertoe om de toegankelijkheid van haar postale service-punten (kantoren en postpunten) te verhogen voor personen met een handicap. De naleving van deze verplichting zal deel uitmaken van de meting van de klantentevredenheid.⁵

Daarnaast bepaalt artikel 22 van hetzelfde beheerscontract dat bpost erop toeziet dat de postkantoren gedurende enkele uren per week open zijn buiten de kantooruren. De behoeften van de klanten met betrekking tot de openingsuren zullen deel uitmaken van de meting van de klantentevredenheid waarin artikel 18 van dit beheerscontract voorziet.⁶

² Zie voetnoot 1

³ Artikel 14 § 1, 6^o van de wet van 17 januari 2003 met betrekking tot het statuut van de regulator van de Belgische post- en telecommunicatiesector bepaalt: "Het Instituut houdt toezicht op de uitvoering van de opdrachten van openbare dienst die door de Staat uitbesteed worden in de postsector en in de sector van de elektronische communicatie. Het Instituut informeert zowel de Minister bevoegd voor de Postsector als de minister bevoegd voor Overheidsbedrijven over de uitvoering van het beheerscontract."

⁴ Zie voetnoot 1

⁵ Artikel 21 van het vierde beheerscontract bepaalt: "bpost verbindt er zich toe om te zorgen voor een makkelijke toegang voor mindervaliden. Bij verbouwingswerken van structurele aard in de nieuwe postkantoren, verbindt bpost zich ertoe te zorgen voor een makkelijke toegang voor mindervaliden voor zover de stedenbouwkundige voorschriften en de huurcontracten het toelaten en voorzover de kosten van de structurele aanpassingen in een redelijke verhouding staan ten opzichte van de totale kost." bpost zal redelijke inspanningen leveren om deze verplichting als middelenverbintenis op te leggen aan de nieuwe en in verbouwing zijnde postwinkel of posthalte. De naleving door bpost van deze verplichting zal deel uitmaken van de meting van de klantentevredenheid voorzien in artikel 18 van dit beheerscontract.

⁶ Artikel 22 van het vierde beheerscontract bepaalt: "bpost ziet erop toe dat de postkantoren tenminste gedurende enkele uren per week open zijn buiten de kantooruren. De behoeften van de klanten met betrekking tot de openingsuren zullen deel uitmaken van de meting van de klantentevredenheid voorzien in artikel 18 van dit beheerscontract."

Ten slotte bepaalt artikel 27 van het vierde beheerscontract dat volgend op de eerste voorlegging door bpost aan de Staat van het verbeteringsplan waarvan sprake in artikel 18, de partijen de nadere regels van een specifiek sanctieregime zullen bespreken.⁷ Tot op heden is dit niet gebeurd hoewel bpost al eind 2006 een verbeteringsplan heeft overgemaakt aan de Staat.

In principe is het vierde beheerscontract verlopen op 23 september 2010, maar het vijfde beheerscontract is momenteel nog niet in werking getreden aangezien de Staat en bpost wachten op de goedkeuring van dit nieuwe contract door de Europese Commissie. Indien bij het verstrijken van een beheerscontract geen nieuw beheerscontract is in werking getreden, wordt het van rechtswege verlengd, tot op het ogenblik dat een nieuw beheerscontract is in werking getreden.⁸ De verlenging van het vierde beheerscontract tussen bpost en de Belgische Staat werd gepubliceerd in het Belgische Staatsblad van 23 september 2010.

⁷ Artikel 27 van het vierde beheerscontract bepaalt: “Volgend op de eerstkomende voorlegging door bpost aan de Staat van het plan waarvan sprake in artikel 18 zullen de partijen de modaliteiten van een specifiek sanctiesysteem bespreken.”

⁸ Artikel 5 § 3 van de wet van 21 maart 1991 betreffende de hervorming van sommige economische overheidsbedrijven bepaalt: “Indien bij het verstrijken van een beheerscontract geen nieuw beheerscontract is in werking getreden, wordt het van rechtswege verlengd, tot op het ogenblik dat een nieuw beheerscontract is in werking getreden. Deze verlenging wordt in het Belgisch Staatsblad bekendgemaakt door de minister onder wie het overheidsbedrijf ressorteert.”

3. DE KLANTENTEVREDENHEIDSMETING

Hieronder vindt men een summiere omschrijving van de methode, de organisatie alsook de puntenschaal van het klantentevredenheidsonderzoek dat door bpost werd uitgevoerd in 2011 onder controle van het BIPT.

Tot en met 2007 gebeurde dit onderzoek op basis van persoonlijke interviews. Sinds 2008 gebeurt dit op basis van telefonische interviews in plaats van persoonlijke interviews en is ook de samenstelling van de steekproef gewijzigd. De resultaten van de klantentevredenheidsmeting voor de periode van 2003 tot en met 2006 werd door bpost herberekend conform de nieuwe methode.

Gezien de kwaliteitsaspecten van het vierde beheerscontract vooral betrekking heeft op particulieren en kleine zakelijke gebruikers, wordt om de klantentevredenheid te berekenen van de bedrijven enkel rekening gehouden met de resultaten van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen (< 5 werknemers).

3.1. Methode van het klantentevredenheidsonderzoek

De algemene karakteristieken van het tevredenheidsonderzoek:

- de interviews worden uitgevoerd door een onafhankelijk onderzoeksbureau (Synovate);
- het betreft een continue meting (ongeveer 270 interviews per maand);
- in principe gebaseerd op een steekproef "ad random";
- steunend op telefonische interviews via de "CATI-methode" (Computer Assisted Telephone Interview).

3.2. Organisatie van het onderzoek

Voor de elementen weerhouden in het klantentevredenheidsonderzoek 2011 wordt er een onderscheid gemaakt tussen twee doelgroepen, namelijk:

- de particuliere gebruikers;
- de bedrijven met name de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen (< 5 werknemers).

Voor zowel de particulieren als de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen zijn er telefonische interviews uitgevoerd van elk 20 minuten (ongeveer 270 interviews per maand), met name:

- 1620 voor particulieren;
- 1620 voor de bedrijven met name de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen.

