

## **Klant tevredenheids onderzoek t/m 2011**

In 2004 hebben we de eerste uitgebreide enquête gedaan. We hebben toen 350 vragenformulieren verzonden en 110 retour gekregen. Een enorm hoge score van 31%.

Nu in 2011 hebben we weer een actief klantenonderzoek gedaan onder 50 klanten at random geselecteerd uit 1 week (iedere dag 10). Van de 50 klanten die gebeld zijn hebben er 30 meegewerkt. Weer een enorm hoge score van 60%.

In de tussenliggende jaren hebben we passief klantenonderzoek gedaan via een webformulier. In totaal zijn er op die manier 31 formulieren teruggekomen.

### **Doel**

Het doel van het klantonderzoek is om erachter te komen waar we ons nog in kunnen verbeteren en wat we gewoon niet goed doen. Daarnaast willen we een indruk hebben van wat er in de homeopathie markt verandert. Onze klanten vormen geen gemiddelde dwarsdoorsnede, dat zie je al gelijk aan de enorm hoge respons van 31% op een schriftelijke enquête en 60% op een telefonische enquête. Dat is dus een zeer goed testpubliek waarbij met geringe aantallen een zeer betrouwbaar resultaat wordt bereikt.

### **Resultaten 2004 en conclusies**

In 2004 zijn maar een beperkt aantal vragen (6) gesteld.

*Bereikbaarheid:* 84% voldoende tot goed en 16% niet van toepassing

*Telefonisch contact:* 53% voldoende tot goed en 47% niet van toepassing

*Levertijd:* 95% zoals verwacht of korter 5% langer dan verwacht. Hier is niet altijd consequent ingevuld hoeveel dagen precies. Wel is duidelijk dat de tevredenheid sterk afhangt van de verwachting.

*Staat van aflevering:* 99% voldoende tot goed en 1 melding van slecht! (Breuk)

*Informatie van de apotheek:* 94% is in orde (onze folder) en 6% wilde extra info vooral bijsluiters!

**De conclusie van die enquête was heel duidelijk dat we het gewoon erg goed doen. Maar dat we een oplossing moeten vinden voor de meer specifiekere informatie over het middel zelf (bijsluiter). In de daarop volgende jaren zijn 500 bijsluiters gemaakt en op de website geplaatst en daar is ook in de folder naar verwezen. De huidige vragenronde is o.a. bedoeld om te zien of die maatregel succes heeft gehad.**

### **De opzet voor het huidige website formulier**

We hebben het aantal vragen sterk uitgebreid en daar drie delen in aangebracht: deel I is voornamelijk onze leverprestatie (vergelijkbaar met 2004) en Deel II de homeopathische behandeling en Deel III de vergoeding, zorgverzekeraar en gezondheidszorg. In totaal nu 20 vragen.

De resultaten van het passieve en actieve klantenonderzoek zijn hieronder in een tabel met alle cijfers en de belangrijkste percentages weergegeven.

VRAAG	2004	Passief tot 2011	Actief 2011
1a. Bereikbaarheid nvt	18	0	0
1b. bereikbaarheid goed/voldoende	92	30	29
1c bereikbaarheid slecht	0	1	0
2a te woord gestaan nvt	52	8	26
2b te woord gestaan voldoende/goed	58	24	3
2c tewoord gestaan slecht	0	0	1
3a email contact nvt		18	29
3b email contact voldoende /goed		14	1
3c emali contact slecht		0	0
4a <b>levertijd voldoende/goed 1 a 2 dagen</b>	105 (95%)	18 (60%)	28 (93%)
4b levertijd slecht 3 dagen of langer	5	13	2
5a staat van aankomst voldoende/ goed	109	31	29
5b staat van aankomst slecht	1	0	1
6a <b>info voldoende/goed site en folder</b>	103 (94%)	24 (80%)	15 (50%)
6b info onvoldoende en wensen	7	4	8
7a factuurgegevens in orde		30	28
7b factuurgegevens niet in orde		1	0
8a inname bekend?		27	29
8b inname niet bekend		3	1
9a info voorschrijver voldoende/goed		27	26
9b info voorschrijver onvoldoende		3	4
10a meer info apotheek gewenst?		2	6
10b info voldoende		28	23
11a. <b>percentage verbetering 6 0-100%</b>		22 (73%)	11 (37%)
11b percentage verbetering 50% of minder		4	0
11c percentage verbetering nog te vroeg		0	14
12a vragen aan apotheek		4	1
12b voldoende beantwoord		2	1
12c slecht beantwoord		2	0
13a <b>tevredenheid voorschrijver 60-100%</b>		25 (83%)	27 (90%)
13b ontevreden voorschrijver 50% of minder		1	0
14a reguliere behandeling vooraf		15	14
14b geen reguliere behandeling vooraf		11	14
15a tevreden over regulier behandeling		7	3
15b ontevreden over reguliere behandeling		12	12
16a <b>nieuwe behandelaar homeopaat</b>		24	27
16b andere behandelaar		0	0
17a <b>vergoeding middelen 60-100%</b>		20 (67%)	3 (10%)
17b vergoeding 50% of minder		9	19
17c weet het niet		0	
18a <b>behandeling vergoed 60% -100%</b>		24 (80%)	7 (23%)
18b behandeling 50% of minder vergoed		5	20
18c weet het niet		0	
19a <b>tevreden over zorgverzekeraar 60%-100%</b>		26 (87%)	24 (80%)
19b 50% of minder tevreden		1	4
20a tevreden over gezondheidszorg 60-100%		17 (57%)	10 (33%)
20b ontevreden over gezondheidszorg		9 (30%)	19 (63%)

