

**KlantenAdviesTeams  
MEE Rotterdam**

Stichting Alexander

Drs. Kitty Jurrius  
Geeske Strating

Tarik Pehlivan

Amsterdam

mei 2006

## Inhoud

<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
<b>1. Oorspronkelijk opzet pilots KlantenAdviesTeams</b>	<b>5</b>
<b>2. Het proces van uitvoering</b>	<b>8</b>
2.1 Draagvlak en start	8
2.2 Betrokkenheid cliëntenraad	9
2.3 Participatie van klanten in KlantenAdviesTeams	9
<b>3. Opbrengsten project</b>	<b>14</b>
3.1 Inhoudelijke uitkomsten	14
3.2 Inspraak van klanten	15
<b>4. Overdracht methodiek aan MEE en vervolg</b>	<b>18</b>
4.1 Bruikbaarheid van de methode	19
4.2 Randvoorwaarden	20
4.3 Overdracht aan interne projectleider	21
4.4 Vervolg	22
<b>Bijlage 1: Verslag JongerenAdviesTeam</b>	<b>23</b>
<b>Bijlage 2: Verslag KlantenAdviesTeam LG</b>	<b>35</b>
<b>Bijlage 3: Stappenplan KlantenAdviesTeams</b>	<b>46</b>
Uitgangspunten en doelen	
Fase 1: introductie van het traject	
Fase 2: Vormen van een KlantenAdviesTeam	
Fase 3: Voorbereiden van een KlantenAdviesTeam	
Fase 4: Uitvoeren van activiteiten met KlantenAdviesTeam	
Fase 5: Uitvoeren van presentatie en dialoog	
Fase 6: Verslagleggen van resultaten en voorgenomen acties	
Fase 7: Aan de slag met de uitkomsten	

## Inleiding

Al enige jaren heeft MEE een goed functionerende cliëntenraad. Deze methode voor cliëntenparticipatie blijkt in de praktijk niet alle cliënten aan te spreken. Bovendien genereert de cliëntenraad in beperkte mate bruikbare feedback voor beleidsvorming. Een nieuwe methode voor cliëntenparticipatie – waarvan de ontwikkeling en resultaten in deze rapportage worden beschreven – is nadrukkelijk bedoeld om ***cliënten in staat te stellen structureel feedback te geven over en advies te geven voor het beleid en de uitvoering van de diensten van MEE.***

Deze methode wordt bij MEE Rotterdam bewust geïntroduceerd in de vorm van een pilotproject – zo kunnen de ontwikkeling van de methodiek én overdracht van kennis en vaardigheden voor het gebruik ervan zodanig plaatsvinden dat MEE in staat is om vervolgens de ontwikkelde methodiek zelfstandig in te zetten.

Centraal in het project en de nieuwe methodiek staan de KlantenAdviesTeams (KATs) – oorspronkelijk CATs (CliëntenAdviesTeams) genoemd – waarin klanten van MEE Rotterdam gedurende een afgebakende periode specifieke (en vanuit cliëntenperspectief relevante) thema's onderzoeken en adviseren over hun bevindingen – als aanvulling op en in samenspraak met de bestaande cliëntenraad. De cliënten in de KATs worden bij hun activiteiten door Stichting *Alexander* begeleid en ondersteund.

Het centraal stellen van klanten (en het perspectief van / op klanten) betekent dat de onderzoeksvragen concreet worden ingevuld en uitgewerkt in samenspraak met medewerkers, cliëntenraad en de klanten in de adviesteams bepaald. Hetzelfde geldt voor de in te zetten onderzoeksmethodes.

De CATs formuleren op basis van hun onderzoeksresultaten adviezen aan de directie van MEE. In een bijeenkomst met directie, medewerkers en cliënten van MEE, worden deze adviezen door de leden van het CAT gepresenteerd en bediscussieerd.

De pilot met de CATs kent de volgende doelstellingen:

- MEE heeft de beschikking over een bruikbare methode voor het krijgen van structurele feedback voor en adviezen over het beleid en de uitvoering van de diensten van MEE.
- MEE heeft ervaring opgedaan met de methode.
- MEE heeft op zeer interactieve wijze concrete adviezen gekregen van cliënten over het beleid en de uitvoering van de diensten.



In dit rapport worden opzet, uitvoering en resultaten van het project met de KlantenAdviesTeams bij MEE beschreven. Het rapport kent de volgende opbouw:

Hoofdstuk 1: Oorspronkelijk opzet van het project

Hoofdstuk 2: Het proces van uitvoering

Een beschrijving van het uitvoeringsproces – hier beschrijft Stichting Alexander niet alleen hoe het project feitelijk is uitgevoerd, maar benoemt tevens de aanpassingen en bijstellingen gedurende de uitvoering van het project.

Hoofdstuk 3: Opbrengsten project

Vervolgens wordt beschreven wat de pilots hebben opgeleverd aan informatie en inspraak/participatie van klanten.

Hoofdstuk 4: Vervolg

Tot slot wordt vooruitgekeken naar het vervolg van Klantenadviesteams binnen MEE Rotterdam door de randvoorwaarden en overdracht aan MEE te beschrijven.

## 1. Oorspronkelijk opzet pilots KlantenAdviesTeams

Het volgende projectplan lag aan de pilots ten grondslag:

### *Draagvlak*

Gedurende het gehele project wordt veel aandacht gegeven het draagvlak onder directie, cliëntenraad en medewerkers van MEE. Dit om de continuïteit van de nieuwe participatiemethode te waarborgen, en om de feedback van cliënten daadwerkelijk een plek te geven binnen de organisatie – zowel in het beleid als in het primaire proces.

### *Overdracht aan en samenwerking met medewerker van MEE*

Een medewerker van MEE zal bij alle stappen meekijken, input geven en krijgen, zodanig dat deze persoon – met het uiteindelijke stappenplan in de hand – zelfstandig een CAT traject kan opzetten, begeleiden en tot een einde kan brengen. In deze samenwerking staat gelijkwaardigheid centraal: het wordt gezien als een wederzijdse aanvulling van expertise en kennis.

### *Introducerende bijeenkomsten*

Het project start met een bijeenkomst met de cliëntenraad. Hier worden de leden van de cliëntenraad door Stichting Alexander gevraagd om actief mee te denken over vragen voor de medewerkerpanels. In de panelleidraad voor het gesprek met medewerkers integreert Stichting Alexander verder vragen die verkregen worden na analyse van intern schriftelijk materiaal van MEE. Vragen die de directie / het management van MEE gesteld wil hebben aan medewerkers en cliënten worden in een apart overleg geïnventariseerd, waar tevens het project wordt toegelicht.

### *Panelgesprekken met medewerkers*

Stichting Alexander organiseert twee panelgesprekken waarvoor elk tien à twaalf medewerkers worden uitgenodigd die voor de betreffende doelgroepen werken. In een gesprek dat ongeveer drie uur duurt, staan twee onderwerpen centraal, namelijk de inhoudelijke kant van het project, en de procesmatige kant.

- **Procesmatig:** de doelstelling, de planning en de werkwijze van het project staan centraal. Er is voldoende ruimte voor verwachtingen, ideeën en eventuele aanpassingen, en wordt medewerking gevraagd bij het werven van deelnemers aan de CATs. Tevens wordt hierbij ondersteuning aangeboden, bijvoorbeeld in de vorm van een informatiebrief voor cliënten. Medewerkers kunnen verder aangeven in hoeverre zij actief betrokken willen zijn bij de uitvoering van de pilots.
- **Inhoudelijke:** de relatie tussen consulent en cliënt staat centraal. Medewerkers formuleren vragen voor cliënten en geven inzicht in hoe

medewerkers met elkaar denken over cliëntenfeedback. Er is ruimte om stil te staan bij motieven en twijfels.

De panelgesprekken dienen als basis voor het participatieve gedeelte met cliënten, omdat medewerkers tijdens het panelgesprek zelf aangeven waar ze van cliënten feedback over zouden willen. In deze gesprekken staan de volgende vragen centraal:

- *Wat vinden medewerkers van de inbreng van cliënten, wat verwachten zij en hoe bepaalt dat hun handelen? (met onderscheid tussen dienstverlening en beleid)*
- *Wat betekent participatie eigenlijk voor het eigen handelen?*
- *Welke vragen hebben zij aan cliënten en aan welke feedback van cliënten hebben medewerkers behoefte?*
- *Hoe kunnen medewerkers cliënten motiveren hun mening te geven over het primaire proces en over beleid?*

Stichting Alexander bereidt de panelgesprekken voor, zorgt voor de uitnodigingen en organisatie, leidt de panelgesprekken en verwerkt de resultaten in de eindrapportage. Deze panelgesprekken leiden tot:

- Goed geïnformeerde en betrokken medewerkers;
- Informatie en discussie over hoe medewerkers aankijken tegen cliëntenfeedback;
- Vliegende start van de werving van deelnemers aan de CATs.

#### *Nadere invulling met cliëntenraad*

Na afronding van de panelgesprekken en analyse van de gegevens volgt een gesprek met de cliëntenraad waarin wordt besloten:

- Welke thema's prioriteit krijgen;
- Uit welke twee sectoren cliënten zullen deelnemen aan het pilotproject. We adviseren om te starten met twee teams die een verschillende samenstelling hebben. Bijvoorbeeld een team met jong volwassenen met een lichamelijke beperking en/of chronische ziekte en een team met mensen met een verstandelijke handicap.

MEE en Stichting Alexander doorlopen vervolgens samen het volgende traject:

#### *CliëntenAdviesTeams (CATs)*

Volgend op de panelgesprekken starten we met de CATs. De cliënten worden geworven door de medewerkers, met ondersteuning door Stichting Alexander.



De cliënten zelf zijn actief betrokken in alle fasen van de pilots, en bepalen uiteindelijk mede de onderwerpen en de werkvormen: van de opbouw en ontwikkeling tot de uiteindelijke presentatie en advisering. Stichting Alexander adviseert, stuurt (bij) en motiveert, en bouwt op de capaciteiten die cliënten hebben. Daarbij worden aan de cliënt geen eisen gesteld waaraan de cliënt niet kan voldoen. Wel worden cliënten gestimuleerd om op zoek te gaan naar hun eigen mogelijkheden. De werkvormen worden dan ook dusdanig aangepast aan de doelgroep dat een optimaal resultaat wordt bereikt. De (bij)sturing is gericht op procesmanagement en doelrealisatie. Samen met de adviseurs wordt gezocht naar manieren die aanspreken om de mening van andere cliënten te vragen.

In een brainstormsessie komen – aan de hand van reeds verzameld materiaal – eerst de adviseurs zelf aan het woord over onderwerpen die hen aanspreken: zij concretiseren, voegen nieuwe onderwerpen toe en prioriteren. Tevens bepalen ze welke werkwijzen zij willen inzetten om andere cliënten te ondervragen. De ervaringen van Stichting Alexander kunnen hierin als voorbeelden aangedragen worden, én ideeën van de CATs worden zeer serieus op haalbaarheid en doelmatigheid bekeken. De keuzen van de cliënten blijven centraal staan. Op basis van de door de CATs gekozen invulling van de activiteiten, worden de cliënten door Stichting Alexander met behulp van diverse werkvormen getraind en begeleid voor hun taken.

#### *Advisering en rapportage*

Stichting Alexander verzamelt de resultaten van de CATs en maakt hiervan een conceptrapportage. Deze wordt besproken met de cliëntenteams, waarna de teams adviezen formuleren. Deze adviezen kunnen gericht zijn aan de directie, maar ook aan de medewerkers en/of de cliëntenraad. Stichting Alexander coacht de CATs om de onderzoeksresultaten en adviezen te presenteren tijdens een bijeenkomst met medewerkers, directie en cliënten van MEE.

Vervolgens wordt een gedegen evaluatie gehouden, waarin op zowel inhoudelijke als organisatorische zaken wordt ingegaan. De ervaringen van alle relevante partijen krijgen hierin een plek: directie/management, medewerkers, meewerkend medewerker, cliëntenraad, CATs, cliënten en Stichting Alexander. Hieruit worden lessen getrokken die verwerkt worden in het stappenplan dat MEE in staat moet stellen zelfstandig CATs uit te voeren in de toekomst.

Stichting Alexander sluit – in samenwerking met de betrokken medewerkers – het project af met een eindrapportage, waarin de resultaten van de onderzoeksactiviteiten, het proces van uitvoering en een stappenplan voor CATs binnen MEE zijn beschreven.



## **2. Het proces van uitvoering**

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe het project is verlopen.

### **2.1 Draagvlak en start: consulentenpanels en betrokkenheid binnen de organisatie**

Na een gezamenlijk voorbereiding voor de uitvoering van het project introduceren Stichting Alexander en de interne projectleider van MEE Rotterdam tijdens twee panelgesprekken met medewerkers van MEE Rotterdam het project. Medewerkers maken goed gebruik van deze mogelijkheid om hun vragen te stellen over de inhoud en de organisatie / proces van het project, en dragen waardevolle suggesties aan voor de werving en vervolgacties. Verder benoemen ze tijdens deze bijeenkomsten thema's die ze vanuit hun perspectief relevant vinden en formuleren vragen die ze graag door klanten beantwoord willen zien.

Consulenten zien duidelijk het nut van de pilots in relatie tot hun eigen werk en de dienstverlening van MEE aan klanten. Zo geven ze aan dat het nadrukkelijk hun bedoeling is om zelf aan de slag te gaan naar aanleiding van de verkregen feedback van klanten. Ze zien verschillende mogelijkheden om dit te organiseren. Ten eerste willen ze de conclusies en aanbevelingen uit de pilots in hun teams bespreken en deze bespreking(en) laten volgen door gerichte acties. Ten tweede willen ze de resultaten van hun acties terugkoppelen naar de klanten – dit vinden consulenten erg belangrijk. Een evaluatie na een half jaar is een voorbeeld dat ze noemen als een manier om de terugkoppeling vorm te geven. In een dergelijke evaluatie zou de vraag centraal moeten staan of en in hoeverre klanten verbeteringen zien. Wel gaat dit idee gepaard met een tweetal kanttekeningen. Ten eerste kan het vanuit het perspectief van consulenten voor klanten moeilijk zijn om concrete veranderingen te zien en aan te wijzen – bijvoorbeeld in de benadering door consulenten. Ten tweede bestaat de mogelijkheid dat de huidige klanten – die bekend zijn met de situatie vóór de veranderingen – tegen die tijd geen klant meer zijn. Zo bezien vinden consulenten het noodzakelijk om een duidelijk onderscheid te maken tussen verbeterpunten én (verbeter)acties voor de korte termijn alsook voor de langere termijn.

Het organiseren van draagvlak voor het project verloopt vanaf de start gunstig. Hier zijn duidelijke ondersteunende factoren voor aan te wijzen. Ten eerste staan de betrokken managers duidelijk achter het project en hebben dan ook een stimulerende invloed op het uitvoeringsniveau van de organisatie. Dit blijkt – een tweede factor voor effectief draagvlak – onder andere uit het grote aantal consulenten dat aan de introducties deelneemt en het feit dat de consulenten zich actief opstellen bij de werving van klanten. Een derde factor van belang is de

open, enthousiaste en stimulerende (werk)houding van de interne projectleider bij MEE Rotterdam. Ten vierde is door het management het traject in een breder kader geplaatst, waardoor het niet als een losstaand project maar als onderdeel van kwaliteitsbeleid binnen MEE is gezien. De laatste factor: de bereidheid én het vermogen van de organisatie om onvoorziene tegenvallers op te vangen. Bij dit project is dit het tussentijds wegvallen van de interne projectleider, waarop de organisatie direct en adequaat reageert (met maatregelen voor tijdelijke vervanging).

Tijdens het project zijn diverse betrokkenen op veel verschillende manieren geïnformeerd. Naast de twee panels is er voor gekozen om in de hele organisatie in alle teams (stafmedewerkers, teams volwassenen, alle jeugdteams, cliëntenraad) introducties te geven van een half uur. Via algemene informatie, nieuwsflitsen op intranet, mondelinge toelichtingen in de teams, persoonlijk en e-mail contact met de consultants en contact met de teammanagers, zijn medewerkers tijdens het traject geïnformeerd.

Het projectproces legt een aantal aandachtspunten bloot om het draagvlak voor dit soort projecten verder te ondersteunen en te onderhouden.

- In de informatiefase over het project blijkt het van belang om de informatie over het project via meerdere kanalen te verspreiden – informatie via intranet wordt niet altijd gelezen en maakt dit tot een kwetsbaar kanaal (wanneer geen andere kanalen worden benut).
- Bij aanvang van het traject is het van belang dat management motiveert en duidelijk maakt waarom voor het traject wordt gekozen.
- Er moet voldoende tijd worden uitgetrokken voor de informatiefase (twee tot drie maanden is reëel).
- Het aansluiten bij bestaande overleggen maakte het mogelijk om iedereen op korte termijn te informeren en minimaal extra tijd te vragen van consultants.
- Het informeren van de andere teams maakt dat het concept alvast breder bekend raakt in de organisatie.