3.3. Meting via een puntenschaal

De bevroagden konden de diverse vragen beoordelen op een 7 puntenschaal, namelijk:

- 7 zeer tevreden
 - 6 tevreden
 - 5 eerder tevreden
- } = tevreden
- 4 noch tevreden, noch ontevreden
 - 3 eerder ontevreden
 - 2 ontevreden
 - 1 zeer ontevreden
- } = ontevreden

In de tevredenheidsberekening van bpost worden klanten die 5, 6 of 7 als score geven beschouwd als “tevreden klanten”. Dus ook de klanten die “eerder tevreden” waren, worden bij de berekening beschouwd als “tevreden klanten”. Dezelfde redenering geldt voor de “ontevreden klanten”, daar klanten die “eerder” ontevreden waren, worden gezien als “ontevreden klanten”. Met dit element moet men rekening houden bij de interpretatie van de resultaten.

4. DE RESULTATEN VAN DE KLANTENTEVREDENHEIDSMETING 2011

4.1. Algemene klanttevredenheid

De tevredenheid wordt gemeten aan de hand van 11 tevredenheidsindexen. De eerste index is “algemene tevredenheid” en vormt een antwoord op de vraag: “In het algemeen, hoe tevreden bent u over bpost?”. De tien andere tevredenheidsscores betreffen specifieke onderzoeksdomeinen. Voor ieder onderzoeksdomein worden diverse vragen gesteld. In de onderstaande tabel vindt u de resultaten voor elk domein:

- het versturen en ontvangen van brievenpost;
- het versturen en ontvangen van pakjes;
- het ontvangen van kranten en tijdschriften;
- de aangetekende zendingen;
- de informatieverstrekking aan klanten;
- de fysieke toestand van het postkantoor;
- de dienstverlening in het postkantoor;
- de postpunten;
- de e-shop;
- de klantendienst.

TABEL 1: ALGEMEEN TEVREDENHEIDSONDERZOEK

	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2010****	2011****
% tevredenheid (score 5-7)											
Algemene tevredenheid	71	74	75	76	75	82	81	83	78	78	76
Versturen - ontvangen brievenpost**	80	79	81	83	84	86	86	86	85	79	78
Versturen - ontvangen pakjes***	95	94	94	96	94	92	94	92	89	87	89
Ontvangen kranten & tijdschriften	93	94	95	96	94	89	93	92	90	89	88
Aangetekende zendingen	76	70	71	77	72	73	74	75	74	68	69
Informatie aan klanten	69	70	69	74	74	77	79	82	82	75	74
Fysiek postkantoor	73	70	71	74	74	75	75	77	78	74	72
Dienstverlening postkantoor	76	77	76	81	79	79	79	84	83	77	77
Postpunt	-	-	-	-	90	86	87	89	90	88	86
E-shop***	-	-	-	-	100	93	85	88	93	88	90
Klantendienst***	-	-	-	-	73	71	69	73	67	60	65

* Klantentevredenheidsmeting is gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3 van het advies)

** Nieuwe index tengevolge van aanpassingen in de vragen gedurende de periode van 2003 tot 2009

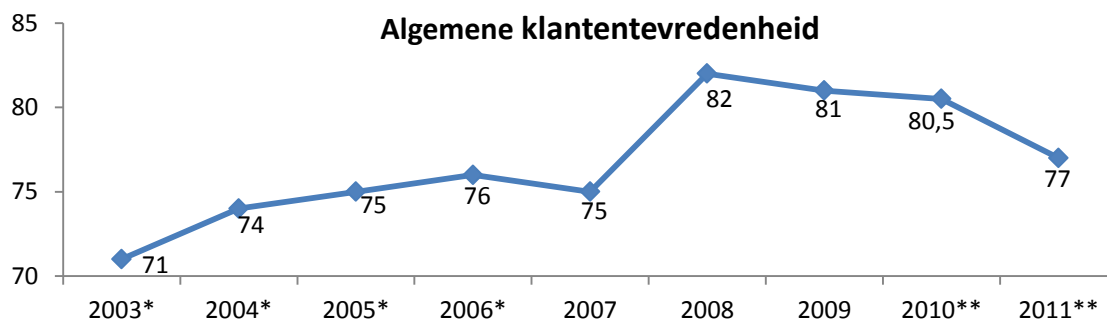
***De omvang van de steekproef is zeer beperkt bij de particulieren (N<100). De resultaten bij de particulieren worden enkel vermeld om een ruw idee te geven van het niveau van dienstverlening

****De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

De beste scores behaalt bpost voor de bestelling van kranten en tijdschriften alsook voor de postpunten en de e-shop. De zwakste scores behaalt bpost voor de klantendienst en de aangetekende zendingen.

In de onderstaande figuur vindt men de evolutie van de algemene klanttevredenheid bij bpost.⁹ Op basis van deze grafiek kunnen we vaststellen dat de algemene klanttevredenheid sinds de eerste meting in 2003 gestegen is van 71% naar 77% in 2011. Maar in 2011 was er voor de derde opeenvolgende keer een afname van de algemene tevredenheid. Meer zelfs in 2011 was er een significante afname met 3,5% tegenover 2010.

FIGUUR 1: Evolutie van de algemene klanttevredenheid sinds 2003



* Klanttevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De algemene tevredenheid 2010 en 2011 is het gemiddelde van de algemene tevredenheid particulieren en de algemene tevredenheid bedrijven

Voor de specifieke punten (de wachttijden aan de loketten, de toegankelijkheid voor personen met een handicap en de openingsuren van de postkantoren) vermeld in de artikelen 18, 21 en 22 van het 4e beheerscontract is er in specifieke metingen voorzien in dit algemene onderzoek, namelijk:

- de wachttijd aan de loketten en de postpunten (**zie punt 4.2.**);
- de openingsuren van de postkantoren en postpunten buiten de normale kantooruren (**zie punt 4.3.**);
- de toegankelijkheid van de postkantoren en postpunten voor onder andere personen met een handicap (**zie punt 4.3.**);

4.2. Tevredenheid betreffende de wachttijd aan de postloketten en postpunten

Wat de wachttijd aan de postloketten in de postkantoren betreft was 72% van de particulieren en slechts 61% van de bedrijven tevreden in 2011. Maar 82% van de particulieren en 75% van de bedrijven zijn tevreden met de snelheid van de dienstverlening aan het loket zelf.

Wat de wachttijd aan de postpunten betreft was 78% van de particulieren tevreden en 75% van de bedrijven. Maar 82 % van zowel de particulieren als de bedrijven zijn tevreden met de snelheid van de dienstverlening in de postpunten.

Globaal gezien kunnen we stellen dat de tevredenheid over de postpunten beter is dan voor de postkantoren.

