



Tevredenheidsonderzoek achterban Stichting Olijf

Mei 2018
244405243

Sabine Hooijmans
Suzanne Plantinga

Inhoudsopgave

1	
Inleiding	3
2	
Belangrijkste conclusies	5
3	
Reputatie van Stichting Olijf en tevredenheid over generieke diensten	7
4	
Bekendheid inzet Stichting Olijf	13

5	
Informatievoorzieningen verder uitgediept	15
6	
Het contact met Stichting Olijf	17
7	
Deelnemers	20
8	
Bijlage	22

1

Inleiding



Inleiding

Kantar Public heeft in opdracht van de Nederlandse Federatie van Kankerpatiëntenorganisaties (NFK) in april 2018 een tevredenheidsonderzoek uitgevoerd onder de kankerpatiëntenorganisaties (kpo's) in Nederland. Alle twintig kpo's kregen de mogelijkheid om deel te nemen en de vragenlijst uit te sturen onder hun achterban.

De resultaten uit het onderzoek bieden inzicht in de wijze waarop Stichting Olijf de achterban beter kan ondersteunen en welke aspecten naar tevredenheid scoren.

In deze rapportage zijn de resultaten van Stichting Olijf opgenomen.

Daarnaast wordt voor enkele resultaten een vergelijking gemaakt met de totaalscore van de kpo's in Nederland. In totaal hebben 14 van de 20 kpo's in Nederland voldoende respons behaald om deze totaalscore te berekenen.

In totaal hebben 43 personen van Stichting Olijf deelgenomen.



Doelgroep

Achterban van Stichting Olijf



Uitnodiging

De achterban heeft een uitnodiging per email ontvangen via de eigen kpo. Deze uitnodiging bevatte voor ieder lid een unieke link. Indien mogelijk, is er een herinneringsemail naar de leden gestuurd.



Methode

De vragenlijst kon via een persoonlijke link online worden ingevuld. In de vragenlijst werd alleen naar de eigen kpo gevraagd. De gemiddelde invultijd was 10 minuten.



Veldwerkperiode

De leden hadden van 9 t/m 22 april de tijd om de vragenlijst in te vullen.

2

Belangrijkste conclusies



Belangrijkste conclusie: De achterban van Stichting Olijf is zeer tevreden over de stichting, vooral over het luisteren naar patiënten en het faciliteren van contactdagen. Er liggen nog kansen bij het verbeteren van de bereikbaarheid.