Het is dan ook deze kwaliteit van betrokkenheid waarin met introductiebijeenkomsten voor consultants geïnvesteerd wordt – het verloop van het project toont aan dat deze bijeenkomsten een essentiële stap vormen in de organisatie van draagvlak, bijvoorbeeld door het redelijke gemak waarmee consultants na een trage start in de werving alsnog slagen in een succesvolle werving. Tot slot mag uit de presentaties van de projectresultaten opgemaakt worden dat een inhoudelijke voorbereiding van consultants op de dialoog over de resultaten een vereiste is. Consultants worden tijdens de presentatiebijeenkomsten soms overvallen door de uitkomsten, en missen zonder een oriëntatie vooraf een kader waarbinnen zij deze resultaten kunnen /

moeten interpreteren. Inhoudelijke voorbereiding op de presentatie- en dialoogfase is dan niet alleen van belang voor het draagvlak voor de resultaten zelf, maar ook voor het eventuele vervolg en het aandeel van de professionals bij een vervolg.

## **2.2 Betrokkenheid cliëntenraad**

Een andere groep van betrokkenen binnen MEE Rotterdam die een sleutelpositie inneemt voor het draagvlak van KlantenAdviesTeams is de cliëntenraad. De samenwerking met deze raad in het project is zeer vruchtbaar te noemen, zowel voor de cliëntenraad als voor de KlantenAdviesTeams. Bij alle bijeenkomsten in het project is een lid van de raad aanwezig, wat de betrokkenheid van de raad bij het project heeft vergroot door het directe inzicht in het projectproces. Andersom bestaat bij de klanten in de adviesteams grote waardering voor de aanwezigheid van raadsleden bij hun bijeenkomsten. Om deze samenwerking goed op waarde te kunnen schatten, is het van belang om te bedenken dat de wederzijdse waardering verder gaat dan een symbolische erkenning van elkaar. De waardering komt namelijk ook tegemoet aan hele praktische belangen van beide groepen: de cliëntenraad wil de eigen status als opdrachtgever en de daarmee samengaande verwachtingen waarmaken – zij heeft toegezegd zich verantwoordelijk te willen stellen voor de voortgang van de adviezen- terwijl de adviesteams met hun activiteiten willen bijdragen aan het werk van de cliëntenraad en wezenlijke zaken op de agenda van de cliëntenraad willen zetten.

## **2.3 Participatie van klanten in KlantenAdviesTeams**

Met klanten van MEE Rotterdam worden twee teams gevormd: een JongerenAdviesTeam en een KlantenAdviesTeam. In de opzet was uitgegaan van een keuze voor de samenstelling van de teams met de cliëntenraad, maar in de pilots is er voor gekozen om op inhoudelijke gronden de teams samen te stellen op basis van de volgende criteria:

- Brede afspiegeling van de klantgroepen van MEE
- Volwassenen en jongeren vertegenwoordigd
- Verstandelijk gehandicapten en lichamelijk gehandicapten vertegenwoordigd

Vervolgens is op basis van het cliëntenbestand (weinig lichamelijk gehandicapte jongeren) is vervolgens gekozen voor een KlantenAdviesTeam Lichamelijk gehandicapten (volwassenen) en een JongerenAdviesTeam MLK.

Met beide teams lopen de begeleiders van Stichting Alexander en de interne projectleider van MEE Rotterdam twee parallelle trajecten volgens dezelfde basisaanpak: werving, voorbereidende teamactiviteiten, acties, voorbereidingsactiviteit voor een presentatie en de presentatie. Hieronder worden voor beide teams de processen per fase besproken.

<b>Werving</b>	
<b>JongerenAdviesTeam</b>	<b>KlantenAdviesTeam</b>
<p>Bij MLK is vaak sprake van terugkerende klanten – vooral wanneer jongeren een nieuwe levensfase ingaan. Daarom is het van belang om bij de werving voor de CATs ook de aandacht te richten op klanten uit 2004 en eerder. Tevens wijzen consultants op het belang om niet de leeftijd maar de IQ van de jongeren als criterium voor deelname te hanteren. De consultants concluderen dat een evenwichtige mix van jongeren (SOVA, crisisopvang, ontevreden cliënten) voor het CAT de voorkeur heeft. In verband met de kerstvakantie wordt de werving in januari 2006 gestart.</p> <p>Ter ondersteuning van de werving van jonge klanten voor het JongerenAdviesTeam wordt een flyer gemaakt, en wordt afgesproken dat medewerkers jongeren uit de eigen caseload werven. Vanwege de drempelverlagende werking van een persoonlijke aanpak, benaderen consultants zelf de jongeren. Ouders worden, zoals afgesproken, geïnformeerd. Aanvankelijk loopt de werving trager dan gepland. Consultants hebben doorgaans geen dagelijks contact met de jongeren van 14-18 jaar op de praktijkscholen.</p>	<p>Gekozen wordt om alle klanten die in 2005 waren ingestroomd aan te schrijven, om zo zowel ex- als huidige klanten te kunnen werven. Klanten werden gevraagd zichzelf aan te melden. Dit levert zoveel aanmeldingen op dat besloten wordt om eerst een informatiebijeenkomst te organiseren.</p> <p>Van de dertien deelnemers aan de eerste bijeenkomst (uit twintig uitnodigingen) gaan vervolgens acht klanten door in het adviesteam. Met de andere belangstellenden wordt een <i>informantenteam</i> samengesteld: kritische meelezers tijdens het uitvoeringsproces.</p> <p>De teamleden kennen een sterke intrinsieke motivatie: zij willen het voor zichzelf en anderen beter maken. Zij ontvangen na afloop een attentie maar dit was hen van te voren niet bekend.</p> <p>De teamleden in het adviesteam kennen diverse beperkingen: visueel, auditief, motorische handicaps alsook hersenletsel. Enerzijds is dit een goede afspiegeling, anderzijds bestaat er minder gemeenschappelijkheid en zijn er grote verschillen in werktempo. Bijvoorbeeld: Voor iemand met een visuele handicap</p>

<p>Een vernieuwde inzet van medewerkers levert uiteindelijk een heel gevarieerd team op: jongens, meisjes, diverse culturele achtergronden, diverse leeftijden. Jongeren deden mee omdat hen dat leuk leek en omdat ze gevraagd waren. Een kadootje in het vooruitzicht en het eten tijdens de bijeenkomsten hielpen ook mee.</p>	<p>is het van belang teksten door te nemen, mensen zonder visuele handicap hebben hier geen behoefte aan.</p> <p>De verschillen in werktempo zijn door sommige teamleden als frustrerend ervaren.</p>
---	---

<p style="text-align: center;"><b>Vorbereidende activiteiten</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>JongerenAdviesTeam</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>KlantenAdviesTeam</b></p>
<p>Voorafgaand aan de bijeenkomsten wordt elke jongere schriftelijk uitgenodigd. Daarnaast ontvangen de ouders een brief om te zorgen dat jongeren werden geholpen te komen. Daarin stond tevens een samenvatting van wat gedaan was en wat het plan voor de volgende bijeenkomst was.</p> <p>Voorafgaand aan <b>de eerste bijeenkomst</b> wordt een pannelleidraad ontworpen – met behulp van de vragen die medewerkers en de cliëntenraad hebben aangedragen. Deze vragen worden tijdens de eerste bijeenkomst ook met de jongeren besproken. In aansluiting op het karakter van de bijeenkomst, is de kennismaking in het team ook als een onderzoekje vormgegeven: jongeren interviewen elkaar over wie ze zijn en welke hobby's ze hebben.</p> <p>Tijdens <b>de tweede bijeenkomst</b> gaan de jongeren aan de slag met de voorbereiding van hun onderzoek. Ze hebben eerst een flyer gemaakt over</p>	<p>Voorafgaand aan elke bijeenkomst zijn de klanten schriftelijk uitgenodigd, regelmatig is er telefonisch contact geweest om faciliteiten voor bijvoorbeeld vervoer en tolken af te stemmen.</p> <p><b>De eerste (informatie-)bijeenkomst</b> wordt druk bezocht, en wordt veel tijd genomen om het project toe te lichten. Na een voorstelronde wordt met de klanten gebrainstormd over onderwerpen die in het adviesteam ter sprake kunnen komen: dit levert veel onderwerpen op. Aan het eind van de bijeenkomst kunnen klanten aangeven of ze door willen gaan in het adviesteam, met als resultaat een team van acht klanten.</p> <p>Tijdens <b>de tweede bijeenkomst</b> selecteren de deelnemers maximaal zes onderwerpen die ze willen en (binnen de beschikbare uitvoeringstijd) kunnen behandelen. Andere onderwerpen worden op een lijst voor de lange termijn geplaatst. Voor elk onderwerp werden ervaringen uitgewisseld en</p>

<p>MEE en vragen opgesteld voor hun interviews op scholen.</p>	<p>adviezen geformuleerd.</p> <p>In <b>de derde bijeenkomst</b> voorzien de teamleden het verslag van de vorige bijeenkomst van commentaar, bedenken ze acties en manieren om het <i>informantenteam</i> te betrekken. Ze besluiten het verslag aan de informanten voor te leggen en met hen in gesprek te gaan.</p> <p>Na de derde bijeenkomst is telefonisch tussentijds geevalueerd, om de begeleiding en het proces op de wensen van het team af te kunnen stemmen.</p>
--	---

<b>Acties</b>	
<b>JongerenAdviesTeam</b>	<b>KlantenAdviesTeam</b>
<p>De jongeren die dat willen gaan aan de slag om op twee scholen andere jongeren te interviewen. Ze vinden dit wel spannend en een van de jongeren haakt af – uiteindelijk nemen de jongeren daarom minder interviews af dan vooraf gepland. De jongeren in het adviesteam zijn prettig verrast door de effecten van de interviews: jongeren vinden erkenning en herkenning bij elkaar en hun situatie, en de interviews leidden tot nagesprekken waarin jongeren elkaar adviseren.</p> <p>Medewerking van de school en toestemming van de leraren is van belang om de interviews plaats te kunnen laten vinden. Jongeren wilden liever niet op hun eigen school interviewen omdat ze daar liever niet met MEE geassocieerd werden.</p>	<p>Het informantenteam ontvangt het verslag en wordt benaderd door het adviesteam: vier teamleden brengen een bezoek, een vijfde teamlid benadert een informant telefonisch. Tijdens deze contacten wisselen de betrokken klanten ervaringen uit. Sommige klanten signaleren tijdens de gesprekken eenzaamheid bij klanten van MEE Rotterdam. De ervaringen worden opgeschreven en uitgewisseld tijdens de volgende bijeenkomst.</p> <p>Voor de betrokkenheid van de informanten is het van belang hen tussentijds te blijven informeren over de voortgang van het proces.</p>



--	--

<b>Vorbereidingsactiviteit presentatie</b>	
<b>JongerenAdviesTeam</b>	<b>KlantenAdviesTeam</b>
<p>In <b>de derde bijeenkomst</b> bereiden de jongeren hun presentatie van de resultaten voor. Hiervoor maken zij foto's en een film, waarvoor ze zelf een filmscript schrijven met negen scènes. De uitvoering van elke scène volgt hetzelfde patroon: invullen van de scène – afspreken wat er in de scène gebeurt / wie wat doet en zegt – kort oefenen, scène opnemen. Na afloop van het filmen wordt de film gezamenlijk bekeken.</p>	<p>Tijdens <b>de vierde bijeenkomst</b> koppelen de leden van het adviesteam de feedback uit het informantenteam terug naar elkaar. Ze maken ook afspraken met elkaar ter voorbereiding van de presentatie. Een van de opvallende afspraken hier is dat teamleden zelf de eindredactie van het verslag op zich nemen.</p>

<b>Presentatie</b>	
<b>JongerenAdviesTeam</b>	<b>KlantenAdviesTeam</b>
<p>Met de teamleden is overlegd over de genodigden. Vooral over ouders is met hen nagedacht: sommige jongeren wilden hun ouders er niet bij hebben, andere wel.</p> <p>Tijdens hun presentatie vertoonden de jongeren hun film (op video) waarna vragen gesteld en beantwoord werden. Bij een gezamenlijke maaltijd met het JongerenAdviesTeam, consultants, teammanager, cliëntenraadsleden, ouders en directeur van MEE Rotterdam vonden vervolgens allerlei onderlinge gesprekken plaats.</p>	<p>Aanwezig bij de presentatie waren: teamleden, informanten, consultants, cliëntenraadsleden, en management.</p> <p>De presentatiebijeenkomst van dit team volgt een klassieke opzet. Het team bespreekt het verslag met MEE Rotterdam, formuleert zijn adviezen en gaat in gesprek naar aanleiding van vragen. Tevens worden vervolgafspraken gemaakt.</p>



### 3. Opbrengsten project

Resultaten en vervolg	
JongerenAdviesTeam	KlantenAdviesTeam
De activiteiten van / met het JongerenAdviesTeam leverden een aantal tastbare producten op: een videofilm, placemats en een verslag van de resultaten. Een ander resultaat is dat tijdens de presentatiebijeenkomst afspraken zijn gemaakt over het vervolg op het project. De teamleiders hebben toegezegd de resultaten te bespreken in de teams, en jongeren worden in september 2006 uitgenodigd om met hen uit te wisselen over wat er met de resultaten gedaan wordt / is. Een aandachtspunt waar nog geen afspraken over zijn gemaakt, is wie bij MEE Rotterdam dit vervolg zal gaan organiseren en begeleiden.	Producten: Verslag, gedichtenbundel Vervolg: Over acht weken zullen teamleden worden uitgenodigd om te horen wat de organisatie wil gaan doen met de adviezen. Over 6 a 8 maanden zal een vervolg overleg plaatsvinden over wat er concreet is gedaan. Een aandachtspunt waar nog geen afspraken over zijn gemaakt, is wie bij MEE Rotterdam dit vervolg zal gaan organiseren en begeleiden.

#### 3.1 Inhoudelijke uitkomsten

Uit de panels met de consultants zijn de vragen van consultants voor klanten naar voren gekomen. Deze vragen hebben richting gegeven aan de eerste panels met de KlantenAdviesTeams. De teams hebben vervolgens verder zelf bepaald welke onderwerpen zij aan de orde wilden stellen. Hieronder volgen per thematische prioriteit de belangrijkste vragen van de consultants:

##### *Bereikbaarheid en toegankelijkheid MEE voor klanten*

- Zijn we goed **bereikbaar** klanten?
- Zijn we **toegankelijk** voor klanten?

##### *Bejeging van klanten*

- Voelen klanten zich **serieus genomen** door medewerkers van MEE?
- Vinden klanten dat consultants **voldoende tijd** voor ze nemen?

- Hoe beoordelen klanten de betrouwbaarheid van de consulent? (Toelichting: vertrouwen in de capaciteiten van de consulent, maar ook vertrouwen in het behandelen van de privacy, bijvoorbeeld in de communicatie over de situatie van jongeren met ouders en derden)

#### *Effectiviteit van de dienstverlening / dienstverlener*

- In hoeverre vinden klanten dat medewerkers van MEE hun **belangen voldoende behartigen**?
- Vinden klanten dat de dienstverlening (ook: niveau van de consulent) **voldoende aansluit bij hun leefwereld**?
- Welke adviezen en tips hebben klanten voor consulenten? (Toelichting: heeft feitelijk ook betrekking op andere thema's)

#### *Betrokkenheid bij / inspraak in dienstverlening*

- Vinden klanten dat ze **voldoende** bij hun eigen traject **betrokken** worden?
- Wat vinden jongeren van **de manier waarop hun ouders bij hun traject traject betrokken** worden? (Toelichting: MLK-jongeren zijn minderjarig waardoor ouders altijd betrokken moeten worden bij het traject. Dilemma vanuit consulenten: *Hoe lang blijf je achter de ouders staan?*)
- Vinden klanten dat ze voldoende (vaak genoeg) **in gesprek (kunnen) zijn met hun consulent**?
- In hoeverre durven klanten hun **kritiek bij consulenten** neer te leggen? (Toelichting: Sociaal wenselijke houding van jongeren speelt vaak een rol)

De KlantenAdviesTeams hebben een zeer verschillend traject doorlopen. De trajecten hebben verschillende producten opgeleverd:

- Het Klanten Adviesteam voor mensen met een lichamelijke beperking / chronische ziekte (KAT LG) heeft met veel zorg een verslag gemaakt waarin de ervaringen en adviezen zijn weergegeven. Dit verslag is met klanten in het informantenteam besproken. Een van de teamleden heeft de eindredactie van het verslag verzorgd en de inleiding 'wat vooraf ging' geschreven. Het verslag is in zijn geheel in de bijlage van dit rapport opgenomen.
- Een van de teamleden van het KAT LG heeft in eigen beheer een gedichtenbundel uitgegeven waarin het hele proces dat het adviesteam heeft doorlopen is beschreven in de vorm van gedichten.
- De uitwisseling van ervaringen in het JongerenAdviesTeam zijn vastgelegd in twee verslagen: een verslag waarin de eerste bijeenkomsten zijn verwerkt, en een verslag waarin de interviews met de jongeren staan beschreven.

- Tijdens de voorbereiding voor de presentatie hebben de jongeren foto's en een video gemaakt. Van de foto's is een placemet gemaakt waarop ook uitspraken uit het verslag staan. Op de video geven de teamleden weer wat ze hebben gedaan en wat er uit is gekomen.