⁹ De algemene tevredenheid 2010 en 2011 is het gemiddelde van de algemene tevredenheid particulieren en de algemene tevredenheid bedrijven

TABEL 2: WACHTTIJD AAN DE POSTLOKETTEN EN DE POSTPUNTEN

% tevredenheid (score 5-7) ¹⁰	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2010**	2011**
Beschikbaarheid van de postloketten (wachttijd)	63	66	61	69	66	62	65	71	72	62	61
De snelheid aan het postloket	72	76	76	81	78	78	78	83	82	75	75
Beschikbaarheid van het postpunt (wachttijd)	-	-	-	-	72	76	75	78	78	75	75
De snelheid aan het postpunt	-	-	-	-	85	79	80	83	82	82	82

* Klantentevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

Verder heeft bpost op verzoek van het BIPT concrete data geleverd inzake het meetsysteem dat bpost aan het implementeren is, conform artikel 18 van het beheerscontract, dat stelt dat bpost de passende maatregelen zal nemen om de wachttijd aan de loketten te beperken. Hiervoor heeft bpost een specifiek meetsysteem ingevoerd met de naam "Waiting Queue"; hiermee kan bpost de wachttijden meten via een ticketsysteem. In 2011 was dit meetsysteem al ingevoerd in een gedeelte van de postkantoren waardoor 50% van de klantencontacten in deze postkantoren konden worden gemeten. De interne doelstelling van bpost in 2011 was dat minimaal 80% van de klanten bediend worden in minder dan 5 minuten en maximaal 5% van de klanten in meer dan 10 minuten. De resultaten ¹¹ van bpost tonen aan dat in 84% van de gevallen de klanten minder dan 5 minuten moeten wachten terwijl in iets meer dan 5% van de gevallen de klanten meer dan 10 minuten moeten wachten. In de onderstaande tabel vindt men de resultaten van het bpost interne meting waaruit blijkt dat bpost haar interne doelstelling niet volledig naleeft aangezien iets meer dan 5% van de klanten langer moet wachten dan 10 minuten alvorens bediend te worden.

TABEL 3: WACHTTIJDEN AAN DE POSTLOKETTEN¹²

	Gemiddelde wachttijd in het postkantoor			
	2009	2010	2011	% Δ sinds 2010
De wachttijd is kleiner dan 5 minuten	77%	82%	84,3%	+3%
De wachttijd is tussen de 5 en 10 minuten	13%	12%	10,3%	-14%
De wachttijd is meer dan 10 minuten	10%	6%	5,4%	-10%

¹⁰ X-%: was zeer tevreden, tevreden of eerder tevreden en dit op een 7- puntenschaal

¹¹ Het BIPT heeft deze cijfers niet gecontroleerd.

¹² Bron bpost (niet gecontroleerde data)

4.3. Tevredenheid betreffende de openingsuren van de postkantoren en postpunten buiten de normale kantooruren

Uit het klantentevredenheidsonderzoek blijkt dat mensen redelijk tevreden zijn met de openingsuren van de postkantoren maar de tevredenheid vermindert sterk voor de bedrijven en in mindere mate voor de particulieren.

De klanten zijn zeer tevreden met de openingsuren van de postpunten meer zelfs de tevredenheid van zowel de particulieren als de bedrijven stijgt.

TABEL 4: OPENINGSUREN VAN DE POSTKANTOREN EN POSTPUNTEN BUITEN DE NORMALE KANTOORUREN

% tevredenheid (score 5-7) ¹³	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2010**	2011**
Openingsuren van het postkantoor	63	59	63	66	68	76	76	78	76	75	70
Openingsuren van de postpunten	-	-	-	-	95	90	88	87	90	88	92

* Klantentevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

Daarnaast heeft bpost op verzoek van het BIPT concrete data geleverd betreffende de openingsuren per week, de openingsuren na 17 uur en de openingsuren op zaterdag van de "postale service-punten" en dit voor zowel de postkantoren en de postpunten.

In de volgende drie tabellen vindt men de evolutie in de postkantoren, de postpunten en de postale service-punten betreffende het aantal, de openingsuren per week, openingsuren na 17 uur en openingsuren op zaterdag.

In de tabellen 5,6 en 7 vindt men de evolutie van het aantal postkantoren, postpunten en postale service-punten alsook de openingsuren gedurende de laatste 6 jaar met name sinds de inwerkingtreding van het vierde beheerscontract en in het bijzonder de nieuwe bepalingen betreffende het retailnetwerk.

TABEL 5: EVOLUTIE VAN HET AANTAL POSTKANTOREN EN DE WIJZIGINGEN IN DE OPENINGSUREN VAN DE POSTKANTOREN¹⁴

	Aantal postkantoren en de openingsuren van de postkantoren							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	% Δ sinds 2010	% Δ sinds 2006
Aantal postkantoren	1.264	1.014	796	716	690	676	-2%	-47%
Openingsuren per week	41.758	35.994	29.272	26.816	25.416	24.188	-5%	-42%
Gemiddeld aantal openingsuren per week	33	35,5	36,8	37,5	36,8	35,8	-3%	+8%
Aantal postkantoren met openingsuren na 17 uur	802	563	402	309	300	223	-26%	-72%
Aantal postkantoren met zaterdagopening	635	636	553	552	511	495	-3%	-22%

¹³ X-%: was zeer tevreden, tevreden of eerder tevreden en dit op een 7- puntenschaal

¹⁴Bron bpost (niet gecontroleerde data)

Op basis van tabel 5 kan men vaststellen dat slechts een derde van de postkantoren nog open is na 17 uur terwijl dit in 2006 nog twee derde was maar nu is bijna drievierden van de postkantoren open op zaterdag terwijl dat in 2006 maar slechts de helft was.

TABEL 6: EVOLUTIE VAN HET AANTAL POSTPUNTEN EN DE WIJZIGINGEN IN DE OPENINGSUREN VAN DE POSTPUNTEN ¹⁵

	Aantal postpunten en de openingsuren van de postpunten							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	% Δ sinds 2010	% Δ sinds 2006
Aantal postpunten	97	349	555	687	704	699	-1%	+721%
Openingsuren per week	5.811	22.292	35.095	43.666	43.686	43.312	-1%	+745%
Gemiddeld aantal openingsuren per week	59,9	63,9	63,2	63,6	62,1	62	-	+4%
Aantal postpunten met openingsuren na 17 uur	89	343	539	672	685	676	-1%	+760%
Aantal postpunten met zaterdagopening	87	340	541	660	678	667	-2%	+767%

Op basis van de bovenstaande tabel 6 kan men vaststellen dat in 2011 het aantal postpunten verzevenvoudigd zijn sinds 2006. Deze postpunten zijn gemiddeld genomen ongeveer 62 uren open per week. Bijna alle postpunten hebben openingsuren na 17 uur en zijn open op zaterdag.