## Conclusies

1. Onze bereikbaarheid en email contact en te woord staan is door de jaren van eenzelfde niveau. Wel is er 1 klant die vond dat ze niet goed was te woord gestaan. De assistente had haar uitspraak van de enkelvoudige middelen gecorrigeerd. Dat geeft weer eens aan dat we een heel andere markt hebben dan regulier. Daar wordt de apotheek als deskundig gezien en zou de klant direct accepteren dat het eigenlijk anders wordt uitgesproken. In de homeopathie zijn veel leken deskundigen en veel eigen wijsheden. Dat is wat dat betreft een veel lastiger publiek waar je goed rekening moet houden met hun gevoeligheden.
2. Heel verheugend is dat het onderzoek laat zien dat de leversnelheid nog steeds goed op peil is. Van 95% in 2004 is dat nu nog steeds 93%. Bovendien is dit veel exacter gemeten dan toen. Die 93% zijn werkelijk alle pakjes die binnen 2 dagen bij de patiënt zijn.
3. Het hoofddoel een betere informatie verschaffen is duidelijk niet gehaald. Hoewel er nu veel meer informatie beschikbaar is, kan men het kennelijk nog niet vinden op de website. Nu moet wel gezegd dat vooral de telefonische enquête mensen stimuleert om adviezen te geven. De volgende adviezen en problemen zijn genoteerd:
  - \_1x geen internet
  - \_Alles gaat via de arts, dus verder geen vragen, niet nodig dus (3x)
  - \_meer info op flesjes over de toepassing
  - \_Er ontbreekt een handleiding over het gebruik (2x)
  - \_Te weinig korreltjes voor drie kinderen (reeksen)
  - \_meer algemene info
  - \_Moeite met doseer buisje. Blokkeert steeds
  - \_bandje telefoon is slecht, opnieuw inspreken
  - \_meer over werkingAlle gevraagde informatie is beschikbaar op de website en er wordt naar verwezen. Maar dat is kennelijk onvoldoende. In 2004 voegden we de folder bij iedere bestelling. Mogelijk moeten we iets dergelijks gewoon weer gaan doen of bv een sticker aan de voorkant van de factuur die verwijst naar de achterkant, met het advies dat goed te lezen voor gebruik.
4. De informatie die door de voorschrijver wordt verschaft is onveranderd goed. Dat is de belangrijkste schakel. De voorschrijver kan vermoedelijk veel beter gebruik maken van onze informatie. We zullen onszelf wat meer naar de voorschrijver moeten profileren.
5. Het lijkt er in eerste instantie op dat er veel minder succes is met de middelen. Maar veel mensen hebben in de telefonische enquête aangegeven dat het nog te vroeg was om daar iets over te kunnen zeggen. De tevredenheid over de voorschrijver is zelfs nog wat toegenomen. Die is extreem hoog. Dus dat geeft al aan dat de conclusie hierboven juist is. Hier ligt ook onze valkuil als we teveel op de stoel van de voorschrijver gaan zitten. We zullen moeten mikken op een goede aanvulling. Dat wil bv zeggen dat de bijsluiterteksten en teksten over werking ook hun goedkeuring behoeven.
6. De vergoeding is een zorgelijker iets. Die is duidelijk afgenomen. Bij de vergoeding van de middelen erg extreem. Ook was opvallend dat veel ondervraagden het eigenlijk niet wisten. Weer een aandachtspunt voor de samenwerking met de voorschrijvers.
7. Het meest verrassend is toch wel dat de hoge tevredenheid over de zorgverzekeraars nauwelijks is afgenomen. Het geeft aan dat men niet beseft dat juist de zorgverzekeraars veel van de gesignaleerde problemen veroorzaken. En zeker op het gebied van de alternatieve gezondheidszorg totaal geen inspanning doen. Dat kan geconcludeerd worden

uit de enorm toegenomen onvrede met de gezondheidszorg. Hieronder een bloemlezing uit de klachten:

\_ Huisarts slecht te bereiken en geen tijd, specialisten dekken elkaar, huisarts stuurt niet door 2x

\_gelaagdheid (teveel managers) en veel bureaucratie. Teveel gepraat en te weinig doen (5x)

\_Men wil weer als mens behandeld worden en meer de totaliteit van het probleem ipv de klachten (4x)

\_Betere samenwerking regulier en alternatief 4x

\_meer vergoeden vooral op alternatief gebied 3x

\_veel reguliere medicijnen belanden in de prullenbak

#### Slotwoord

Het is duidelijk waar we de accenten moeten leggen: meer communicatie tussen voorschrijvers en Hahnemann apotheek om de patiënt optimaal van dienst te zijn.

Een volgende enquête zou wel eens op de voorschrijvers gericht moeten zijn. Het lijkt voldoende om maximaal eens per 2 jaar bij onze patiënten vervolg onderzoek te doen. Daar zal dan met name de informatie voorziening aan bod moeten komen.

December 2011 Martin Dicke