Hieruit wordt zichtbaar dat de keuze voor de doelgroep van een KlantenAdviesTeam gevolgen heeft voor het type uitkomsten dat uit de teams komt. Van verschillende doelgroepen kan je verschillende voorkennis en uitkomsten verwachten. Desondanks zijn er zeker overeenkomsten te zien in de onderwerpen die in de teams aan de orde zijn gekomen. Hierna volgt een kort overzicht:

## **Imago MEE**

*MEE is voor mensen met een verstandelijke beperking?*

Zowel in het JongerenAdviesTeam als in het KAT LG is het imago van MEE onderwerp van bespreking geweest. Klanten van MEE Rotterdam ervaren dat in Rotterdam MEE bekend staat als een organisatie voor mensen met een verstandelijke beperking. Zowel de teamleden van het KAT LG als de jongeren identificeren zich hier niet mee, en vinden het onplezierig als ze wel als zodanig benaderd worden. Jongeren vertellen niet aan vrienden dat ze door MEE geholpen worden.

*Wat is MEE eigenlijk?*

Terwijl sommige klanten eerst niet eens op de hoogte waren van het bestaan van MEE Rotterdam, en bij toeval (via andere klanten van MEE) van MEE hoorden, is voor andere klanten (nog steeds) niet duidelijk wat MEE Rotterdam precies is. In beide teams is naar voren gekomen dat MEE duidelijker zou moeten maken wat MEE is en wat de organisatie doet.

*Meedenken over publiciteit*

In beide teams zijn veel ideeën naar voren gekomen over hoe de bekendheid vergroot kan worden. Klanten willen hier graag over meedenken.

## **Begin/wachttijd**

*Verschillende ervaringen*

Voor de jongeren uit het JongerenAdviesTeam is de aanmelding en het begin in hun beleving snel gegaan. Zij hebben niet lang op hulp hoeven wachten. In het

KAT LG zijn een aantal vervelende ervaringen besproken en zijn aanbevelingen gedaan om de start te verbeteren.

## **Hulp**

*Jongeren goed geholpen, let op de plek en kom op tijd.*

Jongeren vinden het belangrijk dat er geluisterd wordt en dat ze hun verhaal kwijt kunnen. Zij voelen zich doorgaans geholpen door de gesprekken met de consulent. Zij vestigen de aandacht op de lokatie waar de gesprekken plaatsvinden en op 'op tijd komen'. School vinden ze wel een goede plek, maar ze geven ook aan dat een gesprek het dagritme doorbreekt en de aandacht op hen vestigt.

*Een strijdbare organisatie*

LG-Klanten die een beroep doen op hun consulent bij gesprekken met derden verwachten dat hun consulent laat zien dat hij / zij deskundig en krachtig / doortastend is, vooraf meedenkt en luistert, en zonedig in het gesprek ingrijpt en stuurt.

*Specialisten vs allrounders*

In het LG-team is de behoefte aan deskundige specialisten meerdere keren besproken.

## **Bereikbaarheid**

In beide teams is de bereikbaarheid van MEE aan de orde geweest. Er zijn verschillende ervaringen en veel ideeën over hoe de bereikbaarheid van MEE vergroot kan worden.

## **Privacy/anderen**

Er worden eigenlijk geen negatieve ervaringen bij MEE Rotterdam genoemd. Klanten vinden het belangrijk dat zorgvuldig met hun gegevens wordt omgegaan. Voor jongeren geldt dat hun ouders ook altijd betrokken worden. Veel jongeren vinden dit ook belangrijk, maar de meningen over of ze het gesprek samen met de ouders willen verschillen.

## **Onderwerpen voor de lange termijn**

In het KAT LG zijn een aantal onderwerpen benoemd die op de wat langere termijn besproken zouden moeten worden. Zie voor een overzicht het verslag in de bijlage.

### 3.2 Inspraak van klanten

Het werken met KlantenAdviesTeams levert naast inhoudelijke resultaten ook effecten voor klanteninspraak op.

#### *KlantenAdviesTeam LG*

Zo leidt het traject met het KlantenAdviesTeam tot actieve betrokkenheid van 14 klanten (7 adviseurs en 7 informanten) die gedurende het traject intensief met elkaar in gesprek zijn. Al vanaf de start voelen klanten met een lichamelijke beperking / chronische ziekte zich erg betrokken bij het project – zozeer zelfs dat sommige klanten na het project verder willen als *klantadviseur*. Zij worden hierin gemotiveerd door de mogelijkheden van een KlantenAdviesTeam om het beter te maken voor klanten, deskundigheid uit te wisselen, andere klanten te ontmoeten, zeggenschap te hebben en zelf goed geïnformeerd te worden. De ruimte voor daadwerkelijke zeggenschap wordt in de werkwijze van KlantenAdviesTeams reeds bij de start geboden: klanten bepalen zelf de onderwerpen voor advisering en voeren / initiëren zelf inhoudelijke gesprekken over verschillende aspecten van MEE

Rotterdam. Deze ruimte (en ondersteuning bij het benutten van deze ruimte voor inspraak) leidt er toe dat actieve klanten in de loop van het traject steeds meer en nadrukkelijker taken en verantwoordelijkheden op zich willen nemen. Ze doen dit ook heel concreet bij het schrijven en verspreiden van een gedichtenbundel, de redactie van het onderzoeksverslag en het maken van afspraken voor een vervolg. De nadruk in de beleiding ligt op het faciliteren van de initiatieven en ideeën van het team.

Een gemengd KlantenAdviesTeam wordt tegelijkertijd met een aantal lastige uitdagingen geconfronteerd. Een grote diversiteit (brede afspiegeling) in het team aan lichamelijke beperkingen en hiermee samenhangende belangen bemoeilijkt bijvoorbeeld het aanwijzen van een gemene deler, groepsdynamische processen spelen in de loop van het traject een steeds nadrukkelijker rol. Ook de verschillende voorkeuren over de duur van het project beïnvloeden de ervaring van deelname – sommige klanten ervaren een korte looptijd als beperkend, terwijl anderen hierin op zich geen belemmering zien (en zich tevens richten op mogelijke vervolgvactiteiten). Bij beide groepen zouden participatietrajecten met een langere looptijd positief ontvangen worden.

Verwachtingen van klanten over het gewicht van hun adviezen en over een zekere nazorg vormen aandachtspunten van een andere orde. Klanten verwachten dat de organisatie serieus met hun adviezen aan de slag gaat. Sommige professionals

verwachten kant en klare adviezen voor de organisatie. Het is van belang zowel klanten als professionals voor te bereiden en te begeleiden bij het in perspectief plaatsen van het gewicht en karakter van klantenadviezen. Klantenadviezen moeten begrepen en gewaardeerd worden voor wat ze feitelijk zijn: adviezen die door klanten worden gegeven vanuit hun klantenperspectief, zonder voorkennis van de organisatie. Over een zekere nazorg hebben betrokken klanten weliswaar minder hoge, maar wel terechte, verwachtingen: heldere afspraken / toezeggingen over hoe en door wie binnen de organisatie het vervolg op het project begeleid gaat worden.

### *JongerenAdviesTeam*

Bij het werken met jongeren binnen een JongerenAdviesTeam blijkt het heel goed mogelijk om een voor hen abstract 'concept' als MEE te bespreken en hanteerbaar te maken. De begeleiding is hier wel wat meer richtinggevend dan bij het LG-team. Het inzetten van verschillende werkvormen – in dit project: panelgesprekken, interviews, vragenbrainstorm, flyer ontwerpen, film maken, presenteren – blijkt wel van invloed om jongeren enthousiast, geïnteresseerd en betrokken te houden. Door ze met verschillende instrumenten te ondersteunen én uit te dagen, worden jongeren in staat gesteld om steeds helderder te maken (in woord en beeld) wat ze vinden, wel wensen en niet willen. Ze verleggen ook een aantal persoonlijke grenzen (toch iets vragen aan iemand, iets durven zeggen voor de camera, zeggen wat je vindt, naast je moeder zitten en dan je mening geven, iets voor een ander doen). Tot slot leidt ook bij jongeren deelname aan dit project tot de wens om door te gaan, zij het in veel mindere mate dan bij de klanten in het KlantenAdviesTeam LG.

Hoewel het werken met deze doelgroep veel concrete signalen en aandachtspunten oplevert voor het beoordelen van de dienstverlening van MEE Rotterdam, is de stap naar concrete verbetervoorstellen of adviezen nog groot. De jongeren maken, ook na het doorlopen van een aantal opbouwfasen in het project, nog niet automatisch zelf een vertaalslag. Het is waarschijnlijk dat zij dit wel samen – in dialoog – met de organisatie kunnen doen, waarbij de uitdaging voor de professionals is om in eerste instantie zelf suggesties te doen voor verbetervoorstellen. De uitdaging voor professionals zit hier in het open karakter dat ze aan hun eigen suggesties blijven geven, zodat jongeren bij kunnen dragen met nuanceringen of accentverschuivingen in definitieve adviezen.



## 4. Overdracht methodiek aan MEE en vervolg

### 4.1 Bruikbaarheid van de methode

Om te kunnen beoordelen wat na uitvoering van twee pilottrajecten de bruikbaarheid is van de methode KlantenAdviesTeams voor MEE Rotterdam, dienen in ieder geval twee vragen beantwoord te worden:

1. in hoeverre is de methode bruikbaar om cliëntenparticipatie binnen MEE Rotterdam mee vorm te geven?
2. in hoeverre levert gebruik van de methode bruikbare informatie / feedback op voor het cliëntenbeleid van MEE Rotterdam?

#### *1. Instrument voor vormgeving van cliëntenparticipatie*

De structuur van de methode KlantenAdviesTeam kan samengevat worden in het concept **‘twee of drie voorbereidingsbijeenkomsten, een actie en een presentatie’**. Deze structuur blijkt in beide gevallen (participatie van volwassenen en participatie van jongeren) goed te werken, zij het heel verschillend van elkaar. In beide trajecten is een diverse groep klanten betrokken geweest bij het informeren, reflecteren en adviseren / consulteren over MEE Rotterdam vanuit cliëntenperspectief. Bij het LG-team en MLK-team stimuleert de methode klanten om langer betrokken te willen blijven bij MEE Rotterdam. Bovendien houden klanten die via deze route participeren zowel organisatie als cliëntenraad scherp: andere / nieuwe perspectieven op de dienstverlening van MEE worden zichtbaar. Bij deze twee specifiek samengestelde groepen voldoet de ingezette methode dus goed als instrument om participatieve trajecten vorm te geven.

#### *Methodische vernieuwing*

Wanneer de methode van KlantenAdviesTeams vergeleken wordt met andere gangbare methoden voor cliënteninspraak, zoals een cliëntenraad of cliëntenpanels, dan vallen op basis van de ervaringen bij MEE Rotterdam de volgende meerwaarden op:

- **Toegankelijkheid:** de methode maakt participatieve trajecten / activiteiten toegankelijk voor diverse groepen klanten, ongeacht (verschillen in) leeftijd, achtergrond, opleidingsniveau, ervaring met de dienstverlenende instelling, bekendheid met cliënteninspraak, verbale en schriftelijke communicatievaardigheden.
- **Diversiteit:** de methode maakt het mogelijk om verschillende doelgroepen tegelijkertijd te betrekken bij een participatief traject, zonder dat verschillen uitgevlakt hoeven te worden.

- **Flexibele werkvormen:** de methode integreert meerdere werkvormen en biedt ruimte om de toepassing van werkvormen aan te passen aan specifieke behoeften van deelnemers.
- **Activerend:** de methode is erop gericht om stapsgewijs klanten steeds meer te activeren in de uitvoering van een participatief traject.
- **Eigen inbreng klanten:** de eigen inbreng van klanten staat in deze methode voorop, al vanaf het bepalen van de thema's die tijdens het participatieve traject behandeld worden.
- **Eigenaarschap en motivatie:** de methode stimuleert door praktische begeleiding verdergaande eigenaarschap van klanten voor het project en de resultaten – opvallend effect is dan ook dat klanten na afloop van het project vaak verder willen gaan met participatieve activiteiten en/of de thema's die behandeld zijn.

Op basis van deze ervaringen is het veilig om aan te nemen het onderliggende concept ook bij andere doelgroepen / klantengroepen van MEE Rotterdam toepasbaar is. De methode omvat echter meer dan het concept / de basisstructuur, en vraagt daarom om een flexibele – bij de specifieke klantengroep aansluitende – invulling en uitwerking van concept tot een concrete serie van activiteiten. Juist de combinatie van duidelijke structuur met flexibiliteit en eigen accenten maakt dat concept met diversiteit aan doelgroepen kan worden toegepast: andere klanten, ouders van kinderen, partners, verstandelijk gehandicapten.

## *2. Bruikbaarheid van de informatie / cliëntenfeedback*

Zoals eerder aangegeven (zie **Inspraak van klanten**) maakt het gebruik van de methode geen professionele adviseurs van klanten. In deze methode wordt daarom bewust gewerkt met klanten die echt klant zijn, zonder vooraf te beschikken over extra informatie over organisatie en dienstverleningsprocessen die buiten het gebruikelijke bereik van klanten liggen. De 'gemiddelde' klant beschikt immers ook niet over deze extra informatie. Zo wordt bewaakt dat MEE Rotterdam inzicht krijgt in de authentieke beleving van de dienstverlening door klanten. Dit maakt de feedback van klanten niet alleen zinvol voor de organisatie maar ook de mogelijkheid om feedback te geven, samen met de invloed van klanten op de te onderzoeken thema's, voor klanten zinvol. Onder deze voorwaarden blijken klanten in het KlantenAdviesTeam iets beter in staat tot concrete adviezen te komen dan de jongeren in het JongerenAdviesTeam. Toch blijft in beide gevallen een vertaalslag door de organisatie nodig. Om de feedback van klanten op waarde te schatten is het van belang voor zowel management als consultants de feedback in dit perspectief te bekijken.

## 4.2 Randvoorwaarden

Voor een effectieve toepassing van de methode zijn op basis van de ervaringen bij MEE Rotterdam een aantal randvoorwaarden te benoemen. Dit zijn de minimale voorwaarden die door de organisatie gerealiseerd moeten zijn om resultaten te verkrijgen met KlantenAdviesTeams die zinvol zijn voor organisatie, professionals en klanten:

- Actieve en coöperatieve houding van management en betrokken medewerkers (interne projectleider en consultants). Onderschat hierbij niet het belang van een blijvende aandacht voor het informeren van uitvoerende medewerkers (consultanten).
- Een budget van € 2000 voor twee teams blijkt voldoende voor projectkosten als: reiskosten, catering, film en rapportage, onkostenvergoeding (50 euro voor leden LG-team en 25 euro voor het MLK-team).
- Competenties van interne projectleider:
  - Enthousiaste en motiverende werkhouding.
  - Betrokkenheid bij klanten (en in staat dit zichtbaar te maken)
  - Nieuwsgierig naar mening van klanten
  - In staat om een professionele afstand te bewaren van de organisatie.
  - Kunnen schakelen tussen verschillende klantgroepen
  - Tijdsduur en inhoud van bijeenkomsten af kunnen stemmen op mogelijkheden en beperkingen van verschillende klantgroepen.
  - In staat om met verschillende werkvormen te werken (gesprek, film, foto's, interviews, trainingen) en deze af te stemmen op de doelgroep.
  - Goede schrijfvaardigheden
  - Voorzittersvaardigheden/bemiddelingsvaardigheden.
  - Kennis van en inzicht in groepsdynamica
  - Organiserend vermogen
- Tijdsbesteding interne projectleider: een dag per week bleek voldoende om twee trajecten met KlantenAdviesTeams parallel te begeleiden. Tijdens de bijeenkomsten is een notulist van belang om verslag te kunnen leggen.
- Looptijd van trajecten – De uitvoering van de KAT's van werving tot en met presentatie vier maanden geduurd. Cyclisch georganiseerd kan een volgende faseindeling worden gevolgd:
  - september t/m december – voorbereiding en keuze voor sector

- januari t/m april - uitvoering van traject met klanten
- mei/juni - rapportage, evaluatie en follow-up

### 4.3 Overdracht aan interne projectleider

Om MEE Rotterdam in staat te stellen na afloop van de beschreven pilots in de toekomst zelfstandig de methode van KlantenAdviesTeams in te zetten is in de opzet een interne projectleider opgenomen die getraind en gecoachd zou worden door Stichting Alexander. Bij aanvang was nog niet duidelijk wie de interne projectleider zou zijn. Stichting Alexander stelde zich garant voor de uitvoering en afronding van het traject, de kennisoverdracht en de aanpassing van het trainings- en coachingsaanbod aan de vaardigheden van de interne projectleider. Begin januari is de mogelijkheid besproken de expertise binnen MEE te verbreden naar meerdere personen om de kwetsbaarheid te verkleinen. De organisatie heeft toen aangegeven zich hier bewust van te zijn. Stichting Alexander heeft de overdracht van haar expertise als volgt vormgegeven:

#### *Training en coaching*

- Twee trainingsbijeenkomsten bij aanvang
- Tussentijdse coaching en afstemming op afstand (telefonisch)

#### *Overdracht participatieve werkvormen en hulpmiddelen*

- Beschikbaar stellen van beschrijvingen gebruikte werkvormen
- Beschikbaar stellen van schriftelijk materiaal voor alle voorkomende werkzaamheden in het werken met en begeleiden van klanten in het traject

#### *Rapportagevaardigheden*

- Schrijven en bespreken van inhoudelijke verslaglegging van bijeenkomsten met KATs

De begeleiding en coaching van de interne projectleider van MEE Rotterdam door Stichting Alexander is in eerste instantie gericht geweest op het (aan)geven van kaders, actierichtingen, handelingsperspectieven, werkstructuur en sturing. Gedurende de uitvoering verschuift het karakter van de begeleiding steeds meer naar ondersteuning en facilitering van de interne projectleider, waarbij Stichting Alexander nadrukkelijk als sparringpartner optreedt. Aan het eind van het traject heeft Stichting Alexander door het voortijdig wegvallen van de interne projectleider de taken waargenomen en het project afgerond.