3

Reputatie van Stichting Olijf en tevredenheid over generieke diensten



Stichting Olijf heeft een zeer sterke reputatie onder hun achterban

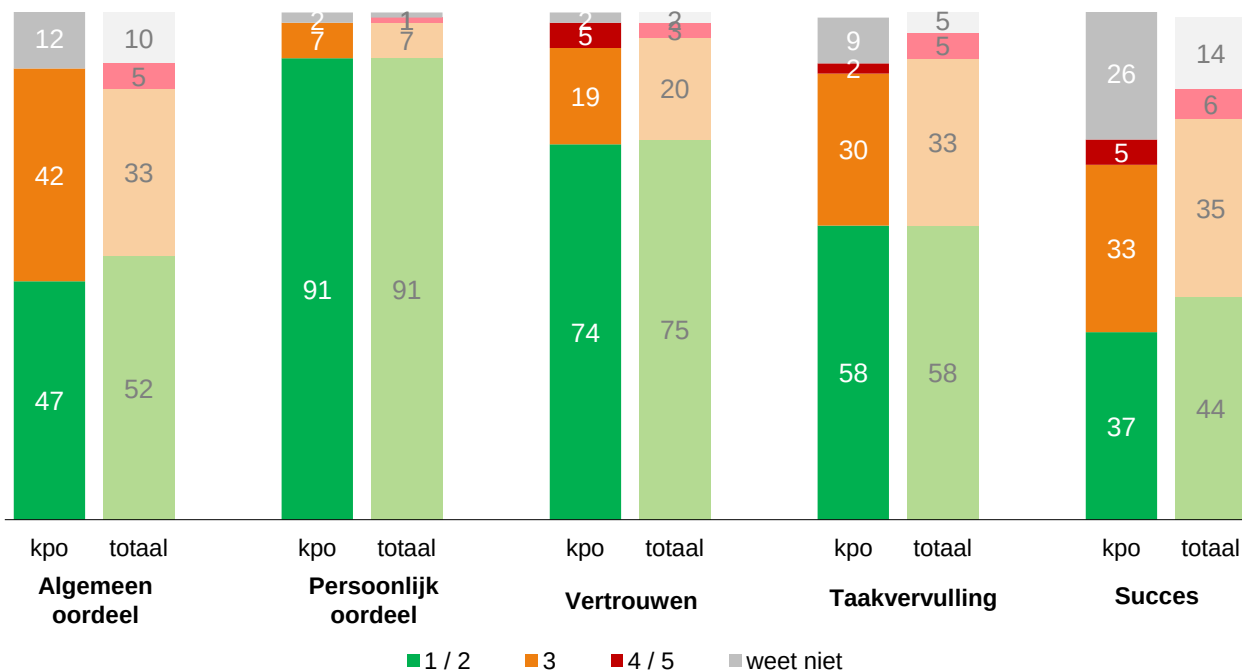


Reputatiecijfer

79

Totaal

77



- Een reputatiecijfer vanaf 50 interpreteren we als een goede reputatie. Het indexcijfer voor Stichting Olijf komt uit op 79, wat we interpreteren als een sterke reputatie.
- Alle aspecten worden zeer goed gewaardeerd door de leden.
- Voornamelijk het persoonlijke oordeel en het vertrouwen hebben een hoge score.

De vragen die gesteld zijn en de schalen die zijn gebruikt:

Algemeen oordeel = Hoe kijkt u in het algemeen aan tegen <KPO>?
(uitstekend – zeer goed – goed – redelijk – slecht)

Persoonlijk oordeel = Hoe positief is uw persoonlijke oordeel over <KPO>?
(zeer positief – positief – enigszins positief – negatief – zeer negatief)

Vertrouwen = Hoe sterk is uw vertrouwen in <KPO> op de lange termijn?
(heel veel – veel – redelijk veel – niet zo veel – helemaal geen)

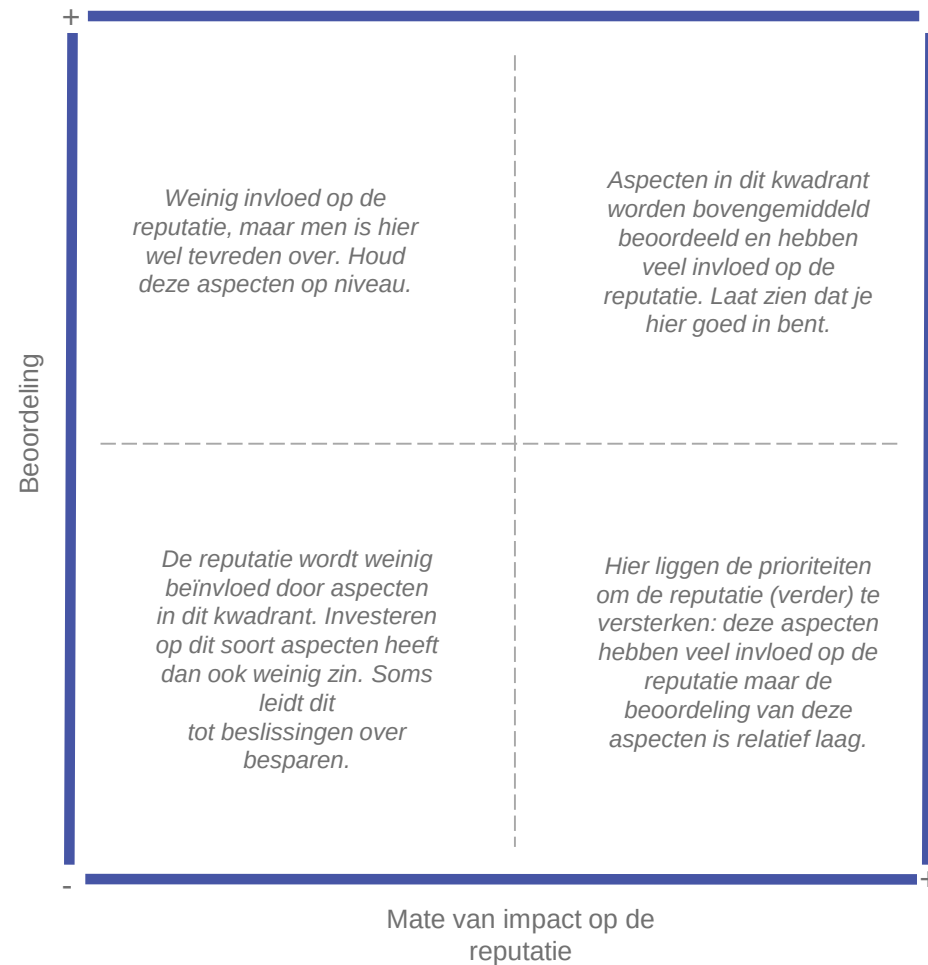
Taakvervulling = Hoe goed vervult <KPO> haar taken en diensten als patiëntenorganisatie?
(uitstekend – zeer goed – goed – redelijk – slecht)