TABEL 7: EVOLUTIE VAN HET AANTAL POSTALE SERVICE-PUNTEN EN DE WIJZIGINGEN IN DE OPENINGSUREN VAN DE POSTALE SERVICE-PUNTEN ¹⁶

	Aantal postpunten en de openingsuren van de postpunten							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	% Δ sinds 2010	% Δ sinds 2006
Aantal postale service-punten	1.361	1.363	1.351	1.403	1.394	1.375	-1%	+1%
Openingsuren per week	47.569	58.286	64.367	70.482	69.102	67.500	-2%	+42%
Gemiddeld aantal openingsuren per week	35	42,8	47,6	50,2	49,6	49,1	-1%	+40%
Aantal postale service-punten met openingsuren na 17 uur	891	906	941	981	985	899	-9%	+1%
Aantal postale service-punten met zaterdagopening	722	976	1.094	1.212	1.189	1.162	-2%	+61%

Het bpost-retailnetwerk bestaat uit "postale service-punten". Het "postale service-punt" kan zowel een postkantoor als een postpunt zijn. Op basis van de bovenstaande tabel kan men vaststellen dat het aantal postale service-punten quasi stabiel is sinds 2006. Waar in 2006 de postale service-punten bijna allemaal postkantoren waren, zijn het nu voor de helft postkantoren en voor de andere helft postpunten. Door deze wijziging is het aantal openingsuren per week toegenomen met 40 % en is nu bijna 85 % van de postale service-punten open op zaterdag. De openingsuren na kantooruren zijn stabiel gebleven de laatste 6 jaar.

¹⁵ Bron bpost (niet gecontroleerde data)

¹⁶ Bron bpost (niet gecontroleerde data)

4.4. Tevredenheid betreffende de toegankelijkheid van de postkantoren/postpunten en in het bijzonder voor personen met een handicap

Wat de nabijheid van de postkantoren betreft, nam de tevredenheid van particulieren en bedrijven toe in 2011.

Wat de nabijheid van de postpunten betreft, nam de tevredenheid van de particulieren toe terwijl deze van de bedrijven afnam.

De klanten zijn meer tevreden over de nabijheid van de postpunten dan van de postkantoren.

De tevredenheid op het gebied van de toegankelijkheid van de postkantoren, onder andere voor de personen met een handicap, is voor de particulieren licht gestegen in 2011.

TABEL 8: TOEGANKELIJKHEID VAN DE POSTKANTOREN/POSTPUNTEN

	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2010**	2011**
% tevredenheid (score 5-7) ¹⁷											
Toegankelijkheid (onder andere voor personen met een handicap)	68	66	68	73	72	73	74	76	77	74	70
De nabijheid van een postkantoor	81	79	80	81	76	78	76	79	80	74	75
De nabijheid van een postpunt	-	-	-	-	67	82	82	83	84	85	81

* Klantentevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

Het detail op het gebied van het aantal “postale service-punten” alsook de uitsplitsing in het aantal postkantoren en het aantal postpunten vindt men in onderstaande tabel. In 2011 zijn 24 postkantoren en 5 postpunten verdwenen. Bijgevolg is er in 2011 een afname van het aantal postale service-punten met 29 eenheden of 1%.

TABEL 9: EVOLUTIE EN UITSPLOTSING VAN DE “POSTALE SERVICE-PUNTEN”

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	% Δ sinds 2010	% Δ sinds 2006
Postkantoren	1.264	1.014	796	716	690	676	-2%	-47%
Postpunten	97	349	555	687	704	699	-1%	+721%

¹⁷ X-%: was zeer tevreden, tevreden of eerder tevreden en dit op een 7-puntenschaal

5. HET VERSLAG BETREFFENDE DE UITVOERING VAN HET VERBETERINGSPLAN 2011 EN HET BIPT-ADVIES TER ZAKE

Hieronder vindt men de BIPT-evaluatie met betrekking tot de uitvoering van het verbeteringsplan 2011. In de onderstaande analyse vindt men de tien grote aandachtspunten van het verbeteringsplan 2011 van bpost en de concrete maatregelen, alsook de evaluatie van het BIPT van de genomen maatregelen op basis van de resultaten van het klantentevredenheidsonderzoek 2011. Het verbeteringsprogramma 2011 concentreert zich op de volgende tien prioriteiten:

1. Verhogen van de bestellingskwaliteit door specifieke kwaliteitsprojecten op te starten;
2. Verminderen van de wachttijden in de postkantoren met diverse projecten, onder andere:
 - a. Verder werken aan het project om wachttijden beter te kunnen beheersen;
 - b. Het promoten van andere verkoopskanalen;
 - c. Verder installeren van informatieschermen in de postkantoren;
3. Kwaliteit van de dienstverlening verhogen in de postkantoren en postpunten door:
 - a. Nieuw opleidingsprogramma voor alle medewerkers van de postkantoren;
 - b. Verder werken aan het controleren van de dienstverlening via het concept van "mystery shopping";
4. Toegankelijkheid van de distributiekkanalen verhogen via:
 - a. Het promoten van de diverse verkoopskanalen;
 - b. Evalueren van de tevredenheid van de klant onmiddellijk na zijn bezoek van de postale verkoopskanalen (postkantoren, postpunten en de e-shop);
5. Beter aanbod voor de kleinere bedrijfsklanten zoals de kleine zelfstandigen via een specifieke benadering voor deze klanten;
6. Optimaliseren van de facturering voor de bedrijfsklanten;
7. Verbeteren van de klachtenbehandeling en betere klantendienst door drie programma's, namelijk:
 - a. Klachtenbehandeling voor professionele gebruikers optimaliseren;
 - b. Een aangepaste visie betreffende dienstverlening door de klachtenoorzaken weg te nemen met als doelstelling om de klachten te verminderen;
 - c. Verder werken aan "Customer Relation Management" via onder andere specifieke opleidingen;
8. Streven naar duidelijke informatie voor producten/diensten door onder andere:
 - a. Coherente informatieverstrekking;
 - b. Volledige herwerking website professionele gebruikers;
 - c. Verder werken aan proactieve communicatie via magazines, folders, enz ...;
9. Specifieke communicatiecampagne om het imago van bpost te verbeteren;
10. Klantentevredenheid concretiseren naar de klanten door:
 - a. marktonderzoekstechnieken te ontwikkelen voor lokaal gebruik alsook de interne communicatie binnen bpost te optimaliseren, enz ...;
 - b. Verder te werken aan een klantgerichte organisatie.