Zoals eerder geconstateerd kent de methode van KlantenAdviesTeams een eenvoudige en heldere structuur én biedt tegelijkertijd ruimte voor flexibiliteit bij de verdere invulling, dus ook ruimte voor eigen accenten van een interne projectleider van MEE Rotterdam. Een interne projectleider heeft verschillende voordelen voor het verloop van de trajecten. Zo heeft een eigen medewerker van MEE Rotterdam de

mogelijkheid om sneller / directer contact met de betrokken collega's en klanten te onderhouden. Hij / zij kan zo makkelijker een vinger aan de pols houden over de voortgang. Een ander voordeel is dat de kennis van de (administratieve) organisatie en doelgroepen een interne medewerker doelgerichter en slagvaardiger maakt in de begeleiding van participatieve trajecten. Een interne projectleider is echter ook kwetsbaar, zeker wanneer hij / zij als enige binnen de organisatie voor continuïteit in het project moet zorgen. Een nadeel voor een interne projectleider blijft ook dat hij / zij aandacht moet blijven geven aan de moeite die klanten kunnen hebben om deze medewerker niet als 'belangenbehartiger van de organisatie' te zien.

#### 4.4 Vervolg

Aan het einde van het project is de interne projectleider aan wie de methodiek is overgedragen voortijdig weggevallen. Om de methode voort te zetten in de organisatie zijn er verschillende mogelijkheden. Hierbij is uitgegaan van het uitgangspunt dat de verantwoordelijkheid voor de KlantenAdviesTeams bij de kwaliteitszorgmedewerkers komt te liggen. Hij / zij zorgt voor agendering, intern overleg en afstemming, introductie, continuïteit en voortgang.

De uitvoering van KAT-activiteiten kan vervolgens op een van de volgende manieren worden vormgegeven:

1. Kwaliteitszorgmedewerker voert zelf het traject uit
2. Kwaliteitszorgmedewerker stuurt een interne uitvoerder aan
3. Kwaliteitszorgmedewerker stuurt een externe uitvoerder aan

Bij optie 1 en 2 is het van belang de eerstvolgende keer een vorm van kennisoverdracht te realiseren. Door het wegvallen van de uitvoerend medewerker is de interne kennisoverdracht minder goed gewaarborgd.

## Bijlage 1: Resultaten JongerenAdviesTeam



In de eerste bijeenkomst gingen we elkaar interviewen: We vroegen:

- waar ben je goed in?
- waarom doe je mee?

Daarna gingen we de ander voorstellen.  
Veel doen mee omdat ze gevraagd zijn.



Voor het gesprek begon spraken we met elkaar af:

- Je mag vertellen wat je wilt vertellen
- Wat je vertelt blijft binnen deze muren
- Er wordt een verslag gemaakt, daar komen de namen niet in
- Het verslag wordt naar jullie opgestuurd.



Jantine ging in de eerste bijeenkomst van alles vragen. Kitty schreef alles op. Stephen van de cliëntenraad luisterde en controleerde of alles goed ging.

In de tweede bijeenkomst ging Jantine voorlezen wat Kitty had opgeschreven, zodat we konden controleren of het allemaal klopte. Geeske schreef dit op.





## Waar vindt het gesprek plaats?

### Bij MEE

Hier bij MEE dat is wel goed, leuker dan op school. Hier leer je ook andere mensen kennen.

Mij maakt het niet uit, op school of thuis. Als ik maar ergens kan praten.

Als het niet thuis is gaat het achter de rug van mijn ouders om.

Als je thuis bent kan je moeder je er bij helpen.

### Op school

Ik vind thuis fijner, anders mis ik een stuk van de les. Op school is hinderlijk, je moet uit de les en dan heb je gezeur aan je hoofd. Je zit dan in zo'n hokje te praten, en de kinderen die handvaardigheid hebben kunnen dan allemaal door het glas naar binnen kijken.

Dat zou mij juist wel leuk lijken, om een stuk van de les te missen!

Op school, dan is het dat je uit de les gaat, en dan praat je over je problemen. En als je dan weer terug gaat in de les dan denk je aan al je problemen en van 'hoe ga ik dit oplossen'. Daar denk je dan steeds aan in de les.

Ja en de docent weet dan niet waarom ik te laat ben en dan wordt ze kwaad en dan gaat ze tegen mij schreeuwen.

Als je terug komt in de les, stellen ze allemaal vragen, van 'wat is er aan de hand, krijg je straf?'

Ik word ook uit de les gehaald, maar alles is beter dan in de les zitten! Ik vind het niet erg en mijn klasgenoten vragen er ook nooit iets over.

In de pauze is niet fijn, want je hebt maar een korte pauze en dan heb ik maar weinig tijd meer met mijn vriendinnen. Dan duurt het gesprek te lang. Als je zegt ik heb geen pauze gehad, dan mag je nog niet iets eten in de klas. En we hebben maar twee pauzes.

Juffen en meesters kunnen niet er bij helpen. Ik vertrouw mijn mentor niet. Ik vertrouw niemand op school, daar praten ze meteen alles door.

## Of nog ergens anders?

*Het zou ook wel in een restaurant kunnen, of als je een stukje gaat lopen.*

*Ik wist niet dat het ook hier of thuis kon.*

## Wat vind je van de consulent?

*Goed. Ik vind dat ze goed haar best doet. Ik vertrouw haar. Alleen, ze heeft te weinig uren. Dat heeft ze gezegd. Ze zegt dat ze meer uren zou willen hebben om te praten, dat ze meer tijd krijgt om ons te kunnen helpen.*

## Merken jullie wel eens dat consulenten te weinig tijd hebben?



*Nee.*

*Ja. Die van mij komt altijd te laat. Dan zit je voor niks te wachten. Ze is nog maar 2 keer op tijd geweest.*

*Mijn consulent is ook vaak te laat.*

*Ik ga er zelf naar toe, dan hoef ik nooit te wachten.*

*Mijn afspraak ging een keer niet door en de volgende ook niet en toen duurde het zo lang dat het voor mij niet meer hoefde! Ik vind het raar dat ze niet zegt waarom het niet door ging!*

*Ze vertelt mij vaak dat ze weinig tijd heeft en dat ze zo hard moet werken.*

## Weet je van tevoren dat de consulent komt?

*Ik weet dat ze er altijd op dinsdag en woensdag is.*

*Ze klopt aan in de klas en dan zegt ze: 'mag ik .. even lenen ' Ze zegt wel van tevoren dat ze komt.*

## Is er wel eens 's avonds een gesprek?

*Nee, dan wil ik tv kijken, dvd's kijken of luieren.*

*Nee. Maar ik wil ook liever 's middags. 's Avonds heb ik zoveel te doen!*

## Is er wel eens iemand bij en krijg je dan genoeg aandacht?

*Meestal ben ik met haar alleen. Ze vraagt dan van tevoren of zij het zal vertellen verder of dat ik het beter zelf kan vertellen.*

*Ze praten veel meer met mij dan met m'n ouders. Ik heb ook veel dingen achtergehouden en het is belangrijk dat mijn ouders dat ook weten.*

*Als je ouders er niet bij zijn moeten je ouders het wel weten wat er is gezegd.*

*Wel goed, ze verdeelt het goed.*

## Pauze



## Panel deel II

### Vinden jullie dat de consulenten jullie goed helpen?

*Ja hoor, ze doet haar best.*

*Best wel. Ik heb nu minder problemen met mijn ouders.*

*Ja, want eerst, toen ging het helemaal niet goed tussen mij en mijn moeder. Nu gaat het wel goed.*

### Wat is er belangrijk in een consulent?

- Vertrouwen
- Iemand goed kennen
- Makkelijk praten (dat heeft tijd nodig)
- Niet zomaar doorvertellen

*Er zijn er twee bij ons op school. Dat is wel handig want dan kun je er ook met haar over praten.*

*Dat zou ik niet vinden, je kent haar dan toch niet goed.*

## Maakt het uit wat voor leeftijd de consulent heeft?

*Eigen leeftijd is fijner*

*Iets ouder, die hebben meer verstand. Die kunnen dingen uitleggen en hebben meer meegemaakt.*

## Weten jullie waar je je consulent kunt bereiken?



*Ja, ik kan haar bellen.*

*Ik heb haar nummer niet.*

*Ze zeggen dat het mobiele nummer geheim is. Dat vind ik wel raar. Wat gaan wij daar nou mee doen. Ze geven het niet aan mij. Ik zou het wel fijn vinden voor als het echt nodig is. Ja, voor als je bijvoorbeeld ruzie hebt. Of als het uit de hand loopt.*

*Ik heb haar nummer wel van toen ze mij belde. Als ze dat niet wil had ze prive moeten bellen.*

## Bellen consulenten gelijk terug?

*Ze belt ook wel eens een dag later terug. Soms, als het dringend is, dan is dat wel vervelend.*

*Als ik naar MEE bel voor haar, belt ze nooit terug. Mobiel neemt ze meestal niet op.*

*Als ik haar mobiel bel en ze neemt niet op, belt ze wel snel terug.*

## Duurde het lang voordat je een consulent kreeg?


*Nee, het ging via school en dat ging heel snel. We gingen een praatje maken en toen ging het heel snel.*

*Eerst werd ik steeds weer doorgestuurd naar een andere maatschappelijk werker, toen moest ik steeds opnieuw mijn verhaal vertellen. Dat was wel vervelend. Eerst een van Stichting MEE, toen een van Maasstad, en toen weer iemand van Mee. Ik heb haar via school gekregen. Dat duurde niet zo lang.*

## Weten jullie wat MEE is?

- Voor gehandicapten
- Je hebt verschillende vakken.
- Ze hebben allerlei cursussen, bijvoorbeeld kritiek krijgen. Daar heb ik acht keer aan meegedaan ik heb er ook een certificaat van gekregen.
- Voor mensen, gehandicapten en voor school.
- Mensen helpen
- Activiteiten organiseren
- Kennismaken met mensen
- Op jezelf wonen cursus (heb ik nog niet gevolgd.)
- Vakanties organiseren
- Kampweken, vijf keer per jaar. Ik ga daar niet alleen heen maar met een klasgenoot van mij.

## Heb je wel eens brieven gekregen van MEE? Was het duidelijk wat daar in stond?



Het ging over gehandicapten en toen dacht ik hè? Waarom sturen ze dit nou?

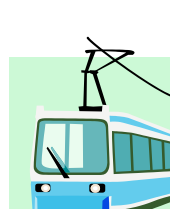
Wij zijn toch niet gehandicapt?

Ik lees die brieven nooit. Daar heb ik geen zin in.

De gesprekken van school komen in de computer, maar daar krijg ik nooit een verslag van. Ik mag het wel lezen als ik erom vraag.

Mijn moeder leest dat wel. Als ik het moet weten hoor ik het van haar.

## Heb je wel eens een tram gezien met de reclame van MEE? Zeg je als je die tram ziet tegen je vrienden dat je daar ook hulp van krijgt?



Nee. Dat zeg je niet, vrienden zijn niet betrouwbaar. Straks heb je één keer ruzie en dan gebruiken ze dat meteen. Bij ons op school hoef je maar één klein foutje te maken en iedereen lacht je uit.

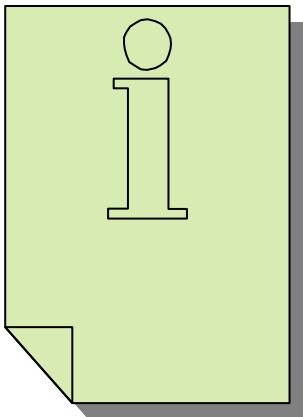
Nee. Omdat ze dan van die domme opmerkingen gaan maken. Ik ken ook niemand anders die een consulent heeft bij MEE.

Ik schaam me dood als mensen weten dat ik bij MEE zit! Ik ben er al eens mee gepest.

Ik zag er laatst zo'n tram. Dat had beter gekund! Ze moeten de site er goed opzetten. Dat als mensen willen weten wat MEE is, ze de site kunnen bekijken.

Mensen moeten wel weten wat MEE is. Ze moeten een goede website maken, of goedkope reclame maken op tv.

## Verslag van interviews door het JongerenAdviesteam van MEE Rotterdam



We spreken af :  
- degenen die geïnterviewd zijn krijgen een verslag van het interview  
- er komen geen namen in het verslag

De interviews zijn gehouden op 27 en 29 maart op de Praktijkschool Zuid. Leden uit het JongerenAdviesteam hebben jongeren geïnterviewd. Na een korte kennismaking met elkaar heeft Jantine uitgelegd waarvoor het interview bedoeld is.

“Dus jongeren vragen aan elkaar hoe anderen het

**De volgende vragen gaan over het contact met de consulent van MEE**

*Ja, alleen haar achternaam weet ik niet. Ik heb haar pas vorige week leren*

**Weet je wie je consulent is en kun je goed met haar praten?**

*..... die zat ook bij de eerste, ze heeft me goed geholpen. Ik kan goed met haar praten.*

*Er zijn er geloof ik twee*

*Ja, wij zijn overgestapt. Het ging bij MEE Rotterdam te langzaam. Die van MEE hier spreek ik nog wel*

*Ja, we praten over wat ik vroeger heb meegemaakt en thuis mee maak nu ..... van*

**Weet je waar en hoe je je consulent kunt bereiken?**



**Luistert je consulent goed en begrijp je wat ze zegt?**



**Wie krijgt volgens jou in de gesprekken de meeste aandacht? Jij of je ouders/verzorgers? Wat vind je daarvan?**

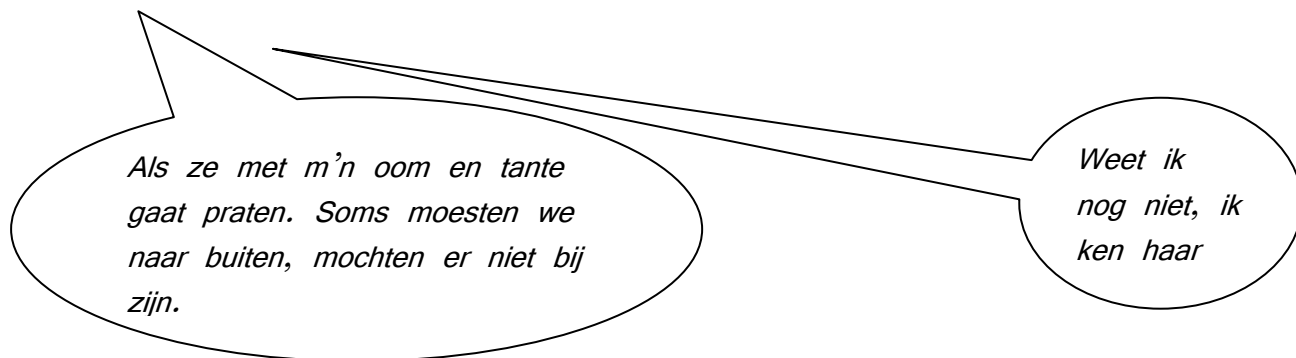




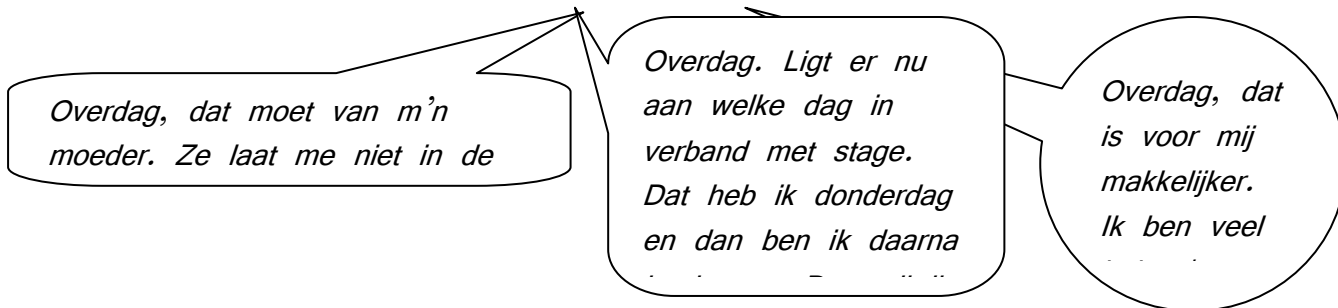
**Wat vind jij belangrijk bij een consulent?**



**Wanneer vind jij dat de consulent je goed helpt?**



**Wanneer heb je gesprekken, overdag of 's avonds? Wat vind jij het fijnst en waarom?**



**Weet je van tevoren wanneer je een gesprek hebt?**

*Ja, ik kijk op de kalender thuis.*

*Een afspraak op school staat in m'n agenda*

*Nee, ze komt later wanneer ze*

*Nee, ze komt me even halen en dan gaan we zitten waar we kunnen*

*Nee, 'k heb pas een gesprek gehad. Nu weer als ik d'r zie en als ze tijd heeft. Ik heb wel een formulier ingevuld*

**Maakt het uit welke leeftijd je consulent heeft?**

*Nee, maakt niet uit!*

*Het hoeft niet persé eigen leeftijd*

*Nee*

*Ja hoor*

**Ben je tevreden over je consulent?**

**Ben je door je consulent goed geholpen?**

*Ze heeft nog niets gedaan*

*Ik ben wel tevreden over*

*Ik hoop dat ze mij gaat helpen met wat ik allemaal meemaak en kijken gewoon wat ze er aan kan doen*

*Ja, ik ben geholpen met alles waar we het over*

*Mijn probleem is nu opgelost*

*Ja, met m'n probleem en*

**De volgende vragen gaan over MEE**

**Weet je wat MEE is? Waarvoor kun je bij MEE terecht?**

*Voor  
problemen*

*Voor  
veel  
situaties*

*Nee. Als je er niet  
bent geweest, weet*

*Nee, ik ben  
er nooit*

*Ja, mensen die je heel vaak  
helpen met dingen regelen*

*MEE, wat is  
dat?*

**Wat vind je van MEE?**

*Ik ben er wel  
tevreden over*

*Weet ik niet. Het gesprek was  
nog te kort, ik heb niet lang  
met haar gepraat*

*Ik vind het wel  
goed*

Weten je vrienden/vriendinnen dat je gesprekken hebt met iemand van MEE? Vertel je daar wel eens wat over?

