Reactie ontwikkeling prestatie-indicatoren

Hoofdstuk	Onderwerp	Partij	Vraag - Opmerking - Advies	
ontwikkeling prestatie-indicatoren	Algemeen klantoordeel	Locov	De verandering van de onderzoeksmethode heeft, zoals aangegeven, een aantal voordelen. Een nadeel is de lagere respons: achteraf zullen minder mensen de moeite nemen om de vragenlijst helemaal in te vullen dan wanneer zij in de trein zitten en de lijst weer moeten inleveren. Daarnaast zijn er ook mensen die hun e-mailadres niet willen geven vanwege privacy overwegingen en mensen die geen internet hebben. Het oordeel van deze groepen worden hiermee niet meegewogen.	Hieronder gaan wij in op de door u genoemde groepen: **Reizigers die hun emailadres niet willen geven vanwege privacyoverwegingen** Op het wervingskaartje dat de reiziger ontvangt, dient hij/zij onderstaande aan te vinken: "Ik wil éénmalig via een enquête meewerken aan het verbeteren van producten en diensten van NS." Uw mailgegevens worden uitsluitend voor dit onderzoek gebruikt. Bij het achterlaten van een mailadres krijgen de reizigers dus de garantie dat zij eenmalig benaderd worden. Indien een reiziger dan nog steeds huiverig is om een mailadres achter te laten, komt deze inderdaad niet in de steekproef. We hebben voor de start van het onderzoek overwogen om niet om het mailadres te vragen maar om een internetlink uit te delen in de trein, zodat reizigers uit eigen beweging naar de website konden gaan. Echter hiermee zou NS alle controle uit handen geven aangezien het dan niet mogelijk is een reminder te sturen en daardoor loopt je non-respons op. **Reizigers die geen internet hebben** Uit onderzoek blijkt dat de internetpenetratie in Nederland is 93% is. (bron: Onderzoek We Are Social, 2014). Ook internetgebruik onder bijvoorbeeld ouderen is hoog. Reizigers die niet tot deze groep behoren komen inderdaad ook niet in de steekproef.Verwachting is dat we met deze methode jongeren weer meer aanspreken om deel te nemen.
ontwikkeling prestatie-indicatoren	Algemeen klantoordeel	Locov	Wij adviseren om ook voor de reizigers in binnenlandse treinen een Engelstalige versie van de enquête te maken.	Mede op basis van uw advies hebben we besloten dit per 2016 in te voeren, zodra de vragenlijst helemaal definitief is.

ontwikkeling prestatie-indicatoren	Algemeen klantoordeel HSL-Zuid diensten	Locov	Aan de reizigers wordt dezelfde vraag voorgelegd als in niet HSL-Zuid-treinen: "Wat is in het algemeen uw oordeel over het reizen per trein?" Onderscheidend is dus alleen de trein waarin de reiziger zijn/haar e-mailadres heeft opgegeven. Wij vinden dit feit van onvoldoende gewicht voor het koppelen van het oordeel aan de treinsoort.	De nieuwe vraagstelling is al specifieker is dan de huidige vraag waarin naar dienstverlening in het algemeen wordt gevraagd. De huidige vraag omvat ook het oordeel van klanten over bijvoorbeeld de ticketverkoop, de klantenservice of de catering aan boord. In de nieuwe vraagstelling zal waarschijnlijk net als nu de ervaring van de klant met voor- en natransport met HRN-treinen meespelen, maar wordt al specifieker naar het reizen per trein gevraagd. In de nieuwe methodiek wordt de reizigers ook duidelijk gevraagd om de vragen in de enquête te betrekken op de reis die zij op het moment van de enquête maakten. De algemenere formulering past bij de gewenste sturing op goede, geïntegreerde dienstverlening. De insteek is om meer op ritniveau te meten, daarvoor moeten dan wel de vragen bij de verschillende producten hetzelfde zijn.
ontwikkeling prestatie-indicatoren	Klantoordeel sociale veiligheid	Locov	In de bestaande enquête wordt alle reizigers voor elk van de vier reismomenten gevraagd of zij zich veilig voelen. Bij de nieuwe methode geeft de reiziger alleen een oordeel voor trein en station op het dagdeel waarop hij/zij voor de enquête is benaderd. Een deel van de reizigers reist 's avonds weinig of nooit met de trein. In de bestaande enquête geven deze reizigers toch hun oordeel over de veiligheid 's avonds. In de nieuwe enquête gebeurt dat niet meer. Dit kan als een voordeel worden gezien: de oordelen gaan alleen nog over de momenten en de trajecten waarop de reizigers werkelijk in de trein hebben gezeten. Er is wel een keerzijde. Hiermee verdwijnt namelijk het zicht op het beeld dat reizigers hebben over het dagdeel waarop zij weinig of nooit in de trein zitten. Dit beeld verandert niet door er niet meer naar te vragen. Hier kan voor reizigers een reden liggen om 's avonds niet voor de trein te kiezen. Dit beeld bij de reizigers is dus niet zonder belang.	Perceptie speelt hierbij inderdaad een rol. Echter wisten wij bij het oude cijfer niet of men bijvoorbeeld een 5 gaf omdat men zich daadwerkelijk onveilig voelt 's avonds óf omdat in de krant staat dat het veiligheidsniveau lager is 's avonds in de trein of op het station. Niet meer vragen betekent niet meer dat het er niet is, dat klopt. In de nieuwe methode is bewust gekozen om de recente treinreis te bevragen, en niet zozeer de perceptie. Het is zuiverder alleen af te gaan op de ervaring op het moment waarop men reisde. De vraag of mensen 's avonds niet-reizen vanwege een negatieve perceptie over sociale veiligheid werd met de oude methode ook niet beantwoord, hiervoor zou eerder een verdiepend onderzoek van toepassing zijn.
ontwikkeling prestatie-indicatoren	Klantoordeel sociale veiligheid	Locov	In de oordelen over de veiligheid 's avonds en overdag zit door de jaren een groot verschil van enige tientallen procentpunten. Het maakt dus veel uit op welke manier het gemiddelde hiervan wordt berekend. De bestaande methode werkt met vaste wegingsfactoren, waarbij de 'avond'-oordelen per saldo voor 45% meetellen en de 'overdag'-oordelen voor 55%. Volgens de nieuwe methode wordt een gewogen gemiddelde bepaald voor de reizigers die vóór en na 19.00 uur zijn benaderd voor de enquête. Aangezien het aantal reizigers na 19.00 uur slechts een fractie is van het aantal reizigers daarvóór (veel minder dienstregelinguren, veel stillere treinen), zal het oordeel over de veiligheid 's avonds nog maar amper gewicht in de schaal leggen. Daarmee verliest het gemiddelde aan betekenis als monitorings- en sturingsinstrument. Er zal dus nog sterker naar de gespecificeerde uitkomsten moeten worden gekeken in plaats van naar het gemiddelde.	Uit onze reizigerstellingen blijkt dat de verdeling als volgt is: ±85% reist overdag, ±15% reist 's avonds. In het nieuwe Klanttevredenheidsonderzoek is het aandeel reizigers/enquêtes overdag 88%, en 's avonds 12%. Het nieuwe onderzoek geeft daarmee een realistischer beeld dan het oude onderzoek. We kiezen er bovendien voor om een reiziger die overdag reist even zwaar te laten meetellen dan een reiziger die 's avonds reist. Het effect hiervan is verwerkt ambitieneutrale normconversie. De vier separate klantoordelen blijven als informatie-indicator beschikbaar, dus daar kan apart door geïnteresseerden naar gekeken worden.