5.1. Verbeteren van de bestellingskwaliteit

5.1.1. Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen

In 2011 heeft bpost diverse acties ondernomen om de kwaliteit van de bestelling te verhogen via 5 concrete acties:

- a. Het project “MONICA” volgde van nabij de 10 uitreikingskantoren op die het minst goed presteren inzake kwaliteit van de bestelling. In de loop van het jaar 2011 werd dit project evenwel stopgezet wegens de geringe toegevoegde waarde tegenover de reeds beschikbare regionale performantie teams. Gezien de grote impact van deze 10 bureau’s op de algemene kwaliteit van de bestelling worden deze bureaus wel permanent opgevolgd.
- b. Het project “KLARA” is sinds september 2011 operationeel en zal klachten van nabij volgen met betrekking tot vier oorzaken, namelijk:
 - i. Verkeerde uitreiking;
 - ii. Aangetekende zendingen;
 - iii. Nazenden van zendingen bij onder andere verhuizing, verlof,... (Mutapost/Do-My-Move);
 - iv. Verlies van binnenlandse pakjes.
- c. Het project “STAR” werkt via verbeteringsteams op alle niveaus van de organisatie. De teams die erin slagen via specifieke verbeteringsprojecten de klanttevredenheid te verbeteren worden hiervoor beloond. De “best practices” worden gedeeld met als doel deze op een gestandaardiseerde wijze te implementeren.
- d. Het project om de uitreiking van de aangetekende zendingen te verbeteren door het introduceren van de nieuwe “FLEX-postvolmachtkaart” alsook het kosteloos alternatief van de volmacht via de Kruispuntbank voor Ondernemingen. De FLEX-postvolmachtkaart vereenvoudigt aanzienlijk het ontvangen van aangetekende zendingen voor ondernemingen.
- e. Het project om ook “Do-My-Move” (nazenden van zendingen bij onder andere verhuizing, verlof,...) online aan te bieden vanaf maart 2011. Hierdoor kan de klant op elk moment inschrijven op deze dienstverlening zonder langs te gaan bij een postkantoor of postpunt.

5.1.2. De evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT

Uit de resultaten blijkt dat de tevredenheid betreffende het in acht nemen van de verzendingstermijn van de prioritaire brieven afneemt bij zowel particulieren als bedrijven. Maar we stellen wel een toename vast van de tevredenheid met betrekking tot de betrouwbaarheid van pakjes, onder andere wat betreft het verlies van pakjes. Verder is er een afname van de tevredenheid van zowel de particulieren als de bedrijven over de zorg van hun postbode (correcte bezorging, bestelling droog, niet gekreukt, ...) alsook de correcte bestelling door de postbode. Samenvattend kunnen we stellen dat de genomen acties niet succesvol waren daarvoor de particulieren 6 op de 7 criteria de tevredenheid afnam en voor de bedrijven 5 op de 7 criteria de tevredenheid afnam.

TABEL 10: DE RELEVANTE KWALITEITSINDICATOREN BETREFFENDE HET VERBETEREN VAN DE BESTELLINGSKWALITEIT

% tevredenheid (score 5-7) ¹⁸	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2010***	2011***
Op tijd bestellen van prioritaire brieven	53	62	72	78	81	84	83	85	81	80	79
Op tijd bestellen van kranten	87	92	96	95	94	89	93	92	90	89	88
Uur van de bestelling van de brieven	-	-	-	-	85	82	81	82	80	74	74
Zorg voor de brieven	89	86	88	91	85	88	89	90	89	86	84
Correcte bestelling door de postbode	85	77	80	81	82	82	84	86	82	82	78
Zorgvuldige bestelling (droog, niet gekreukt, ...)	88	84	85	85	85	88	89	88	86	87	85
De betrouwbaarheid inzake pakjes (verlies, ...)**	-	-	-	-	86	89	94	84	87	86	88

* Klantentevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De omvang van de steekproef is zeer beperkt bij de particulieren (N<100). De resultaten bij de particulieren worden enkel vermeld om een ruw idee te geven van het niveau van dienstverlening

*** De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

5.2. Wachttijden

5.2.1. Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen

In 2011 heeft bpost de bestaande acties verdergezet om de wachttijden te verminderen in de postkantoren:

- Project "Wachtrijen" is een specifiek programma om de wachttijden te analyseren en te beheersen in de postkantoren om vervolgens nationale en lokale maatregelen te nemen om de wachttijden te beheersen;
- Project "Self Service" waardoor de klant zelf producten en diensten kan aankopen alvorens zich naar het loket te begeven;
- Pilotproject om te werken met gepersonaliseerde fiches voor ieder postkantoor met een aanduiding van de tijdzones wanneer het minder druk is aan het loket;
- Introduceren van informatie via digitale schermen in de postkantoren (480 digitale informatieschermen zijn reeds geïnstalleerd). Dankzij deze schermen wordt de klant geïnformeerd tijdens het wachten.
- Programme om klantenstromen beter te beheren door het aanbieden van postale diensten via andere kanalen, zoals website, postpunten, ...

¹⁸ X-%: was zeer tevreden, tevreden of eerder tevreden en dit op een 7 puntenschaal

5.2.2. Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT

Uit de onderstaande tabel blijkt dat het voorgestelde verbeteringsprogramma voor de wachttijden aan de loketten de tevredenheid niet heeft doen toenemen. Er was een toename bij de particulieren maar die werd ongedaan gemaakt tengevolge van een afname bij de bedrijven.

Dit voortdurende probleem moet voor bpost een topprioriteit blijven. Zowel de particulieren als de bedrijven zijn meer tevreden met de wachttijden in de postpunten dan die in de postkantoren.