*Ik vind niet dat ze dat hoeven te weten.*

*Nee, dat mogen ze niet*

*Nee dat weten ze niet!*

*Alleen mijn buurmeisje weet het*

*M'n vriendinnen weten het niet. Die hoeven het ook niet te weten.*

*Nee, als ze't weten, weet je nooit hoe ze erover denken!*

*Nee, er kan dan misschien van alles gebeuren, ze mogen het*

Krijg je wel eens brieven van MEE? Begrijp je wat daar in staat?

*Nee*

*Ja, maar ik lees ze nooit. Mijn tante maakt ze open. Ik vind dat wel raar, ik*

De jongeren delen tijdens de interviews ervaringen

*Een cursus volgen zou wel goed voor je zijn. Het heeft mij wel geholpen. Ik was eerst ook ...*

*Dan leer je bijvoorbeeld: je zit in de bus, iemand wil dicht naast jou komen zitten. Jij wil dit niet. Je leert duidelijk*

*Je leert duidelijk 'nee' en 'ja' zeggen*

*Krijgen jullie ook maatschappelijk werk?*

*Ja, ook op school.*

*Ik woon ook bij mijn oom en tante. Dat vind ik wel eens moeilijk. Soms lijkt het net of hun eunen kinderen meer*

*Welke problemen heb je? Ik liep altijd te dreigen.*

*Vond je dat je geen goeie leven had? Ik*



## **Bijlage 2: Verslag KlantenAdviesTeam Lichamelijk gehandicapten**

*(Verslag zoals geredigeerd door één van de teamleden)*

### **Wat vooraf ging.**

Eind december 2005– januari 2006 werd aan een aantal (ex) cliënten van Mee Rotterdam gevraagd of zij wilden deelnemen aan een onderzoek naar de klanttevredenheid van Mee Rotterdam. Dit om meer inzicht en feedback te krijgen over de werkwijze en dienstverlening van de MEE consultants.

Deze vraag was speciaal gericht aan lichamelijk en/of visueel gehandicapten en chronisch zieken.

Eind december 2005 heeft Jantine de Kuijper een uitnodiging gestuurd aan 14 mogelijke afgevaardigden uit deze groep. De eerste bijeenkomst was 2 februari 2006.

Van deze eerste groep haakten er vier af.

### **De eerste vergadering.**

Nadat Jantine op deze eerste vergadering een uitvoerige omschrijving had gegeven van wat er van het overgebleven Klanten Adviesteam werd verwacht moest op deze eerste vergadering een keuze worden gemaakt uit een aantal te bespreken (en te bekritisieren) onderwerpen:

- Levensloopbestendig wonen/ bouwen;
- WVG beleid;
- Gehandicaptenbeleid van de gemeente;
- PGB;
- Vervoer;
- Hulpmogelijkheden bij werk zoeken en communicatie met collega's en werkgever;
- Gevaren in het verkeer;
- Communicatie met de vervoerscentrale; (zou ook al bij Vervoer kunnen)
- Dagbesteding/ dagelijkse activiteiten;
- Voorzieningen over de grenzen heen, keuzevrijheid om gebruik te maken van voorzieningen in andere landen, Europese regelgeving;
- UWV, conflicten met begeleiding;
- MEE wordt vaak bij conflicten pas ingeschakeld als de problemen al (te) groot zijn;
- CWI.

Van het Klanten Advies team wordt verwacht dat zij met een kritisch oog naar de dienstverlening van MEE Rotterdam kijken. Dit team gaat als inspecteurs van de organisatie te werk en zij bepalen zelf welke onderwerpen en ervaringen/adviezen zij aan de medewerkers en directie van MEE geven. Ook de werkwijze wordt door dit Team zelf bepaald. Na afronding van een onderwerp worden de resultaten aan de medewerkers, de directie, de Cliëntenraad en mogelijk andere klanten gepresenteerd.

Het Klanten Adviesteam selecteerde vijf onderwerpen:

1. Imago MEE Rotterdam en inschakelen MEE Rotterdam bij forse problemen;
2. Gevaar in het verkeer\*;
3. Hulp bij werk zoeken;
4. Hulp bij vinden/ invullen dagbesteding;
5. Persoons Gebonden Budget\*.

Over de onderwerpen met een \* werd in de volgende vergaderingen niet of nauwelijks meer gesproken.

Voor een aantal onderwerpen was er geen mogelijkheid die te bespreken omdat de te besteden tijd te kort was, of omdat er (veel) te veel lees- en onderzoekswerk voor nodig was. Een criterium was ook dat de verantwoordelijkheid ver buiten de competentie van MEE Rotterdam lag.

De “afgeschoven” onderwerpen waren voor de Lange termijn.

MEE Rotterdam zou samen met het Klanten Adviesteam en eventueel met stagiaires in de (verre of nabije) toekomst nog eens om de tafel moeten gaan zitten om deze afgeschoven onderwerpen weer op de agenda te zetten.

Deze bijeenkomst evenals de volgende vergaderingen hebben zich toegespitst op één onderwerp: MEE Rotterdam. Tijdens deze verslagen zijn de ervaringen, meningen en adviezen weergegeven en ter goedkeuring voorgelegd aan het Klanten Adviesteam. De Teamleden konden ook hun persoonlijke ervaringen aan Jantine schrijven en/of mailen, waarna Jantine voor de verspreiding naar de andere Teamleden zorg droeg.

Daarnaast hebben de Teamleden voor zich zelf ook punten genoteerd zoals:

- Wat vond je van de bijeenkomst?
- Zijn jouw vragen/ onderwerpen voldoende aan bod gekomen?
- Nog iets vergeten te zeggen?

Medewerkers van het panel hebben ook vooraf aangegeven voor welke onderwerpen en/of vragen zij feed back van het Adviesteam zouden willen krijgen. Een selectie hiervan zult U ook in dit verslag terug vinden.

Na iedere bijeenkomst werd een verslag opgemaakt en/of definitief vastgesteld waarna dit verslag werd voorgelegd aan het Informantenteam.



## **Gespreksverslagen.**

### 1. Het imago.

MEE Rotterdam staat, als men al van MEE gehoord heeft, bekend als een hulporganisatie voor mensen met een verstandelijke beperking. De klanten in dit team hebben dit soms ook zo ervaren. Tijdens de eerste contacten merkten zij dat MEE Rotterdam zich vooral richt op verstandelijk gehandicapten.

Ik voelde me aangesproken alsof ik gek ben, maar ik heb nog steeds dezelfde bovenkamer!!

Voor sommige klanten is niet duidelijk wat MEE Rotterdam precies is. Een klant zegt bijvoorbeeld:

Ik weet eigenlijk nog steeds niet wat MEE Rotterdam precies is, wat het doet en waar het voor is.

Sommige klanten wisten niet van het bestaan van MEE Rotterdam en zijn daar bij toeval of via een MEE- klant achter gekomen.

De naam MEE schept ook onduidelijkheid: mensen denken dat het een afkorting is. De naam van de instelling is ook al meerdere malen gewijzigd. Dit schept ook onduidelijkheid en verwarring. Huisartsen, SOS- diensten en Leger des Heils zouden MEE toch wel moeten kennen. Dit is echter niet het geval.

Uit het bestaande foldermateriaal en uit de kranten en tijdschriften komt eveneens niet naar voren dat MEE er ook voor lichamelijk gehandicapte klanten is en worden daardoor niet of zeer slecht gelezen.

Bij een van de folders staat bv. veel te veel informatie op de voor- en achterkant. De kleine folder is wel duidelijk en informatief goed.

De folders houden echter geen rekening met slechtzienden: de kleuren en achtergronden laten een slecht contrast zien (bv. wit op oranje is slechter leesbaar dan wit op blauw).

Het adviesteam vindt dat:

- Er bestaat een groot verschil tussen lichamelijk/ visueel gehandicapten en chronisch zieken en verstandelijk gehandicapten. Het is belangrijk dat beide groepen aan hun trekken komen. Bij MEE Rotterdam zou dus meer aandacht moeten komen voor lichamelijk gehandicapten.
- Er moet meer duidelijkheid komen over wat MEE Rotterdam nu precies is en doet.

Het advies aan MEE Rotterdam is:

- Mee Rotterdam alleen voor verstandelijk gehandicapten? Nee. Dit moet dus (snel) veranderen. Denk bijvoorbeeld aan een mediacampagne. Wel even uitkijken aan wie U het vraagt: MEE moet geen geitenwollensokken- image krijgen.
- Tussen lichamelijk en geestelijk gehandicapten zit een groot verschil. Bedenk dit als U hierover naar buiten treedt.
- Samen met klanten nadenken over goed voorlichtingsmateriaal.
- Gebruik maken van lokale radio- en tv zenders. ( Radio Rijnmond bij presentatie van dit rapport? )
- Zelf artikelen schrijven voor de Maasbode en De Havenloods. ( Niet dezelfde artikelen en/of plaatsingsdata voor 2 uitgevers!!! )

## 2, Eerste contact en wachttijd

Met wachttijden zijn er altijd vervelende ervaringen. Nieuwe klanten hebben nu soms de indruk dat hun hulpaanvraag in de onderste bureaula belandt, onder een grote stapel paperassen. Er wordt dan dus niet naar hun hulpaanvraag gekeken en hun probleem wordt niet behandeld en opgelost.

Iemand vertelt bijvoorbeeld:

Ik heb na de aanmelding zes weken moeten wachten op een gesprek. Dat is echt veel te lang. Je krijgt wel een ontvangstbevestiging maar daarna moet je wachten. Het bleek ook NIET mogelijk die wachttijd te verkorten.

De bevestigingsbrief die (nieuwe) klanten ontvangen bij aanmelding zegt niet veel. Er staat in dat er contact met je wordt opgenomen, maar: wanneer is dat dan?

Positieve ervaringen zijn er ook. Een klant die ongeveer 2 weken moest wachten vond dit goed. Een andere klant had zelfs helemaal niet hoeven wachten.

Het Adviesteam vindt dat:

- De meningen verschillen over hoe lang de wachttijd zou mogen duren: dit varieert van 1 dag tot 14 dagen. MEE Rotterdam zou eigenlijk alle aanvragen als urgent moeten behandelen. Mensen bellen immers niet voor niets.
- Er zou ook onderscheid moeten worden gemaakt tussen een “beginnend brandje” en een “uitslaande brand”.

Het advies aan MEE Rotterdam is:

- MEE Rotterdam zou een mogelijkheid moeten scheppen om door de cliënten te laten aangeven of iets echt “urgent” is. Denk hierbij bv. aan een invulkaart die de cliënt zou moeten terugsturen na de 1<sup>e</sup> ontvangstbevestiging. Op zo’ n kaart zou je de mate van urgentie kunnen laten aangeven en een korte omschrijving van het probleem.
- Iemand die op basis van ervaring zegt: “hier moet direct iemand mee aan de slag”, of: “dit kan wel of niet wachten”. De cliënt verwacht doortastendheid en deskundigheid. Toon deze 2 zeer belangrijke punten.

- Geef in de ontvangstbevestiging duidelijkheid over wanneer er contact met de aanvrager zal worden opgenomen. Ook de aanwezigheid van de (toegewezen) consulent zou in dit schrijven moeten worden vermeld.
- Geef bv. standaard aan hoe een bezwaarschrift er uit zou moeten zien, wat er in moet staan, etc.
- Als bekend is voor welk soort probleem de hulp wordt ingeroepen: zo snel mogelijk naar de “consulente- specialist” delegeren.

### 3. Verwachtingen van MEE Rotterdam.

Verwachtingen spelen eigenlijk bij alle onderwerpen een rol. Bij imago (wat verwacht je), bij wachttijden, (hoe lang gaat alles duren?) en bij de ingeroepen hulp zelf (wat hoopt of verwacht de cliënt met de ingeroepen hulp te bereiken). In het algemeen verwachten de klanten van MEE Rotterdam een organisatie die met ze mee “knokt”.

Die zo nodige strijdbaarheid is in de houding van MEE nog wel eens zoek.

Eén van de klanten is verbaasd dat er in Nederland zoveel is geregeld, zoals bv. op- en afritten voor rolstoelgebruikers. In het land waar hij heeft gewoond zijn deze dingen niet allemaal zo vanzelfsprekend.

Er zijn in Nederland veel wetten, instanties en regels met afkortingen. Als je hiermee niet bekend bent is het soms lastig te begrijpen waar het over gaat. Het uitleggen van die afkortingen kan al veel onduidelijkheid wegnemen.

Het Adviesteam vindt dat:

- Er zou eigenlijk een lijst(je) beschikbaar moeten zijn. Dit zou bv. ook al met de ontvangstbevestiging meegestuurd moeten worden.

Het advies aan Mee Rotterdam is:

- MEE Rotterdam moet zich meer als een strijdbare organisatie opstellen.
- Maak een lijst met zoveel mogelijk afkortingen en stel die aan iedereen beschikbaar.



#### 4. Bereikbaarheid van MEE Rotterdam.

De klanten in het Adviesteam worden eigenlijk door ervaring wijs: ze bellen op een bepaald moment omdat ze weten dat de (hun) consulent er dan is. Of ze vragen meteen om terug gebeld te worden.

Consulenten laten meestal geen visitekaartje achter en/of laten niet weten wanneer zij werken cq.bereikbaar zijn.

Ook maakt het werken met parttimers het voor de cliënt niet altijd gemakkelijk een (hun) consulent te bereiken.

De ervaringen met terug bellen zijn verschillend: meestal wordt wel terug gebeld, soms ook niet.

Het adviesteam vindt dat:

- De bereikbaarheid van de (een) consulent is belangrijk.

Het advies aan MEE Rotterdam is:

- Maak werk van de bereikbaarheid van MEE Rotterdam. Geef consulenten bv. een eigen doorkiesnummer met een eigen voice mail.
- Consulenten zouden eigenlijk al (bij de ontvangstbevestiging bv.) moeten zeggen: “ik ben dan en dan daar te bereiken”.
- Laat de consulenten bv. in mailtjes er bij de ondertekening er ook al standaard bij vermelden waar en wanneer ze te bereiken zijn.
- Zet het mailadres onder aan bij de handtekening.
- Het is ook van groot belang dat er “gelogd” wordt door de telefonistes. Zij moeten berichten goed doorgeven.



## 5, Hulp.

De hulp bij diverse conflicten wordt verschillend ervaren. Sommige klanten zijn erg tevreden, maar er zijn ook minder positieve geluiden.

Het lukt consulenten niet altijd klanten echt krachtig bij te staan in een gesprek. Iemand vertelt:

Ik heb een aantal keren iemand mee gehad: één keer was dat een krachtig persoon. Dat was een man met ervaring. De anderen hadden minder ervaring. De eerste keer kreeg ik, zeg maar, een gewone huisvrouw. Het is heel willekeurig wie je mee krijgt. Ik was er wel iets mee geholpen, maar echt veel heeft ze niet gedaan. Als je het goed onder woorden kunt brengen wil nog niet zeggen dat je geen hulp nodig hebt. Je hebt goede en slechte dagen. Na een uur kan je conditie een stuk slechter zijn.

Hulp bij het vinden van een zinvolle dagbesteding wordt ook belangrijk gevonden.

Het Adviesteam vindt dat:

- Klanten verwachten, als er iemand mee gaat bij een gesprek:
  - een steun in de rug;
  - mogelijkheid om persoonlijk te spuien. De telefoon pakken is een te hoge drempel;
  - een psychisch krachtig persoon;
  - doortastendheid;
  - geen “watjes”;
  - iemand die ingrijpt in het gesprek/ meestuurt als het nodig is;
  - niet alleen maar achteraf bespreken wat er mis is gegaan;
  - iemand die deskundig is.

Het zou goed zijn als de hulp wordt geëvalueerd.



## Advies aan MEE Rotterdam,

- Voorbereiden van stagiaires en medewerkers op lastige conflictsituaties, bv. door van een rollenspel. Niet alleen bij de opleiding maar juist ook bij MEE Rotterdam zelf.
- Instellen van specialisten. Mensen die op bepaalde gebieden alles weten (en daar ook plezier in hebben). Bv.: Juridisch, wonen, arbeid, vervoer. Eigenlijk op dezelfde manier als de werkwijze van de huisarts die verwijst naar een specialist.
- De klant moet tijdens de intake kunnen aangeven om welk soort probleem het precies gaat.
- Bij meerdere problemen is er altijd een zaak die prioriteit heeft.
- Consulente en klant moeten vooraf goed met elkaar overleggen wat zij van elkaar verwachten. Bespreek ook duidelijk met elkaar wanneer een consulente ingrijpt tijdens een gesprek
- Er zou een evaluatie moeten plaats vinden over de periode die consulente en klant hebben doorlopen. Heel veel instanties hebben al zoiets.

