

Postbus 767, 1000 AT Amsterdam

Aan de vertegenwoordigers van de  
consumentenorganisaties in het Locov

NS Hispeed

Commercie

De Oost  
Stationsplein 9  
Postbus 767  
1000 AT Amsterdam  
Nederland  
NSHispeed.nl

**Datum** 14 mei 2008  
**Ons kenmerk** CC\PA\KK-428  
**Onderwerp** Besluit klanttevredenheidsonderzoek

**Telefoon** 030 - 235 70 10  
**Telefax** 030 - 235 61 93  
**E-mail** kees.kort@ns.nl

Beste dames en heren,

Op 28 april ontvingen wij uw advies over de opzet van ons klanttevredenheids-  
onderzoek (Locov 2008/103). Wij zeggen u dank voor dit constructieve advies, dat ons  
helpt het klanttevredenheidsonderzoek verder te verbeteren.

Wij maken eerst enkele algemene opmerkingen naar aanleiding van uw advies  
(paragraaf 1). Vervolgens geven wij onze reactie op uw advies (paragraaf 2). Daarna  
vatten wij ons besluit samen en schetsen het vervolgtraject (paragraaf 3).

### 1. Algemene opmerkingen

Naar aanleiding van uw advies maken wij een drietal algemene opmerkingen:

- De dienstverlening aan de klanten van de Albatros verkeert in een startfase. Na deze initiële fase komen wij – waarschijnlijk tegen 2010 - in een nieuwe fase, waarin nieuwe aspecten in onze dienstverlening (zoals de mogelijkheid van verplicht reserveren) aan de orde komen. De inhoud en timing hiervan zal worden bepaald op basis van klantacceptatie.  
Uw adviezen en suggesties die betrekking hebben op de startfase zullen wij in ons besluit concreet adresseren. Op andere adviezen en suggesties die betrekking hebben op de (nog niet uitgekristalliseerde) dienstverlening in volgende fasen zullen wij in algemene zin reageren. Deze onderwerpen blijven onderwerp van gesprek in ons Locov-overleg.

- U geeft aan dat u besloten hebt uw advies niet te beperken tot het binnenlands deel, omdat in de vragenlijst de landsgrens geen rol speelt. Wij memoreren dat in formele zin onze adviesaanvraag, uw advies en daarom ook ons besluit specifiek het binnenlands deel van het klanttevredenheidsonderzoek van de Albatros regardeert. Tegelijkertijd geldt dat wij één klanttevredenheidsonderzoek kennen, waarbij uitsplitsingen mogelijk zijn naar binnenlandse en buitenlandse verbindingen. Het gaat inderdaad, zoals u ook stelt, in de kern om de totale reis van de klant. Daarom nemen wij ook uw adviezen en suggesties die betrekking hebben op de totale reis van de klant in onze reactie op uw advies mee.
- Een punt van meer praktische aard is dat wij er ten aanzien van de vragenlijst voor waken dat de invultijd van vragenlijst niet te lang wordt. De respons en de kwaliteit van de antwoorden neemt af bij een te lange vragenlijst. Voor de huidige vragenlijst hebben wij daarom de invultijd al teruggebracht van 13 naar 11 minuten. Het toevoegen van vragen, u hebt hiervoor enkele suggesties gedaan, is beperkt mogelijk, maar vergt kritisch kijken.

## 2. Reactie op het advies

Veel van de input die u ons met dit advies geeft, betreft verduidelijking en verheldering van het onderzoek met de bijbehorende vragenlijst. Hieronder lichten wij dit nader toe.