TABEL 11: DE RELEVANTE KWALITEITSINDICATOREN BETREFFENDE HET VERBETERINGS-PROGRAMMA VOOR DE WACHTTIJDEN

	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2010**	2011**
% tevredenheid (score 5-7) ¹⁹											
De snelheid van de dienst aan het loket	72	76	76	81	78	78	78	83	82	75	75
De wachttijd aan de loketten	63	66	61	69	66	62	65	71	72	62	61
De snelheid van de dienst aan het postpunt	-	-	-	-	85	79	80	83	82	82	82
De wachttijd aan de postpunten	-	-	-	-	72	76	75	78	78	75	75

* Klantentevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

5.3. Kwaliteit van de dienstverlening in de postkantoren en postpunten

5.3.1. Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen

In 2011 heeft bpost twee belangrijke acties ondernomen om de dienstverlening in de postkantoren en postpunten te verhogen:

- **Opleiding:** Alle bpost medewerkers in de postkantoren hebben in 2011 een opleiding gehad met als doel de producten- en dienstenkennis te verhogen;
- **“Mystery Shopping”:** Werken via anonieme aankopers om de dienstverlening in het netwerk op een onafhankelijke manier te evalueren alsook het testen van de processen. In 2011 werden 5000 Mystery shopping test georganiseerd in de postkantoren en postpunten.

5.3.2. Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT

We stellen vast dat de acties geen effect hebben gehad op de tevredenheid van de particulieren maar wel een positief effect hebben gehad op de bedrijven inzake de dienstverlening in het postkantoor.

De genomen acties hadden wel een positief effect op de particulieren en bedrijven in de postpunten.

¹⁹ X-%: was zeer tevreden, tevreden of eerder tevreden en dit op een 7- puntenschaal

TABEL 12: DE RELEVANTE KWALITEITSINDICATOREN BETREFFENDE HET VERBETERINGS-PROGRAMMA VAN DE KWALITEIT VAN DE DIENSTVERLENING IN POSTKANTOREN EN POSTPUNTEN

% tevredenheid (score 5-7) ²⁰	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2010**	2011**
Algemene tevredenheid van het postkantoor	86	87	87	91	88	84	84	87	87	80	79
De kennis van het dienstenaanbod	91	89	88	91	88	87	88	91	89	82	84
De bereidheid van loketbedienden om te helpen	82	86	85	89	87	86	84	89	87	81	81
De vriendelijkheid van de loketbedienden	76	83	80	85	84	84	84	88	87	79	81
Algemene tevredenheid van het postpunt	-	-	-	-	90	86	87	89	90	88	86
Hulpbereidheid van het postpuntpersoneel	-	-	-	-	90	88	85	87	90	88	89
Vriendelijkheid van het postpuntpersoneel	-	-	-	-	82	87	87	88	89	87	90

* Klantentevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

5.4. Toegankelijkheid van het netwerk

5.4.1. Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen

In 2011 heeft bpost een belangrijke actie ondernomen om de toegankelijkheid van het postale netwerk te verhogen, namelijk te werken aan een specifieke tevredenheidsstudie om de mening te kennen van de klant van de diverse postale verkoopskanalen onmiddellijk na het bezoek van het desbetreffende kanaal.

5.4.2. Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT

Wat de postkantoren betreft, heeft het verbeteringsplan een positieve impact gehad op de tevredenheid van de particulieren inzake de nabijheid van de postkantoren. Doch wat de openingsuren van de postkantoren betreft is de tevredenheid afgenomen zowel bij de particulieren als de bedrijven.

²⁰ X-%: was zeer tevreden, tevreden of eerder tevreden en dit op een 7- puntenschaal

TABEL 13: DE RELEVANTE KWALITEITSINDICATOREN BETREFFENDE HET VERBETERINGS-PROGRAMMA VOOR DE TOEGANKELIJKHEID VAN HET NETWERK

	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2010**	2011**
% tevredenheid (score 5-7) ²¹											
De nabijheid van een postkantoor	81	79	80	81	76	78	76	79	80	74	75
De openingsuren van een postkantoor	63	59	63	66	68	76	76	78	76	75	70
De toegankelijkheid van een postkantoor	68	66	68	73	72	73	74	76	77	74	70
De nabijheid van het postpunt	-	-	-	-	67	82	82	83	84	85	81
Openingsuren van de postpunten	-	-	-	-	95	90	88	87	90	88	86

* Klantentevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

5.5. Specifieke diensten/producten en verkoopkanalen voor zelfstandigen, vrije beroepen en kleine ondernemingen

5.5.1. Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen

Sinds september 2011 heeft bpost één aangepaste verkoopstrategie ontwikkeld voor de bedrijfsklanten, namelijk segmentering van de markt in functie van de sectoren enerzijds en in functie van de diensten/producten anderzijds.

5.5.2. Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT

Wat de specifieke dienstverlening aan zelfstandigen, vrije beroepen en kleine ondernemingen betreft blijken de voorgenomen acties voorlopig geen impact te hebben gehad op de tevredenheid van de bedrijven.

²¹ X-%: was zeer tevreden, tevreden of eerder tevreden en dit op een 7 -puntenschaal

TABEL 14: DE RELEVANTE KWALITEITSINDICATOREN BETREFFENDE HET VERBETERINGSPROGRAMMA VOOR DE DIENSTEN VOOR DE SOHO

	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	20101	2010**	2011**
% tevredenheid (score 5-7) ²²											
Duidelijke informatie betreffende producten/diensten	70	69	70	76	75	78	79	84	83	78	77
Begrijpbare informatie	-	-	-	-	76	79	81	81	83	76	76
Uniforme informatie betreffende producten/diensten	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74	71
Algemene tevredenheid inzake informatie	-	-	-	-	80	79	83	84	86	78	80

* Klantentevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

5.6. Optimaliseren voor de facturering aan bedrijfsklanten

5.6.1. Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen

In 2011 is bpost blijven werken aan de processen om de facturering aan de bedrijfsklanten te verbeteren.

5.6.2. Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT

Wat de facturering betreft, blijkt dat de tevredenheid is toegenomen zowel wat de duidelijkheid als de correctheid van de factuur betreft.

TABEL 15: DE RELEVANTE KWALITEITSINDICATOREN BETREFFENDE HET VERBETERINGSPROGRAMMA VOOR DE FACTURERING AAN BEDRIJVEN

	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2010**	2011**
% tevredenheid (score 5-7) ²³											
Algemene tevredenheid inzake facturering	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87	91
Duidelijkheid van de factuur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	93
Correcte factuur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	91

* Klantentevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

²² X-%: was zeer tevreden, tevreden of eerder tevreden en dit op een 7-puntenschaal

²³ X-%: was zeer tevreden, tevreden of eerder tevreden en dit op een 7-puntenschaal

5.7. Klachtenbehandeling en klantendienst

5.7.1. Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen

In 2011 heeft bpost drie belangrijke acties ondernomen om de klachtenbehandeling en klantendienst te verbeteren:

- Klachtenregistratiesysteem via software "Customer Relationship Management - CRM" wordt continue opgevolgd en bijgewerkt. In het bijzonder zijn specifieke vormingen georganiseerd met het doel de kwaliteit van gegevens bij de registratie te verhogen;
- Herstructurering van de klachtenbehandelingsproces waardoor de klachtenbehandelingstijd verkort;
- Bedrijfsprocessen verbeteren op basis van klachtenbehandeling via gestandaardiseerde processen.