## 6. Privacy.

Er worden eigenlijk geen negatieve ervaringen bij MEE Rotterdam genoemd. Wel vraagt iemand zich af wat een stagiaire die bij een gesprek was met de gegevens heeft gedaan.

Het Adviesteam vindt dat:

- Er van de consultants wordt verwacht dat zij correct met de privacy van een cliënt omgaan.
- Als er iets over een klant wordt geschreven de klant dit moet weten.
- Bij overdracht van informatie aan een nieuwe/ andere medewerker een gedeelte van het dossier gesloten zou moeten zijn.

Advies aan MEE Rotterdam:

- Onderzoek of een gedeelte of gedeelten van een dossier voor andere medewerkers gesloten kunnen blijven. Bespreek dit ook duidelijk met de klant.

## 7. Persoonsgebonden Budget.

Hier is slechts heel kort over gesproken. Het Adviesteam zou hier nog veel langer over kunnen praten. Er zijn verschillende ervaringen; er gaat ook nog veel fout.

Het Adviesteam vindt dat:

- Hier moet zeer zeker iets mee gebeuren.

Advies aan MEE Rotterdam:

- Zet dit op de agenda voor bespreking op middellange termijn.



Wat gaat er met deze adviezen gebeuren?

Het Klanten Adviesteam vindt het heel belangrijk dat er ook echt iets met deze (en volgende) adviezen gaat gebeuren.

Zij willen rapportage over bijvoorbeeld 6 à 8 maanden. Na die periode gaan zij met elkaar om de tafel zitten en willen zij weten wat er van deze adviezen terecht is gekomen.

Tijdens de presentatie moeten hier duidelijke afspraken over worden gemaakt.

## **Bijlage 3      Stappenplan KlantenAdviesTeams**

### **KlantenAdviesTeams (KAT's)**

In dit stappenplan wordt de methode van het KlantenAdviesTeam (KAT) binnen MEE Rotterdam beschreven. Een KlantenAdviesTeam bestaat uit 8-10 klanten uit een nader omschreven doelgroep van MEE (bijvoorbeeld moeilijk lerende kinderen of lichamelijk gehandicapte volwassenen). Gezamenlijk bedenken de klanten in dit team welke thema's of onderdelen van MEE zij willen verbeteren – of ze bedenken over welke onderwerpen zij meer informatie nodig hebben. Door middel van een zelfbedachte actie gaan ze in gesprek met andere klanten over de thema's die zijn bedacht. Dit kan een interview zijn maar ook een spelvorm, of door middel van video of foto's of internet. Het KAT beslist welke methode het beste bij hen past. Vervolgens bespreekt het KAT de uitkomsten van hun actie en formuleren de teamleden aanbevelingen voor de organisatie MEE. Deze worden gepresenteerd aan medewerkers en directie. Medewerkers en directie committeren zich om daadwerkelijk met de uitkomsten en adviezen aan de slag te gaan.

### **Uitgangspunten en doelen**

Werken met KlantenAdviesTeams binnen MEE Rotterdam staat ten dienste van de kwaliteit van het cliëntenbeleid en dienstverlening, en ten dienste van de aansluiting tussen het cliëntenbeleid c.q. dienstverlening en het perspectief van klanten hierop. Tegelijkertijd krijgt met KlantenAdviesTeams de participatie van cliënten vorm op een manier die diverse groepen cliënten aanspreekt, stimuleert en in staat stelt om te reflecteren op hun ervaringen van de dienstverlening alsook zich uit te spreken over hun meningen en ideeën voor het verbeteren of versterken van die dienstverlening vanuit hun perspectief als klanten. Dit betekent dat de toepassing van de hier beschreven methodiek effectief is wanneer drie 'belanghebbenden' deze als zinvol ervaren: klanten, medewerkers en de instelling (MEE Rotterdam) zelf. De uitgangspunten en doelen voor deze drie belanghebbenden hieronder zijn bedoeld als ondersteunende richtlijnen om er daadwerkelijk voor te zorgen dat het werken met een KlantenAdviesTeams door klanten, medewerkers en instelling zinvol wordt gevonden.

**Uitgangspunten**

**Doelen**

## Instelling

De keuze om samen met klanten en medewerkers feedback te organiseren binnen de instelling is niet vrijblijvend. Het vraagt van de instelling dat ze open staat voor feedback en adviezen over hun cliëntenbeleid en dienstverlening door klanten en medewerkers. Deze openheid levert wel op dat klanten en medewerkers zich serieus uitgenodigd weten om vanuit hun perspectief zinvolle feedback te geven op onderwerpen en aspecten van de dienstverlening die voor hen relevant zijn.

- faciliteren van samenwerking tussen klanten en medewerkers bij de reflectie op de dienstverlening en het cliëntenbeleid;
- versterken van de positie van klanten in de eigen organisatie;
- vragen van feedback op het cliëntenbeleid en de dienstverlening door klanten en medewerkers;
- advisering door klanten uit diverse doelgroepen en door medewerkers ter verbetering van de eigen dienstverlening.

## Medewerkers

Bij het werken met klantenfeedback in groepen beoordelen medewerkers de kwaliteit van hun dienstverlening vanuit hun eigen positie in de organisatie. In de relatie met klanten wordt van medewerkers een andere rol gevraagd dan de gebruikelijke dienstverlener- of hulpverlenerrol. Klanten die deelnemen aan een KlantenAdviesTeam zijn per definitie actief en competent om de kwaliteit van de dienstverlening te toetsen vanuit hun ervaringsdeskundigheid. Dit vraagt van medewerkers dat zij klanten hier benaderen als gelijkwaardige samenwerkingspartners.

- samenwerken met klanten op basis van gelijkwaardigheid;
- versterken van de positie van klanten in de organisatie;
- vergroten van kennis over aanvullende manieren van werken waarmee klanten kunnen participeren;
- adviseren van de eigen instelling en collega's ter verbetering van de dienstverlening en hierop actie ondernemen.

## Cliënten

Klanten hebben als zorgontvangers ervaring met de instelling en het daar gevoerde cliëntenbeleid. Het beoordelen van en adviseren over het gevoerde cliëntenbeleid kan voor klanten om meerdere redenen lastig zijn. Het ontbreken van vergelijkingsmateriaal over wat mogelijk is in cliëntenbeleid en dienstverlening en over een effectieve wijze om hierbij actief

- samenwerken met andere klanten en met medewerkers / hulpverleners op basis van gelijkwaardigheid;
- invulling geven aan de inhoud en vorm van de reflectie en dialoog over de dienstverlening
- onderzoeken van onderwerpen in het cliëntenbeleid / de dienstverlening die



betrokken te worden is een belangrijke oorzaak. Uitwisselingen met andere klanten en het onderzoeken binnen hun eigen mogelijkheden en in termen waarmee ze vertrouwd zijn, hen wel de mogelijkheid om te vergelijken. Door actief mee te doen aan de voorbereiding en de uitvoering van de dialoog met klanten en medewerkers vergroten klanten hun positie als adviseurs en medevormgevers van de dienstverlening. In plaats van hun problemen of hulpvragen staan nu hun mogelijkheden en vaardigheden centraal.

- vanuit het perspectief van klanten van belang zijn;
- vergaren van informatie over wat andere klanten ervaren en dienstverleners te werk gaan;
  - adviseren van de instelling en de medewerkers ter verbetering van het cliëntenbeleid;
  - versterken van de eigen positie in de organisatie.

## **De methodiek**

De methodiek voor het vormgeven en uitvoeren van klantenonderzoek door en met klanten in KlantenAdviesTeams is eenvoudig van opzet en verloopt via zeven fasen. De doelen en activiteiten van elke fase staan in het onderstaande overzicht, met een mogelijk tijdpad.

<b>Fase</b>	<b>Doel</b>	<b>Activiteit</b>
Fase 1 <i>Okt-dec</i>	Introduceren van het traject	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Vooroverleg met management</li> <li>○ Consulanten/medewerkers informeren en raadplegen</li> <li>○ Draagvlak creëren</li> <li>○ Werving bespreken en voorbereiden</li> <li>○ Input verzamelen voor inhoud en proces van project</li> </ul>
Fase 2 <i>Januari</i>	Vormen van een KlantenAdviesTeam	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bepalen van gewenste samenstelling van een KlantenAdviesTeam</li> <li>○ Werven van klanten voor een KlantenAdviesTeam</li> </ul>
Fase 3 <i>Februari</i>	Voorbereiden van een KlantenAdviesTeam	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Uitvoeren werkbijeenkomst 1 – lanceren van KlantenAdviesTeam en introduceren van klantenadviestraject bij leden van het KlantenAdviesTeam</li> <li>○ Uitvoeren werkbijeenkomst 2 – vaststellen en bespreken van uit te voeren acties/activiteiten door KlantenAdviesTeams</li> <li>○ Uitvoeren werkbijeenkomst 3 – trainen van KlantenAdviesTeam voor het uitvoeren van acties / activiteiten</li> </ul>
Fase 4 <i>Maart</i>	Uitvoeren van activiteiten met KlantenAdviesTeam	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Begeleiden van klanten in KlantenAdviesTeam bij uitvoering van acties / activiteiten</li> <li>○ Informatie verzamelen door KlantenAdviesTeam</li> <li>○ Uitvoeren werkbijeenkomst 4 – bespreken van uitkomsten met KlantenAdviesTeam</li> </ul>
Fase 5 <i>April</i>	Uitvoeren van presentatie en dialoog	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Voorbereiden van presentatie door KlantenAdviesTeam aan management, medewerkers en klanten</li> <li>○ Organiseren van bijeenkomst met presentatie en dialoog</li> <li>○ Uitvoeren presentatie en dialoog</li> </ul>
Fase 6 <i>Mei</i>	Verslag leggen van resultaten en voorgenomen vervolgacties	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Eindrapportage</li> <li>○ Actiepunten formuleren</li> </ul>
Fase 7 <i>J</i>	Aan de slag met de uitkomsten	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Overleg management</li> <li>○ Terugkoppeling resultaten naar cliënten</li> <li>○ Terugkoppeling KAT</li> <li>○ Terugkoppeling medewerkers</li> <li>○ Actieplan</li> </ul>



## Fase 1

## Introduceren van het traject

### Doelen & activiteiten in deze fase:

- Besluiten om een traject met een KlantenAdviesTeam te starten in een specifieke sector.
- Aanstellen van een interne begeleider voor het KlantenAdviesTeam.
- Introduceren van het traject met een KlantenAdviesTeam binnen de instelling en/of de geselecteerde sector, zowel bij medewerkers en de cliëntenraad

### Besluitvorming

Voordat met een KlantenAdviesTeam gewerkt wordt, neemt de directie en/of het management van de instelling een aantal besluiten. Het gaat hier om het besluit om een traject met een KlantenAdviesTeam in een specifieke sector te starten, en om besluiten die de uitvoering mogelijk maken. Een traject met een KlantenAdviesTeam start op het moment dat de instelling

- besluit feedback van klanten te vragen met behulp van een KlantenAdviesTeam binnen een specifieke sector van de instelling;
- een medewerker aanstelt als begeleider – zowel van het traject als van het KlantenAdviesTeam;
- faciliteiten – tijd, materiaal, locaties en beloning – beschikbaar stelt voor de begeleiding van het traject, de begeleiding van een KlantenAdviesTeam, de deelname van medewerkers aan het traject, de deelname van klanten in een KlantenAdviesTeam; en
- toezegt in dialoog te gaan met het KlantenAdviesTeam over de mogelijke implementatie van adviezen ter verbetering van het cliëntenbeleid / de dienstverlening.

### Interne begeleider

De interne begeleider heeft verschillende taken en rollen. De meest voor de hand liggende rol is die van begeleider van een KlantenAdviesTeam. Hij begeleidt en motiveert de klanten in het team bij het vormgeven van het klantenonderzoek, het bedenken van acties / activiteiten hiervoor en bij de uitvoering van deze activiteiten, en bij het afronden van het onderzoek en het presenteren van hun bevindingen. In deze rol maakt hij ook de praktische afspraken met de manager en medewerkers in de geselecteerde sector.

De interne begeleider is tegelijkertijd de ‘kwartiermaker’ voor het KlantenAdviesTeam. Hij

zorgt voor het opbouwen en behouden van draagvlak binnen de instelling; zowel voor de uitvoering van activiteiten met een KlantenAdviesTeam als voor de acceptatie van de uitkomsten en bevindingen uit het traject. De begeleider heeft dus een centrale rol in het faciliteren van de uitvoering en de dialoog over de uitkomsten.

Een cruciale taak voor de interne begeleider is het stroomlijnen van de **informatie en communicatie**, zowel binnen het KlantenAdviesTeam als tussen het KlantenAdviesTeam Actieteam en de betrokken manager(s) en medewerkers. Tijdens de uitvoering van het klantenonderzoek, maar ook voor en na de feitelijke uitvoering hiervan komt er nogal wat informatie langs. Deze informatie is nodig voor de praktische voortgang en het opbouwen van kennis over de ervaringen met de dienstverlening. Informatie – of liever: het managen van informatie – is ook noodzakelijk voor het creëren én behouden van draagvlak voor het KlantenAdviesTeam. De juiste informatie kan managers, medewerkers en andere klanten betrekken en motiveren, maar ze tevens betrokken en gemotiveerd houden voor de activiteiten van de klanten en de resultaten. Het is daarom van belang dat alle betrokkenen op het juiste moment over de juiste informatie beschikken.

Het organiseren van de communicatie en de informatievoorziening rondom de KlantenAdviesTeams is primair een taak van de interne begeleider. Deze begeleider voorziet alle betrokkenen van de relevante informatie over de inhoud van het klantenonderzoek, de afspraken die gemaakt worden en de voortgang van het KlantenAdviesTeam. Hierbij moet hij continue aandacht geven aan het draagvlak voor het KlantenAdviesTeam, en ervoor zorgen dat in de samenwerking binnen en buiten het team een regelmatige terugkoppeling plaatsvindt van de voortgang. De informatiebehoefte in een uitwisselingstraject kan per doelgroep verschillen. Het beschikbaar en toegankelijk maken van de juiste informatie tijdens het uitvoeringstraject, vraagt van de coördinator dan ook dat hij oog heeft voor

- de grote lijnen van het traject,
- de informatieopbrengsten van de verschillende fasen, en
- de informatiebehoeften van betrokken partijen binnen de instelling.

### **Introduceren van traject met KlantenAdviesTeam**

Bij de introductie van het traject stelt het management de interne begeleider aan. Vervolgens bepalen management en begeleider gezamenlijk de strategie voor de samenstelling, werving en uitvoering van het de activiteiten van het

KlantenAdviesTeam. (zie hiervoor het hoofdstuk **Vorming van een KlantenAdviesTeam**). Met behulp van deze strategie kan het traject binnen de instelling en/of de geselecteerde sector geïntroduceerd worden.

Dit kan via interne informatiekkanalen – e-mail, intranet, nieuwsbrieven – maar effectiever is het om in de te betrekken teams van medewerkers het traject persoonlijk toe te komen lichten. Met het oog op de tijd die nodig is voor werving van actieve leden voor een KlantenAdviesTeam, kan de start van de werving het beste samenvallen met deze introductie. (zie hiervoor het hoofdstuk **Werven van leden voor het actieteam**).

Door het traject in bijeenkomsten met medewerkers en de cliëntenraad toe te lichten, en tevens hun wensen, verwachtingen en perspectieven op de inhoud van het klantenonderzoek te bespreken, wordt de betrokkenheid van deze belanghebbenden vergroot. Zij kunnen dan vanuit hun positie, kennis en ervaring aangeven welke inhoudelijke thema's voor hen zinvol zijn. Tegelijkertijd biedt deze inhoudelijke introductie de mogelijkheid om eventuele onrealistische verwachtingen bij medewerkers en de cliëntenraad bespreekbaar te maken en bij te stellen.

Vanaf het moment dat het traject geïntroduceerd wordt en de werving van klanten voor een KlantenAdviesTeam kan starten, kan het hele traject binnen 9 maanden uitgevoerd worden. Om de activiteiten binnen deze tijd uit te kunnen voeren, is het moment waarop het traject gestart wordt van belang. Hierbij dienen management en begeleider rekening te houden met de volgende factoren:

#### **Beeldvorming en verwachtingen**

De beeldvorming bij medewerkers en klanten over het traject is bepalend voor de bereidheid om mee te doen. Deze bereidheid is groter naarmate helderder is waarom een traject met een KlantenAdviesTeam gewenst wordt door de instelling, hoe het past binnen het cliëntenbeleid en welke meerwaarde ervan wordt verwacht voor de instelling/sector, medewerkers en klanten.