### 2.1 Opzet en uitvoering van het onderzoek

- U vraagt of de respons bij achteraf reageren via internet wel voldoende representatief is. Door middel van een weging (o.a. op onze cijfers) en de gekozen steekproefomvang zorgen wij ervoor dat het klanttevredenheidsonderzoek een representatieve afspiegeling vormt van onze klanten. Dit wordt bovendien gewaarborgd door het gespecialiseerde en gecertificeerde onderzoeksbureau dat de meting voor ons uitvoert.  
Voor de kwaliteit van de meting geldt dan dat de klant via de online methode, vergeleken met een meting in de trein (zoals nu door NSR gehanteerd), veel meer zal terugkijken over de gemaakte reizen in de afgelopen periode. Daarbij komt dat de klant bij online benadering de antwoorden op het door hem gewenste moment kan invullen. De klant zal via online onderzoek uitgebreider reageren op open vragen en daardoor bredere signalen kunnen geven over de kwaliteit van onze dienstverlening. Dit alles sluit voor ons optimaal aan bij het centrale uitgangspunt voor dit onderzoek: het meten van de perceptie van de klant om onze dienstverlening te monitoren en zonodig bij te sturen.
- Uw suggestie is om zeker voor internationale verbindingen ook de mening van niet-Nederlandstalige reizigers in het onderzoek te betrekken. In de huidige opzet met online karakter op basis van een Nederlands panel is dit niet mogelijk. Wat betreft de Albatros vindt afstemming plaats met de NMBS over het klanttevredenheidsonderzoek aan Belgische zijde. Doel is de gegevens uitwisselbaar te maken, zodat straks een totaalbeeld van de klanttevredenheid over deze internationale verbinding mogelijk is. Deze samenwerking ten aanzien van internationale verbindingen zullen wij ook in het verband van Railteam oppakken en verder verbreden. Daarbij zal ook worden gekeken naar de verhouding met de andere vervoersmodaliteiten. Wij zullen u in ons Locov-overleg informeren over de ontwikkelingen in deze.

## 2.2. Inhoud onderzoek

U hebt in dit deel een aantal suggesties gedaan en vragen gesteld over de uitsplitsing naar verschillende doelgroepen en treinproducten in het onderzoek:

- U geeft aan dat het klanttevredenheidsonderzoek zich ook op de groep grensoverschrijdende forensen, tussen bijvoorbeeld Antwerpen en Rotterdam, zou moeten richten;
- De opsplitsing tussen treinproducten en de onderlinge vergelijking evenals hoe klanten de vragenlijsten moeten invullen als zij met verschillende treinproducten reizen.

Onze reactie is:

- De groep grensoverschrijdende forensen is inderdaad een belangrijke doelgroep, vooral met het oog op de toekomst (op dit moment gaan wij er nog vanuit dat deze groep 2% van het aantal reizigers op de Albatros bedraagt). De resultaten van het onderzoek zijn uit te splitsen per product en doel van de reis om zo specifieke doelgroepen te analyseren;
- Door het kunnen uitsplitsen per treinproduct is het mogelijk deze onderling te benchmarken. Dit is voor ons uiteraard van belang om verdere verbetering in onze dienstverlening aan de klant op de verschillende internationale trajecten te realiseren;
- De respondenten vullen in hoe vaak ze met de verschillende treinproducten reizen. Voor het product dat ze het meest frequent gebruiken – en dus het meeste ervaring mee hebben - krijgen zij de nadere vragen.

U geeft aan dat de gebruikers van de Hispeed-website – die daarmee gebruikmaken van alle Hispeed-diensten, betrokken zouden moeten worden bij het klanttevredenheidsonderzoek over de aspecten informatievoorziening en (waar van toepassing) kaartverkoop. Wij vragen de respondenten van welke kanalen zij gebruikmaken. Voor de belangrijkste kanalen (balie binnenland, buitenland, callcentre en website) vragen wij bovendien het klantoordeel. De respondenten beoordelen daarmee de complete dienstverlening van NS Hispeed.