5.7.2. Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT

Op basis van de onderstaande indicatoren kan men stellen dat de genomen maatregelen niet geleid hebben tot een hogere tevredenheid bij de particulieren en slechts een gedeeltelijke verbetering bij de bedrijven.

Bij de particulieren neemt de tevredenheid van de klantendienst af terwijl deze bij de bedrijven is toegenomen. Ook er is een afname van de tevredenheid voor het behandelen van klachten inzake schade en verlies zowel bij particulieren als bedrijven. Op het gebied van verlies of schade van postzendingen zijn bijkomende inspanningen noodzakelijk.

TABEL 16: DE RELEVANTE KWALITEITSINDICATOREN BETREFFENDE HET VERBETERINGS-PROGRAMMA VOOR DE KLACHTENBEHANDELING EN KLANTENDIENST

	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2010**	2011**
% tevredenheid (score 5-7) ²⁴											
Klantendienst	-	-	-	-	73	71	69	73	67	60	65
Diensten in geval van verlies of schade	-	-	-	-	-	70	69	69	66	63	59

* Klantentevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

5.8. Duidelijke informatie betreffende producten en diensten

5.8.1. Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen

In 2011 werden twee belangrijke acties ondernomen om de informatieverstrekking te verduidelijken:

- Website voor de bedrijfsklanten werd volledig herzien alsook werd de inhoud verbeterd;
- Pro-actieve communicatie: klanten worden geïnformeerd via brieven inzake de bpost activiteiten, producten en diensten.

²⁴ X-%: was zeer tevreden, tevreden of eerder tevreden en dit op een 7-puntenschaal

5.8.2. Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT

De particulieren zijn duidelijk minder tevreden terwijl de bedrijven meer tevreden zijn over de informatieverstrekking door bpost.

Uit de onderstaande tabel blijkt duidelijk dat de revisie van de bpost website voor de bedrijven een positieve impact heeft gehad op de tevredenheid van de bedrijfsklanten.

TABEL 17: DE RELEVANTE KWALITEITSINDICATOREN BETREFFENDE DUIDELIJKE INFORMATIE OVER PRODUCTEN EN DIENSTEN

	Particulieren									Bedrijven	
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2010**	2011**
% tevredenheid (score 5-7) ²⁵											
Duidelijke tarieven	61	62	62	66	68	74	75	77	79	72	72
Duidelijke informatie	70	69	70	76	75	78	79	84	83	78	77
Tevredenheid over de website	-	-	-	-	85	88	88	90	83	81	85
Informatie op website	-	-	-	-	87	88	79	-	-	-	-
Klantvriendelijkheid van de website	-	-	-	-	82	86	84	85	78	79	82
Duidelijke informatie op de website	-	-	-	-	84	88	86	85	79	77	83

* Klanttevredenheidsmeting gebaseerd op de nieuwe methode (zie punt 3)

** De resultaten van de bedrijven zijn uitsluitend gebaseerd op de tevredenheid van de zelfstandigen, de vrije beroepers en de kleine ondernemingen

5.9. Imago van bpost

5.9.1. Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen

Bpost doet inspanningen om het imago van bpost te verbeteren via diverse mededelingen, onder andere met het lanceren van het merk Bpack in oktober en november 2011

5.9.2. Evaluatie van het verbeteringsplan 2011 door het BIPT

Er is geen specifieke indicator voor dit aspect maar op indirecte wijze kunnen we kijken naar algemene tevredenheid, waarbij de tevredenheid is afgenomen en kunnen we stellen dat er nog bijkomende inspanningen nodig zijn op het terrein.

²⁴ X-%: was zeer tevreden, tevreden of eerder tevreden en dit op een 7-puntenschaal

5.10. Klantentevredenheidsmeting bekendmaken onder de medewerkers

5.10.1. Verbeteringsplan van bpost inclusief concrete maatregelen

Bpost denkt dat de diverse acties onder andere opleiding, communicatie, klachtenbehandeling, nieuwe producten, zal leiden dat de medewerkers meer klantenbewust worden. Hiervoor werd de aanzet gegeven in 2011 maar dat moet in 2012 resulteren in structurele maatregelen waardoor bpost nog meer een klantgerichte organisatie wordt.

5.10.2. Evaluatie van het verbeteringsplan 2010 door het BIPT

Er is geen specifieke indicator voor dit aspect maar op indirecte wijze stellen we vast dat bpost de klantentevredenheidsmeting gebruikt in haar communicatie. Uit de afname van de algemene klantentevredenheid blijkt dat de organisatie nog meer klantgericht moet werken zoals bepaald in haar organogram.

Advies van het BIPT betreffende het verbeteringsplan

Over het algemeen stelt het BIPT vast dat het globale verbeteringsprogramma 2011 niet het gewenste effect heeft gehad aangezien de algemene tevredenheid in 2011 is afgenomen van 80,5% naar 77% en dit voor de derde maal op rij.

We kunnen echter wel vaststellen dat 3 van de 10 verbeteringsprogramma's geleid hebben tot een verhoging van de klantentevredenheid terwijl de meer algemene programma's zoals het verbeteren van het imago en de klantentevredenheid doen leven onder de medewerkers niet geleid hebben tot een verhoging van de algemene klantentevredenheid.

In het bijzonder blijken de acties die zijn ondernomen voor het verbeteren van de kwaliteit van de dienstverlening in de postkantoren en postpunten, de toegankelijkheid van het netwerk en de facturering aan de bedrijfsklanten een positief effect hebben gehad op de toegenomen tevredenheid van de klanten.

Toch moet het BIPT vaststellen dat ondanks de acties van bpost de algemene tevredenheid bij particulieren sterker is afgenomen dan bij de bedrijven.

Het BIPT is dan ook overtuigd dat bpost bijkomende en nieuwe inspanningen moet doen om de dienstverlening naar zowel de particulieren als bedrijven te verhogen.