#### **Planning**

De start van een traject (kader vaststellen, informeren, werven) kost verhoudingsgewijs veel tijd. Een belangrijke reden om hiervoor ook daadwerkelijk de tijd te nemen is de behoefte van te betrekken medewerkers en klanten om zich goed te kunnen oriënteren op wat het traject voor hen kan betekenen en wat zij zelf hierin zouden willen. Zorg er tevens voor dat na de introductie- en wervingsfasen niet te lang wordt gewacht met de start van de uitvoering van de activiteiten van en met het KlantenAdviesTeam. Zo

blijft de motivatie op peil (zie het overzicht voor een ideale tijdsplanning van de verschillende fasen)

## Fase 2      Vorming van een KlantenAdviesTeam

### Doelen & activiteiten in deze fase:

- Bepalen van de gewenste samenstelling van een KlantenAdviesTeam
- Werven van klanten voor deelname in een KlantenAdviesTeam

Het vinden en betrekken van klanten in het traject vraagt tijd. Voorafgaand aan de werving moeten een tweetal keuzes gemaakt worden in de gewenste samenstelling van het team en de wervingsmethode. In dit hoofdstuk staat beschreven welke factoren de keuzes voor de samenstelling van het team en de wervingsmethode bepalen. Om de werving succesvol in te zetten wordt tevens een aantal tips gegeven.

### Gewenste samenstelling

De samenstelling van een team is bepalend voor het soort informatie dat tijdens het traject wordt vergaard. Voorafgaand aan de werving moet daarom een keuze gemaakt worden voor de hulpvorm / sector waarover de instelling klantenfeedback wil hebben. Bij het maken van deze keuze zijn voorgesprekken met management, medewerkers en de cliëntenraad richtinggevend. Verder moet bij elke samenstelling van een team uitgegaan worden van de verschillende competenties en visies van de deelnemers. Om gelijkwaardige participatie van de deelnemers mogelijk te maken is het van belang dat deze diversiteit aan competenties en visies aangesproken wordt. Tevens is het van belang dat de competenties van de deelnemers niet te ver uit elkaar liggen.

### Wervingsmethoden klanten

Klanten kunnen op verschillende manieren geworven worden. Om de werving zo effectief mogelijk te laten verlopen, is het verstandig om vantevoren een wervingstrategie te bepalen. In de wervingsstrategie beschrijf je de doelgroep, de vindplaatsen van klanten en motiverende factoren voor deelname. Denk hierbij aan de (specifieke) doelgroep die je wilt benaderen, en aan de kenmerken en de bijzonderheden van deze groep. Bepaalde doelgroepen zijn moeilijker te bereiken. Soms zijn extra inspanningen nodig om alle doelgroepen te betrekken. Bedenk waar verschillende groepen zich bevinden en wie contact met hen heeft. Bij motiverende factoren voor deelname gaat het om de vraag hoe je in de werving bij klanten



interesse kunt wekken voor het traject. Hieronder zijn drie mogelijke strategieën beschreven die je kunt gebruiken.

### ***Strategie 1 - Cliënten zelf aanspreken***

Dit is een zeer directe aanpak waarbij klanten gelijk vragen kunnen stellen, hun twijfels kunnen uiten en zich zelfs gelijk op kunnen geven voor het project. Door klanten aan te spreken en ze te vragen deel te nemen neem je een eerste drempel weg; het project is niet langer iets anoniems en abstracts dat als het ware uit de lucht komt vallen.

Deze aanpak kent een aantal mogelijke nadelen. Een nadeel van deze aanpak kan zijn dat alleen de aanwezige klanten aangesproken worden, wat er toe leidt dat niet alle klanten bereikt worden en het uiteindelijke team geen afspiegeling vormt van het klantenbestand – (bijvoorbeeld in leeftijd, geslacht, ervaring met diensten van MEE).

Wil je vooral klanten werven waar al regelmatig contact mee bestaat, dan deze methode zeer geschikt; zoals bij klanten in de dagbesteding of klanten van consulenten in de doelgroep ‘lichamelijk gehandicapt’.

### ***Werkwijze voor Cliënten zelf aanspreken***

- **Vorbereiding**

1. Bepaal de doelgroepen en bedenk waar en wanneer deze aan te spreken zijn.
2. Leg contact met en informeer de teamleiders/consulenten van de plekken waar je naar toe wilt.
3. Maak een informatiebrief of flyer voor klanten waarin je uitlegt wat de bedoeling van het traject is, hoeveel tijd het kost en wat het de klant oplevert.
4. Neem pen en papier mee voor het noteren van namen en gegevens van klanten.

- **Uitvoering**

1. Stel je voor en vertel wat je wilt.
2. Deel informatie uit en vertel ook wat er in staat.
3. Vraag wie er mee wil doen en motiveer mensen.
4. Noteer namen, (e-mail)adressen en telefoonnummers van mensen die mee willen doen, en ook van mensen die nog twijfelen.
5. Vertel wat er hierna gaat gebeuren, zodat mensen zich op vervolgafspraken kunnen voorbereiden en tijd kunnen vrijhouden.

- **Follow-up**

1. Kom de afspraken die je gemaakt hebt na.
2. Bel mensen die twijfelen na.
3. Plan extra acties in geval van tegenvallende respons.

### ***Strategie 2 - Brief met nabelronde***

Een schriftelijke wervingsstrategie – met een wervingsbrief – maakt het mogelijk om veel mensen te bereiken. De ervaring leert dat de respons van klanten met deze methode vaak laag is, omdat de brief niet gelezen wordt of omdat mensen vergeten zich op te geven. Deze methode levert meer resultaat op door klanten ook na te bellen en ze nogmaals te wijzen op de mogelijkheid om deel te nemen. Tegelijkertijd biedt je klanten zo de mogelijkheid de informatie te lezen en op basis daarvan een beslissing te nemen. Blijf hierbij wel rekening houden met de specifieke doelgroep die je probeert te bereiken – pas daarom de inhoud en de stijl van de brief aan, anders haken mensen af omdat ze het niet begrijpen. Dit kan er toe leiden dat je verschillende wervingsbrieven voor verschillende doelgroepen moet schrijven.

Wil je vooral klanten bereiken die onregelmatig of kort gebruik maken van de diensten van de instelling, zoals klanten die (ouder)cursussen volgen of via groepswerk ingeschreven staan, dan is deze methode zeer geschikt.

### **Werkwijze voor *Brief met nabelronde***

- **Vorbereiding**

1. Bepaal de doelgroep(en) en zoek uit waar de contactgegevens te vinden zijn
2. Inventariseer de contactgegevens en controleer deze – adressen, telefoonnummers. Het komt regelmatig voor dat adressen in bestanden niet meer kloppen, terwijl de directe hulpverleners / consultants wel vaak de actuele gegevens hebben.
3. Brief opstellen

- **Uitvoering**

1. Brief versturen.

- **Follow-up**

1. Bel de klanten die een brief gekregen hebben na.

### ***Strategie 3 - Klanten benaderen via consultants/medewerkers***

Deze methode heeft een zeer laagdrempelig karakter omdat klanten geworven worden door mensen die zij al kennen en vertrouwen. Hierdoor is de respons over het algemeen hoog.

Een voorwaarde hiervoor is dat consultants en/of medewerkers goed ingelicht moeten zijn; zij moeten goed op de hoogte zijn van de inhoud en het verloop van het traject. Het werven van klanten zal wat tijd van consultants vragen, zodat het belangrijk is vooraf te weten of zij hiertoe bereid zijn.

Aangezien consultants bij deze wervingsmethode zelf hun klanten selecteren en benaderen voor deelname, worden andere klanten die op het eerste gezicht niet geïnteresseerd lijken onbedoeld van mogelijke deelname uitgesloten. Door consultants op deze valkuil te wijzen, kan een evenwichtige samenstelling van het KlantenAdviesTeam bereikt worden.

Deze wervingsmethode is geschikt voor klanten die regelmatig contact hebben met consultants en/of medewerkers zoals bij de dagbesteding of bij gezinsbegeleiding.

### ***Werkwijze Klanten benaderen via consultants/medewerkers***

- **Vorbereiding**

1. Bepaal de doelgroepen en bedenken wie contact met hen heeft (welke consultants en/of medewerkers)

2. Leg contact met en informeer consultants en/of medewerkers: informatie over het traject, de werving en wat er wordt verwacht.
  3. Maak een informatiebrief/flyer maken voor klanten waarin je uitlegt wat de bedoeling is, hoeveel tijd deelname zal kosten en wat het de klant oplevert. Deze brief/flyer kunnen consultants en/of medewerkers vervolgens aan klanten geven.
- **Uitvoering**
    1. Klanten worden persoonlijk benaderd door consultant/medewerker
    2. Consultant/medewerker schrijft namen en adressen op.
    3. Houd regelmatig contact met consultants/medewerkers
    4. Neem na verloop van (de afgesproken) tijd contact op met de consultants en/of medewerkers om te horen hoe de werving verloopt.
  - **Follow-up**
    1. Kom de afspraken die je gemaakt hebt na: bel geworven klanten.
    2. Bel mensen die twifelen na.
    3. Plan extra acties in geval van tegenvallende respons.

## **Wervingstips**

Ten slotte nog wat tips om de werving soepel te laten verlopen.

### ***Motiveren***

Voorbeelden van redenen om deel te nemen kunnen zijn:

- Je ontmoet andere mensen die hetzelfde meemaken als jij.
- Je helpt anderen met jouw ervaringen.
- Je leert er veel van en het is leuk om te doen.
- (Optioneel) Je krijgt een vergoeding/ een attentie.

Deze en andere redenen kun je bijvoorbeeld opnemen in een informatiebrief.

### ***Vasthouden***

Wanneer de doelgroep is geworven, is het van belang dat je de participanten vasthoudt en blijft interesseren voor het traject. Dit kan je doen door je betrokkenheid te tonen, door bijvoorbeeld teamleden op te bellen en ze te vragen of ze de uitnodiging hebben ontvangen, of ze te herinneren aan een geplande bijeenkomst. Zorg ervoor dat er niet te veel tijd zit tussen de werving en de activiteit zelf.

## Voorbeeldbrief

### Doe je MEE?

MEE Rotterdam wil de meningen van cliënten duidelijker horen. Nu gebeurt dit al via de cliëntenraad (hier zitten actieve klanten in). Alleen heeft de cliëntenraad niet zo veel invloed op hoe MEE de hulp en ondersteuning aan klanten organiseert. Om toch van klanten te horen wat zij van MEE vinden, en adviezen van klanten te krijgen voor verbeteringen, beginnen we met een KAT (KlantenAdviesTeam).

### KAT? Wat is dat?

Een KAT bestaat uit klanten van MEE, en doet zelf onderzoek naar onderwerpen en zaken die klanten zelf belangrijk vinden voor klanten en medewerkers. Zo wil MEE van klanten horen hoe zij precies denken over deze onderwerpen. Ook medewerkers worden gepolst – waarover willen zij juist door klanten geadviseerd worden? De informatie die een KAT verzamelt worden ook door de klanten in de Kat gepresenteerd aan de directie en medewerkers van MEE.

### Gaan wij dat alleen doen?

Nee. In een KAT krijg je hulp, advies en training van professionele en deskundige begeleiders. De begeleiders zijn gespecialiseerd in het werken met klanten (jongeren en volwassenen) in projecten zoals met een KAT. Je leer niet alleen zelf onderwerpen te onderzoeken. Door als adviseur in een KAT mee te doen krijg je zelf een goed beeld van wat er bij klanten van MEE leeft, ontmoet je andere klanten en leer je nieuwe vaardigheden.

Heb je interesse? Kom dan naar de eerste klantenbijeenkomst. Ook als je nog niet weet of je mee wilt doen.

Waar is het?	
Wanneer is het?	
Hoe laat?	

Tijdens deze bijeenkomst krijg je nog meer informatie over het KAT en kun je vertellen welke onderwerpen jij belangrijk vindt voor dit onderzoek.

Voor vragen kan je bellen met ...

Wij bellen je voor maandag nog even op om te kijken of je deze brief hebt gekregen.

Groetjes van ...

## Fase 3

## Vorbereiden van een KlantenAdviesTeam

### Doelen & activiteiten in deze fase:

- Introduceren van het traject bij actieve klanten
- Vorbereiden van de activiteiten van het KlantenAdviesTeam
- Trainen van de actieve klanten voor de uitvoering van hun acties

De klanten in een KlantenAdviesTeam bereiden zich in drie werkbijeenkomsten samen met hun begeleider voor op hun rol als klantenadviseurs. Hieronder volgt eerst een overzicht van de inhoud van de drie bijeenkomsten, aangevuld met een aantal aandachtspunten en tips voor het organiseren en begeleiden van werkbijeenkomsten. Hierna wordt het programma per bijeenkomst uitgebreider toegelicht.

### Overzicht – voorbereiding van actieve klanten in drie stappen

In **de eerste bijeenkomst** leren de deelnemende klanten elkaar (beter) kennen en wordt het traject met de aankomende activiteiten uitgebreid toegelicht. Tevens wordt tijdens deze bijeenkomst een panelgesprek gehouden met de klanten, aan de hand van een vooraf opgestelde pannelleidraad. Dit panelgesprek is bedoeld als start om de ervaringen, perspectieven, meningen en ideeën van de aanwezige klanten over de (dienstverlening van de) instelling te inventariseren. Een ander effect van het panelgesprek is dat klanten met elkaar kunnen uitwisselen over hun persoonlijke perspectieven en kunnen ontdekken wat ze hierin met elkaar gemeen hebben dan wel waarin ze verschillen.

In **de tweede bijeenkomst** bespreken de klanten in het KlantenAdviesTeam de feedback die ze zelf hebben gegeven. Aan de hand van deze feedback bepalen ze over welke onderwerpen ze de feedback van andere klanten willen verzamelen. Tevens brainstormen ze met ondersteuning van hun begeleider over de wijze waarop ze bij andere klanten feedback willen verzamelen.

In **de derde bijeenkomst** worden de klanten van het KlantenAdviesTeam getraind om hun onderzoek onder andere klanten uit te voeren. Afhankelijk van de methode – enquête, interview, groepsgesprekken – die ze hebben geselecteerd worden ze voorbereid om zelfstandig (wat ook kan betekenen: samen met een of meerdere klantenadviseurs) hun onderzoeksactiviteiten uit te voeren.

### Tips voor werkbijeenkomsten met klanten

Om de werkbijeenkomsten met klanten optimaal te benutten en klanten blijvend te motiveren voor hun activiteiten als klantadviseurs is aandacht voor het proces in en rondom de bijeenkomsten van belang. Hieronder zijn de belangrijkste aandachtspunten voorzien van tips.

**Bij elkaar komen.** Over het algemeen zijn klanten overdag niet beschikbaar voor activiteiten. Aan het eind van de middag (17.00–19.00) of vroeg op de avond (19.30–21.30) zijn vaak goede tijden om de werkbijeenkomsten te organiseren. Overleg met de klanten wat voor hen een goed tijd is om af te spreken.

**Bellen.** Bel deelnemers altijd de avond voorafgaand aan een bijeenkomst om ze te herinneren aan de bijeenkomst en om ze te vragen of ze gaan komen. Zorg daarom dat zowel mobiele als vaste nummers bekend zijn.

**Catering.** Houd er rekening mee dat klanten nog niet gegeten hebben wanneer ze naar de bijeenkomsten komen. Zorg er voor dat ze iets te eten aangeboden krijgen, vooral wanneer de bijeenkomst samenvalt met etenstijd. Buiten etenstijd blijft eten en drinken een aandachtspunt – het hoort erbij. Niet alleen voor wat extra energie, maar ook omdat het bijdraagt aan de sfeer van de bijeenkomst en aan een informelere omgang tussen de deelnemers. Jongeren houden van chips, koekjes, fris en sap. En meestal niet van thee en koffie. Volwassenen daarentegen over het algemeen wel. Het is daarom handig om eten en drinken af te stemmen op de samenstelling van de groep.

**Afwisseling.** Jongeren hebben een korte spanningsboog. Zorg voor voldoende afwisseling in werkvormen door bijvoorbeeld discussies (praten) af te wisselen met groepsopdrachten (doen) of brainstormmethoden (schrijven). Gebruik hulpmiddelen als overheadvellen of memoblaadjes, laat jongeren behalve praten ook eens tekenen (bijvoorbeeld de ideale leefgroep) of uitbeelden (bijvoorbeeld naspelen van een situatie). Internet, foto's en video kunnen bijeenkomsten ondersteunen. Dit geldt in zekere mate ook voor volwassenen; zorg voor voldoende afwisseling en houd ook rekening met pauzes.

**Open sfeer.** Het is niet vanzelfsprekend om zomaar je mening te geven. Stel klanten op hun gemak door een gezellige sfeer te creëren en door te benadrukken dat elke mening goed en belangrijk is. Benadruk dat hun ervaringen hen tot ervaringsdeskundigen maakt. Maak vooraf afspraken met

elkaar hoe je met elkaar omgaat (elkaar laten uitpraten, niet oordelen over elkaars meningen).

**Faciliterende begeleiding.** Zowel bij het op gang brengen van discussie als bij het begeleiden van discussie tussen de deelnemers is een faciliterende houding van de begeleider doorslaggevend voor het succes van de bijeenkomsten. Kenmerkend voor de faciliterende houding van de begeleider is neutraliteit, vermogen om actief te luisteren, een vraaggerichte opstelling (laat de antwoorden van de deelnemers komen), leiding houden en structuren van het gesprek.

**Onkosten.** Bespreek van te voren hoe eventuele reiskosten (trein- en strippenkaarten) vergoed worden. Maak hierover afspraken met de desbetreffende klanten. Betaal zo snel mogelijk uit. Indien er ook vergoedingen verbonden zijn aan deelname aan het KlantenAdviesTeam is het belangrijk hier duidelijke afspraken over te maken, bijvoorbeeld over minimale deelname en output om in aanmerking te komen voor een vergoeding.