Succes = Wat is uw oordeel over de bereikte resultaten van <KPO>?
(uitstekend – zeer goed – goed – redelijk – slecht)

1 2 3 4 5

Waarom is de reputatie zo goed? Een analyse van drijfveren van de reputatie

Op allerlei generieke diensten van kpo's is een reputatie impact analyse ingevoerd. Dat betekent dat we kijken naar de impact van een aspect op de reputatie. Daarmee zie je door welke aspecten de reputatie wordt beïnvloed. Of dat een positieve of negatieve invloed is, hangt af van hoe leden van de kpo's vervolgens deze aspecten beoordelen. We onderscheiden vier kwadranten waarin de aspecten kunnen vallen.

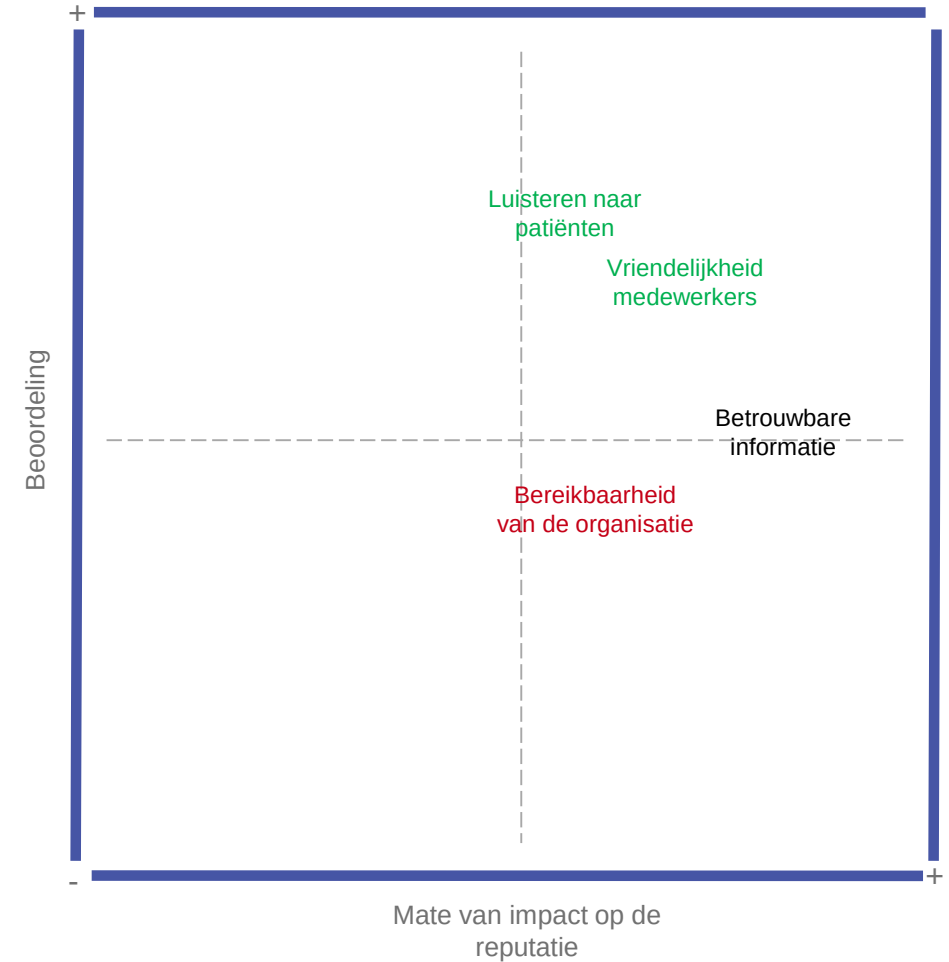


Betrouwbare informatie en vriendelijkheid medewerkers positieve krachten achter reputatie

De sterkste positieve beïnvloeder is 'betrouwbare informatie'. Dit aspect heeft op dit moment een gemiddelde score; de reputatie kan worden verbeterd door hier nog meer aandacht aan te besteden.

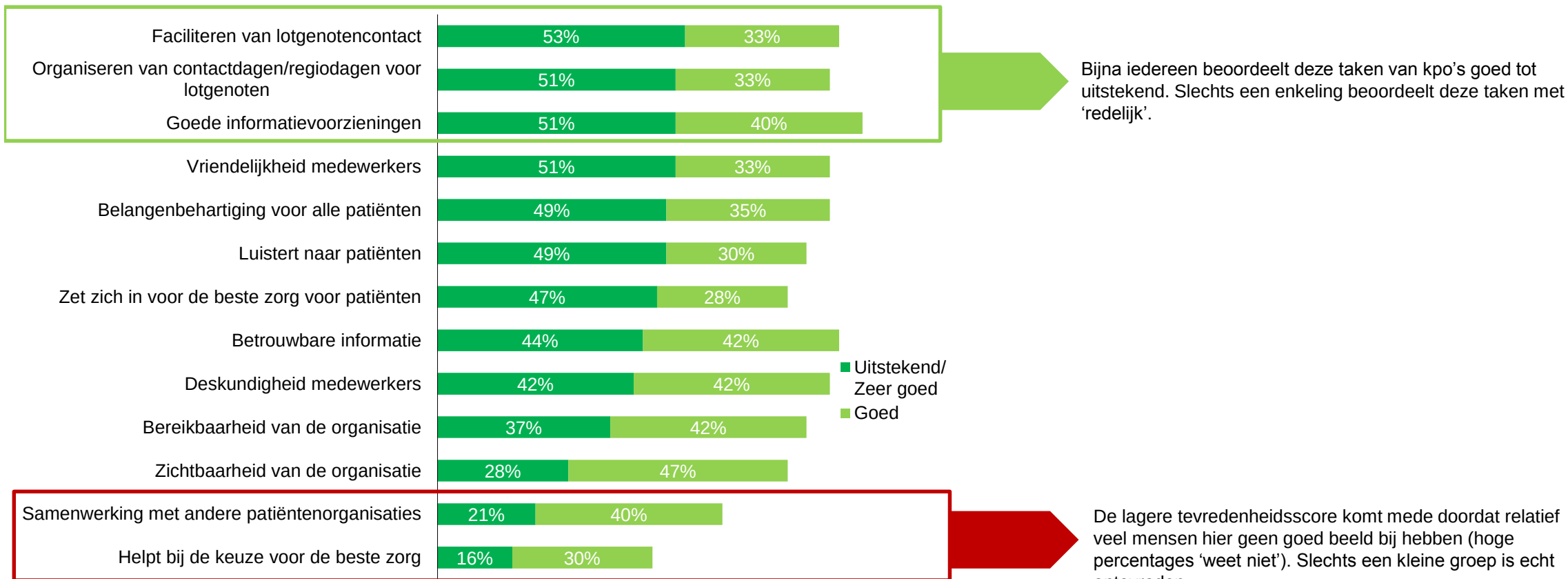
De aspecten **inzet voor de beste zorg voor patiënten** en **vriendelijkheid medewerkers** krijgen een positieve beoordeling en hebben veel invloed op de reputatie.