6. HET ACTIEPLAN 2012 EN HET BIPT-ADVIES TER ZAKE

Gezien het verbeteringsplan 2011 niet de voorziene resultaten opleverde, heeft bpost beslist om een volledig nieuw actieplan 2012 op te stellen met als titel: “Customer First”. Het programma “Customer First” heeft als doel de klantentevredenheid van de bpost klanten te verhogen. Dit programma wordt gedragen door het topmanagement van bpost. Het programma werd gebaseerd op een gedetailleerde analyse met betrekking tot de oorzaken van de afname van de klantentevredenheid. Het “Customer First”-programma heeft een eigen manager en heeft gevolgen voor de activiteiten van alle “business units”. Het programma is gericht op 4 invalshoeken:

1. Luisteren naar de de klant:

Het doel is beter te luisteren naar de wensen, verzuchtingen van de klant teneinde de dienstverlening aan te passen in functie van de wensen van de klant. Hiervoor zullen specifieke instrumenten of processen ontwikkeld worden. Het doel is om betere gegevens te verzamelen vanuit het werkveld en deze nadien systematisch te analyseren om zodoende de prioriteiten te kunnen vaststellen om de klantentevredenheid te kunnen verhogen.

2. Producten en processen verbeteren:

Bpost heeft zijn prioriteiten vastgelegd betreffende het verbeteren van processen en producten op basis van de verwachtingen van het clientieel.

De volgende projecten worden als prioritair aanzien:

- a. Correcte uitreiking: Het doel is om via een gedetailleerde klachtenanalyse problemen betreffende de uitreiking te detecteren en te corrigeren.
- b. Klachten inzake niet ontvangen van postpakjes: Ook hier is het doel om via een gedetailleerde klachtenanalyse problemen betreffende de uitreiking te detecteren en te corrigeren.
- c. Aangetekende zendingen: Het doel is om de tevredenheid te verhogen door het uitreikingsproces te verbeteren. Verder wordt promotie gemaakt van de postvolmachtkaart om de uitreiking van aangetekende zendingen voor de bedrijfsklanten te vereenvoudigen.
- d. DoMyMove: Op basis van de klachten inzake de dienst met betrekking tot adreswijziging, zal bpost bijkomende inspanningen doen op het terrein om deze dienstverlening te verbeteren.

3. Focus op klanten:

Bpost zal bijkomende inspanningen doen om de reële klantencontacten te verbeteren bijvoorbeeld bij het bezoek van het postkantoor of het telefonisch contact met de klantendienst.

Voor zowel de postkantoren als de klantendienst voorziet bpost concrete maatregelen:

a. Postkantoren:

- Communicatie verbeteren betreffende de openingsdagen en -uren;
- Communicatie betreffende de piekmomenten aan het loket;
- Klantvriendelijkheid verhogen aan het loket;
- Communicatie via televisieschermen in de postkantoren.

b. Klantendienst:

- Processen verbeteren in de bpost contact centers;
- Verbeteren van de interne processen van klachtenbehandeling.

4. Klantgerichtheid van het personeel verhogen:

Het doel is nog meer een klantgerichte organisatie te worden waarbij de medewerkers het uithangbord zijn van de klantgerichtheid.

Hiervoor zal bpost de volgende concrete acties ondernemen:

- Verbeteren van de interne communicatie;
- Opleiden van het personeel inzake klantgerichtheid;
- Instrumenten en processen voorzien om rekening te houden met de behoeften en wensen van de klanten bij het aanpassen en ontwikkelen van nieuwe producten en diensten.

Advies van het BIPT betreffende het actieplan

Het BIPT is van oordeel dat het volledig vernieuwde verbeteringsprogramma 2012 aangepast is om de tekortkomingen die zijn vastgesteld naar aanleiding van de klantentevredenheidsresultaten 2011 te verhelpen. Het verbeteringsprogramma 2012 stelt de klant centraal en voorziet ook in concrete acties en programma's die moeten resulteren in betere dienstverlening en bijgevolg in hogere klantentevredenheid.

Het betreft een totaal nieuw plan waarvoor sommige acties al zijn genomen terwijl andere acties nog in voorbereiding zijn. Gezien het verhogen van klantentevredenheid een werk is van lange adem waaraan iedere dag moet worden gewerkt, zullen de resultaten pas zichtbaar zijn in het komende jaren.

Het BIPT is tevreden dat er concrete acties en maatregelen worden voorzien om het personeel bijkomend te vormen zodat het personeel zijn dienstverlenende taak ten volle kan vervullen.

7. ALGEMENE CONCLUSIE

Op basis van de informatie waarover het BIPT beschikt, geeft het BIPT een advies met betrekking tot het verslag van het verbeteringsprogramma 2011 alsook betreffende het actieplan 2012 ter verbetering van de klantentevredenheid.

Het BIPT stelt vast dat het verbeteringsprogramma 2011 niet het gewenste effect heeft gehad aangezien de algemene tevredenheid in 2011 is afgenomen van 80,5% naar 77% en dit voor de derde maal op rij. Op basis van de resultaten blijkt duidelijk dat de genomen acties in 2011 geen positieve impact hebben gehad op de tevredenheid van de consumenten en dit zowel voor de particulieren als de bedrijven. Bijgevolg is het absoluut noodzakelijk dat bpost luistert naar haar klanten en haar dienstverlening aanpast in functie van de behoeftes van de klant. Het actieplan 2012 bevat concrete initiatieven en maatregelen om de klantentevredenheid te verhogen.

Zoals de vorige jaren is medegedeeld, is de testfase van het klantentevredenheidsonderzoek al lang afgelopen en moet er nu conform artikel 27 van het vierde beheerscontract een sanctieregime worden afgesproken tussen de Staat en bpost. Het 4e beheerscontract stelt dat de partijen de nadere regels van dit toekomstige sanctieregime zullen bespreken volgend op de eerste voorlegging door bpost aan de Staat van het plan waarvan sprake is in artikel 18. Gezien het vierde beheerscontract straks verloopt, zal het sanctieregime nooit van toepassing zijn geweest omdat er nooit afspraken zijn gemaakt tussen de Staat en bpost. In het ontwerp van vijfde beheerscontract tussen bpost en de staat is het sanctieregime tegenover bpost zelfs weggefallen.

Natuurlijk blijft het BIPT het klantentevredenheidsonderzoek van nabij volgen, zoals voorgeschreven in het beheerscontract.

Het BIPT bedankt bpost voor de samenwerking in dit dossier.

Axel Desmedt
Lid van de Raad

Georges Deneff
Lid van de Raad

Catherine Rutten
Lid van de Raad

Michel Van Bellinghen
Lid van de Raad