**Checklist.** Om een bijeenkomst goed voor te bereiden stel je van te voren een checklist op van wat gedaan moet worden. Een voorbeeld van een bruikbare checklist:



- Locatie regelen
- Catering regelen
- Uitnodiging versturen
- Telefonische herinnering
- Inhoud duidelijk
- Taakverdeling tijdens bijeenkomst
- Sfeer
- Financiën, vergoeding, reiskosten
- Materiaal
  - Naambordjes
  - Pennen/stiften
  - Flap-over
  - Memoblaadjes
  - Achtergrondinformatie
- Vervolgafspraken
- Verwerking van de uitkomsten

### **Eerste bijeenkomst**

Tijdens de eerste bijeenkomst staat kennismaking centraal. Kennismaking met elkaar maar ook met het traject. Ruimte voor deze aandachtspunten is noodzakelijk. Het introduceren van het project zal de nodige vragen en/of opmerkingen oproepen. Geef klanten hiervoor de ruimte en noteer wat er gezegd wordt, dit geldt ook als feedback.

Deze bijeenkomst is tevens de eerste keer dat klanten elkaar in deze setting zien; laat ze door middel van een kennismakingspel of een uitgebreide voorstelronde met elkaar kennismaken. Een originele draai hieraan kan sneller leiden tot een open sfeer waarin iedereen een bijdrage durft te leveren.

Tijdens de eerste bijeenkomst wordt er gestreefd naar een zo hoog mogelijke opkomst, niet iedereen die aanwezig is zal verder gaan als lid van het KlantenAdviesTeam. Het belang van de bijdrage van deze cliënten moet benadrukt worden – hun feedback levert immers een (nog) completer beeld op van wat er onder MEE klanten leeft.

De eerste bijeenkomst is tegelijkertijd ook bedoeld om informatie te krijgen van de deelnemende klanten. Uit de eerdere gesprekken met de cliëntenraad, consultants en het management is een panneleraad opgesteld.

Te denken valt aan onder andere de volgende onderwerpen:

- Wat voor beeld hebben klanten van MEE en voldoet MEE aan de verwachtingen van de klanten?
- Wat verwacht en vindt de klant van de consultants?
- Welke concrete verbeteringen stellen klanten voor op het gebied van bijv. bejegening, toegankelijkheid, aandacht voor diverse doelgroepen?

Vraag aan het einde van deze bijeenkomst wie er deel willen gaan nemen aan het KAT-team en schrijf hun contactgegevens op. Verzamel ook de gegevens van mensen die nog twijfelen, en kondig aan dat je nog contact met hen zal opnemen. Plan alvast een vervolgbijeenkomst; leg de leden van het KlantenAdviesTeam een aantal opties voor.

***Programma voor de eerste bijeenkomst*** (90 minuten)

- Introductie door begeleider; waarom zijn we hier en wat gaan we vandaag doen? (10 minuten)
- Kennismakingspel (20 minuten)
- Klantenpanel (45 minuten)
- Afsluiting – samenvatten, bedanken en afspraak voor volgende keer maken (15 minuten)

**Tweede werkbijeenkomst**

Tijdens de tweede werkbijeenkomst zijn uitsluitend leden van het KlantenAdviesTeam aanwezig. De begeleider legt deze klanten eerst de uitkomsten van de eerste bijeenkomst voor en vraagt hun reflectie hierop. Herkennen de klanten deze uitkomsten? Hebben ze nog aanvullingen? Wat vinden de klanten de belangrijkste thema's? Via deze reflectie en selectie van thema's bepaalt het KlantenAdviesTeam zelf over welke onderwerpen het van andere klanten feedback wil vragen.

Na het bepalen van de hoofdthema's wordt samen met de deelnemers de methode gekozen waarmee het KlantenAdviesTeam feedback onder andere klanten kan gaan verzamelen. Hierbij is het van belang de methode of werkwijze niet te snel in te te vullen voor de klanten. Leg deze vraag open voor aan de leden van het KlantenAdviesTeam – hoe willen ze zelf achter de antwoorden van andere klanten komen op de vragen van de klantadviseurs? Een eenvoudige manier om de klanten zelf ideeën hiervoor te laten bedenken is door er een brainstorm van te maken. De brainstorm kan mondeling met het gehele team uitgevoerd worden; ook is het mogelijk om de klanten eerst hun individuele ideeën / voorstellen op post-its te

laten zetten. Pas als de klanten zelf geen ideeën (meer) kunnen bedenken en om suggesties van de begeleider vragen, kunnen andere opties aangedragen worden. Voor het geval de klanten een beroep doen op suggesties van de begeleider, is het handig om vooraf al een aantal werkwijzen op papier te zetten. Dit maakt het makkelijker om de suggesties voor te leggen en te bespreken. Voorbeelden van werkwijzen die de begeleider kan suggereren: interviews, dubbelinterviews (twee klantenadviseurs interviewen twee andere klanten tegelijkertijd), een spel ontwerpen, een video maken, een debat organiseren.

### **Derde werkbijeenkomst**

Tijdens de derde werkbijeenkomst wordt het KlantenAdviesTeam getraind om zijn klantenonderzoek uit te voeren. Hoe deze training precies wordt ingevuld, wordt bepaald door de thema's en door de gekozen werkwijze in de voorgaande werkbijeenkomsten. Heeft het klantenadviesteam gekozen voor interviews, laat de klanten dan oefenen met een rollenspel en geef ze bij het oefenen praktische tips voor interviews. Kiezen de klantadviseurs voor een debat, laat ze dan stellingen ontwerpen en verdeel de taken voor het debat zelf (het debat leiden, de stellingen inbrengen, verslag maken van het debat). Deze bijeenkomst kan eventueel gecombineerd worden met de tweede werkbijeenkomst, al naar gelang de behoefte van de klanten.

## Fase 4

## Uitvoeren van activiteiten met een KlantenAdviesTeam

### Doelen & activiteiten in deze fase:

- Uitvoeren van onderzoeksactiviteiten en verzamelen van klanteninformatie door KlantenAdviesTeam
- Begeleiden van KlantenAdviesTeam bij de uitvoering
- Bundelen en bespreken van de verzamelde informatie

### Uitvoeren van activiteiten

Het KlantenAdviesTeam heeft inmiddels de thema's en de werkwijze voor hun activiteiten bepaald, en heeft geoefend met de gekozen werkwijze. Zij gaan nu aan de slag met het uitvoeren van hun plan, en worden hierbij ondersteund in de uitvoering door hun begeleider. Ongeacht de gekozen werkwijze (zie de voorbeelden, genoemd in de beschrijving van de tweede werkbijeenkomst in de derde fase), kent de uitvoering vier stappen: praktische voorbereiding, uitvoering, het maken van vervolgspraken en verslaglegging.

### Vorbereiding

Om nu met andere klanten in gesprek te komen vraagt een laatste voorbereiding, die de leden van het KlantenAdviesTeam zelf uitvoeren. Eventueel kan de begeleider hier nog bij helpen:

- maken van afspraken met andere klanten over plaats en tijdstip voor de ontmoeting
- eventueel informeren van de andere teamleden over de gemaakte afspraken
- meenemen van de definitieve vragenlijst
- controleren van de taakverdeling voor het gesprek (gespreksleiding, verslaglegging)

### Uitvoering

De uitvoering van de activiteit(en) is in handen van de leden van het KlantenAdviesTeam. Zij onderzoeken de thema's waarvoor ze vragen hebben voorbereid. De daadwerkelijke ontmoeting met andere klanten kan voor de teamleden in het begin nog spannend zijn, omdat ze in een bijzondere rol met andere klanten in gesprek gaan. Van de begeleider vraagt dit of in de praktische voorbereiding of in de begeleiding ter plekke – wanneer de begeleider meegaat – aandacht en aanmoediging om ze over de eerste drempel te helpen.

### Vervolgspraken

Aan het einde van het gesprek met andere klanten spreken de teamleden af op welke manier en wanneer die klanten iets terughoren van het KlantenAdviesTeam. Bij voorkeur kan het team deze klanten ook alvast uitnodigen voor de presentatie van hun bevindingen.

### **Verslaglegging**

Na de gesprekken met klanten verzamelen de teamleden hun aantekeningen/verslagen en zorgen ervoor dat ook de begeleider kan beschikken over deze informatie. Wanneer de gesprekken uitgesmeerd over meerdere dagen / weken plaatsvinden, kan het zinvol zijn om de verslagen van de teamleden tussentijds te verzamelen. Indien nodig kan de begeleider nog extra informatie vragen die misschien niet in de verslagen is terecht gekomen of suggesties doen voor de volgende gespreksverslagen. Na de laatste onderzoeksactie van het team komen de begeleider en de teamleden bij elkaar voor een vierde werkbijeenkomst.

### **Vierde werkbijeenkomst**

Tijdens de vierde werkbijeenkomst worden alle ervaringen van het KlantenAdviesTeam gebundeld. Naast hun ervaringen tijdens de gesprekken met klanten, bespreken de teamleden de uitkomsten van de gesprekken en stellen adviezen op voor de instelling en de medewerkers.

### **Van informatie tot advies**

Om tot concrete adviezen te komen doorlopen de leden van het KlantenAdviesTeam gezamenlijk een aantal stappen. Deze bijeenkomst duurt ongeveer anderhalf uur.

1. *Inventariseer de antwoorden op alle vragen van het KlantenAdviesTeam*  
Niet iedereen heeft dezelfde informatie. Het kan ook zijn dat er enige tijd verstreken is sinds de gesprekken met andere klanten. Om het geheugen op te frissen en ervoor te zorgen dat alle teamleden zoveel mogelijk over dezelfde informatie beschikken, wordt de volgende tussenstap gezet:
2. *Zet de informatie op een rij*  
De antwoorden moeten voor iedereen zichtbaar zijn. Gebruik hiervoor een flap-over of een whiteboard.
3. *Bespreek de zaken die nieuw, anders of opvallend zijn*  
Maak een verdeling tussen zaken die bekend / herkenbaar zijn en zaken die nieuw, anders of opvallend zijn. Laat de teamleden vertellen over wat

ze gehoord hebben – ook over dingen die ze niet kenden of raar, leuk, nuttig, apart, motiverend, bijzonder vonden om te horen.

*4. Formuleer adviezen voor de instelling en de medewerkers*

Laat de leden van het KlantenAdviesTeam nu met de informatie uit de vorige stappen adviezen / tips / suggesties formuleren – wat zijn dingen die binnen de instelling verbeterd kunnen worden en hoe zou dat volgens de klantadviseurs kunnen? Laat de teamleden, zo mogelijk, benoemen welke positieve effecten ze verwachten van de voorgestelde verbeteringen.

In de vierde bijeenkomst kan vervolgens de presentatie voorbereid worden. Het is ook mogelijk hier een aparte bijeenkomst voor te organiseren.

## Fase 5

## Uitvoeren van presentatie en dialoog

### Doelen & activiteiten in deze fase:

- Voorbereiden van een presentatie door het KlantenAdviesTeam en een dialoog met managers, medewerkers en andere klanten
- Praktisch organiseren van een presentatie- en dialoogbijeenkomst
- Uitvoeren van een presentatie- en dialoogbijeenkomst

Na de werkbijeenkomsten waarin het KlantenAdviesTeam zijn adviezen heeft voorbereid, bereiden de teamleden zich voor op de presentatie van hun bevindingen. Tijdens een bijeenkomst met managers, medewerkers en andere klanten presenteren de teamleden zelf hun bevindingen en gaan met de aanwezige deelnemers in dialoog over hun bevindingen.

### Presentatievoorbereiding

In de voorbereiding van hun presentatie maken de teamleden twee keuzen: de bevindingen die ze willen presenteren en de vorm waarin. Om de hoeveelheid informatie die gepresenteerd wordt voor klanten hanteerbaar te houden, is het verstandig om ze een keuze te laten maken voor de bevindingen die zij zelf het meeste van belang vinden. Alle bevindingen worden immers ook in de rapportage opgenomen, zodat andere bevindingen en de details hierover nagelezen kunnen worden. De andere keuze – die voor de vorm van de presentatie – moet ook zoveel mogelijk door de klanten zelf gemaakt worden. Hoe meer de vorm de klanten aanspreekt en aansluit bij hun voorkeuren, des te sterker zal de presentatie zijn. Een ander aandachtspunt voor de presentatie (voorbereiding) is de afwisseling tussen visuele en verbale vormen van presenteren. Naast een mondelinge presentatie kunnen klanten ook een beeldpresentatie (bijvoorbeeld met tekeningen, cartoons, film / video) voorbereiden.

Hoewel het gebruikelijk is om alleen een presentatie voor te bereiden en vervolgens af te wachten hoe de deelnemers aan de bijeenkomst zullen reageren, is er ook een alternatief mogelijk. Het KlantenAdviesTeam kan zelf vragen voorbereiden voor de deelnemers. Het voordeel is dat ze dan de discussie / dialoog na hun presentatie zelf kunnen sturen, en de zaken bespreken die zij belangrijk vinden.

Tot slot bepalen de klanten en de begeleider samen locatie, tijdstip en duur van de bijeenkomst, en stellen een programma op. Hierbij maken ze afspraken voor de taakverdeling bij de presentatie en de gespreksleiding tijdens de dialoog met de deelnemers. Verder moet in het programma tijd gereserveerd worden om met

managers en medewerkers afspraken te maken over vervolgacties en terugkoppeling naar het KlantenAdviesTeam over de vervolgacties.

### **Praktische organisatie**

Voordat de feitelijke presentatie- en dialoogbijeenkomst plaatsvindt, moeten verschillende praktische zaken voorbereid worden. Vaak zijn dit zaken die makkelijk door de begeleider georganiseerd kunnen worden:

- Regelen van locatie en catering
- Uitnodigen van managers, medewerkers, cliëntenraad en andere klanten (in overleg kunnen ook klantenadviseurs persoonlijk leden van de cliëntenraad en andere klanten uitnodigen – dit draagt ook bij aan het eigenaarschap van de klantenadviseurs)
- Opsturen van conceptverslag met conclusies / adviezen van klantenadviseurs aan managers en medewerkers

### **Uitvoeren presentatie- en dialoogbijeenkomst**

De presentatie- en dialoogbijeenkomst wordt uitgevoerd door het KlantenAdviesTeam met ondersteuning van de begeleider. De begeleider kan tijdens de bijeenkomst de rol van technisch gespreksleider op zich nemen. Effectiever is het wanneer een manager deze taak op zich neemt (deze moet dan wel inhoudelijk voorbereid worden door de begeleider). Dan kan de begeleider zich richten op het aanmoedigen en begeleiden van de klantenadviseurs zelf. Om de aandacht op de begeleiding te kunnen richten, is het verstandig om een andere medewerker te vragen aantekeningen te maken tijdens de bijeenkomst, zodat deze na afloop verwerkt kunnen worden in de eindrapportage over het traject.



## Fase 6 Resultaten

### Doelen & activiteiten in deze fase:

- Schrijven van eindrapportage
- Formuleren van actiepunten

Na de presentatie en de dialoog met managers, medewerkers en andere klanten wordt de eindrapportage geschreven. Hierin worden de uitkomsten van het klantenonderzoek, inclusief de adviezen van het klantenteam, beschreven en aangevuld met de uitkomsten van de dialoog met managers, medewerkers en andere klanten. Op basis van deze laatste uitkomsten formuleert het KlantenAdviesTeam ook actiepunten voor het vervolg.

De eindrapportage kan geschreven worden door de klanten in het team, of door de begeleider. Wanneer de begeleider het eindrapport schrijft, dan is het voor het eigenaarschap van het KlantenAdviesTeam van belang om het eindrapport in concept nogmaals aan de klantenadviseurs voor te leggen. Zij kunnen dan commentaar leveren, aanpassingen voorstellen of andere accenten suggereren, waarna de begeleider het definitieve rapport kan opstellen. Het definitieve rapport wordt vervolgens opgestuurd aan het KlantenAdviesTeam en de betrokken managers.

## Fase 7 Aan de slag met de uitkomsten

### Doelen & activiteiten in deze fase:

- Besluitvorming over vervolg en tijdslijn door management
- Terugkoppelen van vervolgacties naar klanten, cliëntenraad en KlantenAdviesTeam
- Terugkoppelen van vervolgacties naar medewerkers
- Opstellen van een actieplan

Met het aanbieden van de eindrapportage is het eigenlijke werk van het KlantenAdviesTeam formeel afgerond. Om ervoor te zorgen dat de adviezen en aanbevolen actiepunten op de juiste plek binnen de organisatie terecht komen, en dat er daadwerkelijk actie volgt, wordt de eindrapportage eerst in het management besproken. Deze bespreking leidt tot een aantal besluiten:

- De gewenste vervolgacties en wie deze acties moeten gaan uitvoeren.
- Wie een actieplan gaat opstellen voor het vervolg, en welke medewerkers en klanten hierbij betrokken gaan worden.

- De periode waarin de vervolgacties uitgevoerd moeten worden.
- De periode waarin klanten, cliëntenraad, KlantenAdviesTeam en medewerkers geïnformeerd worden over de resultaten van de vervolgacties.
- De wijze waarop klanten, cliëntenraad, KlantenAdviesTeam en medewerkers geïnformeerd worden over de besluitvorming.
- De wijze waarop klanten, cliëntenraad, KlantenAdviesTeam en medewerkers geïnformeerd worden over de resultaten van de vervolgacties.