De bereikbaarheid van de organisatie is een aspect wat relatief veel invloed heeft op de reputatie, maar de achterban vindt dat zij hier niet optimaal in voorzien worden. Hier liggen dus kansen om de reputatie te versterken!



NB: Dit model bevat oorspronkelijk nog veel andere generieke diensten van Stichting Olijf. Een volledige matrix is in de bijlage opgenomen.

Hoge tevredenheid onder de achterban, vooral over contactdagen en informatievoorzieningen



Achterban heeft meeste gehad aan lotgenoten en informatievoorziening

Belangrijkste wat Stichting Olijf heeft betekend



“Als het nodig is kan men laagdrempelig bij iemand terecht.”

“Olijf geeft me energie, informatie, voldoening en dankbaarheid, dat we met een helemaal niet zo grote groep zeer enthousiaste mensen iets wezenlijks weten te betekenen. Natuurlijk is er nog veel te doen en het kan altijd beter. We worden gehoord en onze input wordt gewaardeerd en gebruikt!”

“Ik word op de hoogte gehouden van alle ontwikkelingen, en ik kan ten allen tijden terecht voor mijn vragen.”

“Inzet. Weten dat ik in gezelschap van lotgenoten ben. Informatievoorziening.”

Verbeterpunten

De meeste personen weten geen verbeterpunten te noemen.

“Ik denk dat we zelf als patienten ook een taak hebben om de rubrieken te vullen.”

“Juist ook voor de overlevers, die te maken hebben met veel bijwerkingen van de therapieën.”

“Meer zichtbaarheid in (social) media.”

“Lokale of regionale informatiebijeenkomsten voor lotgenoten organiseren.”

Wat is het belangrijkste dat [kpo] voor u (heeft) betekent? [open vraag] / Heeft u nog suggesties om de diensten van [kpo] te verbeteren? [open vraag]

4

Bekendheid inzet Stichting Olijf



Stichting Olijf zet zich volgens de achterban vooral in voor informatievoorziening en lotgenotencontact