### 2.3 Vragenlijst

- In reactie op uw opmerkingen over zitplaatskans en 'treinkans' merken wij allereerst op dat verplicht reserveren in elk geval niet voor 2010 aan de orde is. Wij gaan het reserveren in fases invoeren. De snelheid hiervan wordt door de klant bepaald. Bij de start zal de klant de optie hebben om te reserveren. Wij zullen daarom de klant in de eerste fase vragen naar "de mogelijkheid om te zitten in de trein".  
Op het moment dat het reserveringssysteem verder is uitgewerkt en de reizigers hier langzaam gebruik van gaan maken, naar verwachting in de loop van volgend jaar, zullen wij afhankelijk van de gemaakte keuzes bezien welke vragen wij aan de klant zullen stellen. Op dit moment is dat nog prematuur.  
Wij zijn het met u eens dat voor sommige reizigers de zekerheid van een zitplaats zwaarder zal tellen dan de vrijheid met iedere gewenste trein uit de dienstregeling te kunnen meereizen. Daarbij plaatsen wij wel de kanttekening dat een goede vraagstelling in deze complexer zal zijn dan u in uw advies aangeeft: de klant heeft hier ook een eigen verantwoordelijkheid, naarmate hij eerder boekt zal hij meer kans maken met de gewenste trein te reizen. Bovendien speelt het uit te geven bedrag voor een ticket hierbij ook een rol. Wij zullen in overleg met u bezien of deze wens van de klant op een goede manier via onderzoek in kaart te brengen is.
- U adviseert ons in de vragenlijst expliciet te vragen naar een oordeel over de mogelijkheid fietsen mee te nemen (door het toevoegen van een onderwerp aan v14, v22 en v21b van de vragenlijst). Conform de opzet van het klanttevredenheidsonderzoek (zie algemeen gedeelte hierboven) vragen wij het oordeel van de klant over de treinreis en de aangeboden diensten. Op het moment dat wij een dienst niet aanbieden - voor de Albatros en ook ICE is geen fietsvervoer mogelijk m.u.v. ingepakte vouwfietsen - is het in een klanttevredenheidsonderzoek voor een klant ook niet aan de orde.  
Wij begrijpen de achterliggende strekking van uw vraag. Een betere weg daarvoor is o.i. om langs andere kanalen meer zicht trachten te krijgen over de (fiets)wensen van klanten, waaronder de analyse van de klachten van klanten over onze algemene dienstverlening. Daarbij bespreken wij dit onderwerp regelmatig in ons overleg.
- U geeft aan dat u verschillende vragen over de klanttevredenheid in de vragenlijst bent tegengekomen. Hier is wat vraag 5 en 7 betreft een methodologische reden voor. Vraag 5 is een controlevraag van vraag 7. Alleen een rapportcijfer zegt namelijk niet altijd alles over de tevredenheid (bij dezelfde tevredenheid kan de ene persoon een 7 geven en de ander een 9). Vraag 15a is wel duidelijk anders dan deze eerste twee vragen, omdat we daar ook spreken van treinproducten. Dit gaat duidelijk over ons aanbod, de andere vragen specifiek over onze dienstverlening.

- In reactie op uw vragen en opmerking over de routing van de vragen over kaartjes kopen merken wij het volgende op:
  - Tussen de vraag waar ze hun kaartje kopen en de waardering ervoor staat inderdaad 1 vraag. Deze vraag geeft ons informatie over de redenen waarom iemand niet de website gebruikt, dit biedt ons zeer belangrijke informatie Dit is de meest gangbare plaats voor deze vraag.
  - De antwoorden bij deze vraag staan alvast geformuleerd om de respondent de vraag snel en gemakkelijk te laten beantwoorden.
  - Het is zeker het geval, zoals u aangeeft, dat gebruikers van de website mogelijk knelpunten ondervinden bij het gebruik van de website. Hier houden we ook de vinger aan de pols.

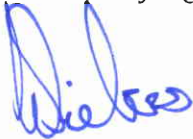
### 3. Besluit en vervolgtraject

Samenvattend is ons besluit:

- Wij continueren het klanttevredenheidsonderzoek, zoals aan u voorgelegd in onze adviesaanvraag;
- Uw adviezen met betrekking tot de mogelijkheden het meenemen van fietsen in de trein nemen wij niet op in het klanttevredenheidsonderzoek. Wel zullen wij de mogelijkheden nagaan om langs andere kanalen zicht te krijgen op de (fiets)wensen van klanten, waaronder de klachten over onze algemene dienstverlening;
- Uw suggesties die betrekking hebben op een volgende fase in onze dienstverlening (zoals het reserveringssysteem) nemen wij mee als aandachtspunten bij de verdere ontwikkeling van het klanttevredenheidsonderzoek (een en ander aansluitend op de vormgeving van de diensten in de betreffende fase).

Wij vertrouwen er op u hiermee ons besluit en het verdere traject voldoende te hebben toegelicht. Wij zullen u blijven informeren over en betrekken bij de aanpassingen die wij als uitvloeisel van de ontwikkeling in onze dienstverlening in het klanttevredenheidsonderzoek zullen willen doorvoeren.

Met vriendelijke groet,



Jan-Willem Siebers