Kunt u aangeven op welke manier [kpo] zich voornamelijk inzet? n=43

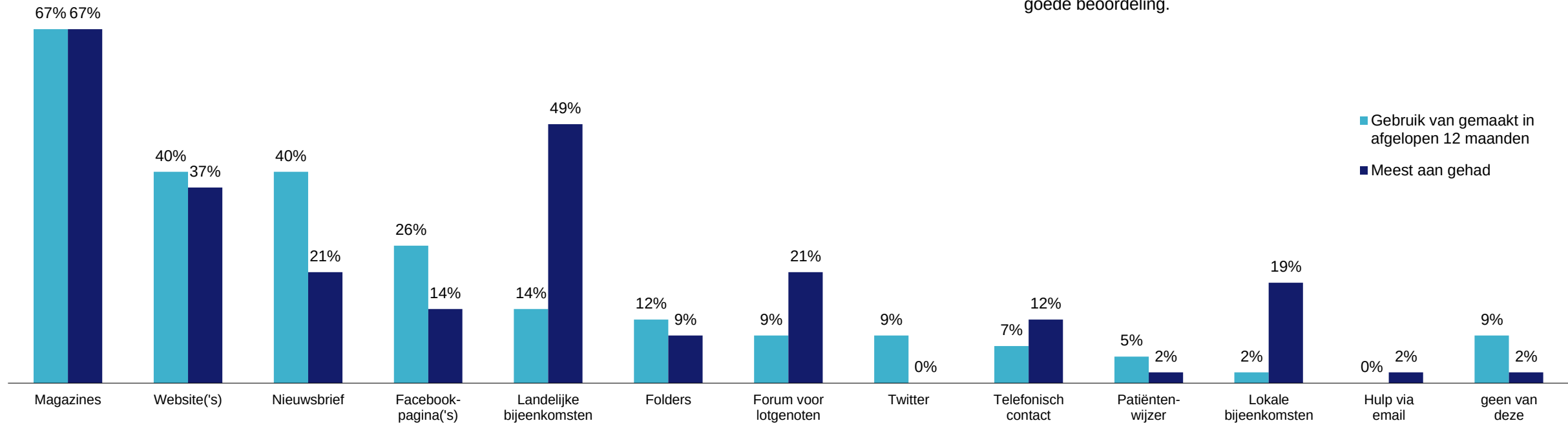
5

Informatievoorzieningen verder
uitgediept



De achterban heeft het meest gehad aan magazines, de landelijke bijeenkomsten en de website

- Veel personen hebben het meest gehad aan de landelijke bijeenkomsten, maar hebben hier langer dan een jaar geleden gebruik van gemaakt.
- De communicatiemiddelen zijn slechts door een kleine groep beoordeeld. Over het algemeen krijgen deze middelen een goede beoordeling.



Aan welke informatievoorzieningen van [kpo] heeft u het meest gehad? / Van welke informatievoorzieningen van [kpo] heeft u de afgelopen 12 maanden gebruik gemaakt? n=43

6

Het contact met Stichting Olijf



Meeste contact met Stichting Olijf via landelijke bijeenkomsten en email

Laatste contact met KPO



Landelijke bijeenkomst

23%



Email

21%



Social media

14%



Telefonisch

9%



Lokale bijeenkomst

2%

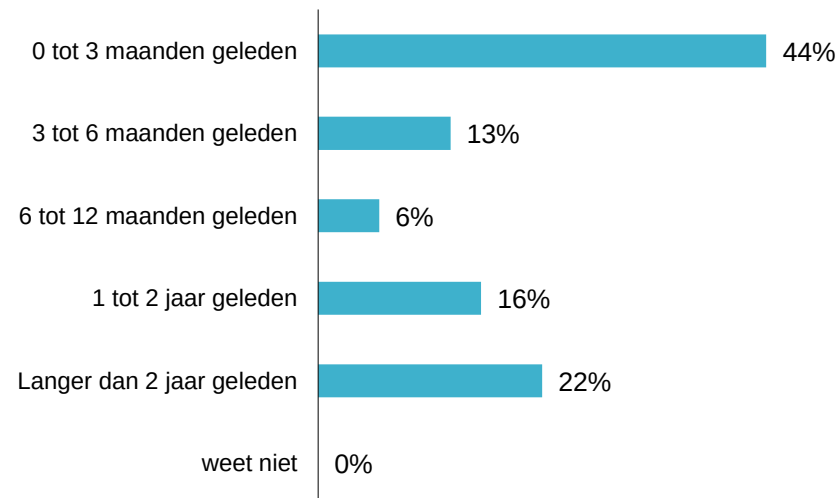


Contact formulier
op website

2%

Geen contact gehad: 26%

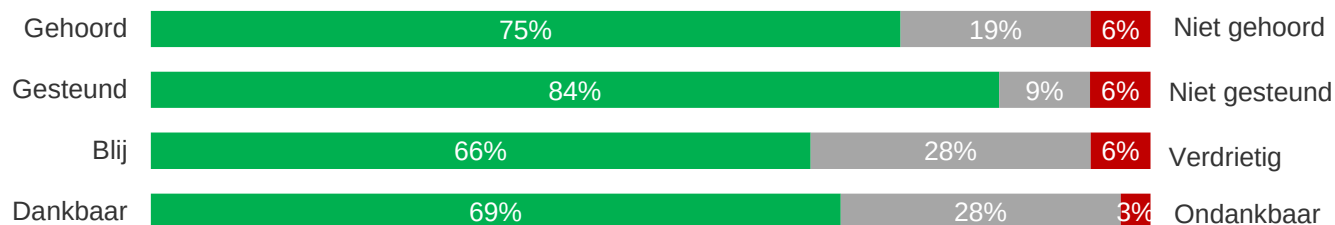
Wanneer contact gehad



Via welk kanaal heeft u voor de laatste keer contact gehad met [kpo]? n=43 / Wanneer heeft dit laatste contact plaatsgevonden? n=32

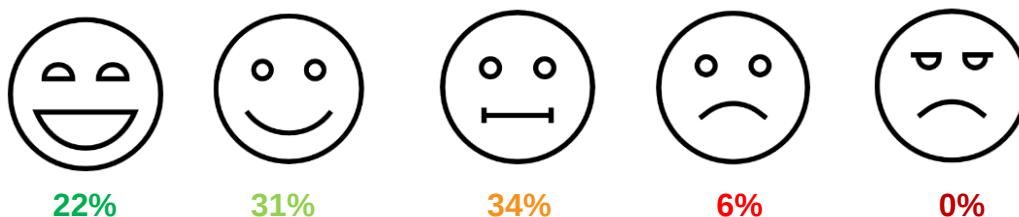
Contact met Stichting Olijf is goed verlopen

Hoe kijkt u terug op het laatste contact?



- Over het algemeen kijkt men met een goed gevoel terug op het laatste contact met de kpo.

Hoe is uw laatste contact verlopen?



- Ruim de helft van de achterban is blij tot blij verrast met het laatste contact. Een enkeling is echt ontevreden met het laatste contact.

Welk gevoel beschrijft het beste hoe u terugkijkt op uw laatste contact? / Wat beschrijft het beste de manier waarop het contact is verlopen? n=32

7

Deelnemers



Deelnemers



Relatie met kpo

49% Lid
26% Donateur
19% Vrijwilliger
2% Bestuurlijke functie
5% Anders

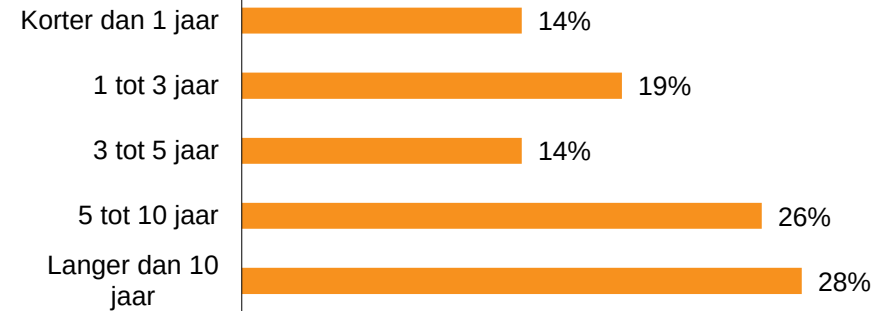


In welke hoedanigheid bent u verbonden aan de kpo?

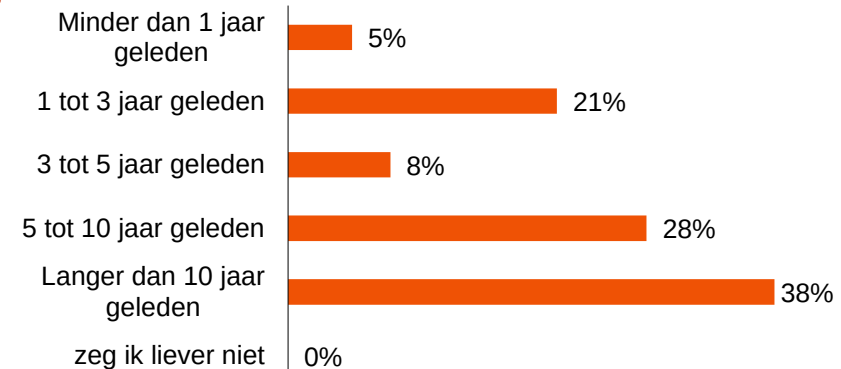
49% Ex-patiënt
47% Patiënt
14% Donateur
5% Nabestaande
2% Naaste
12% Anders



Hoe lang bent u verbonden aan de kpo?



Hoe lang geleden bent u gediagnosticeerd?



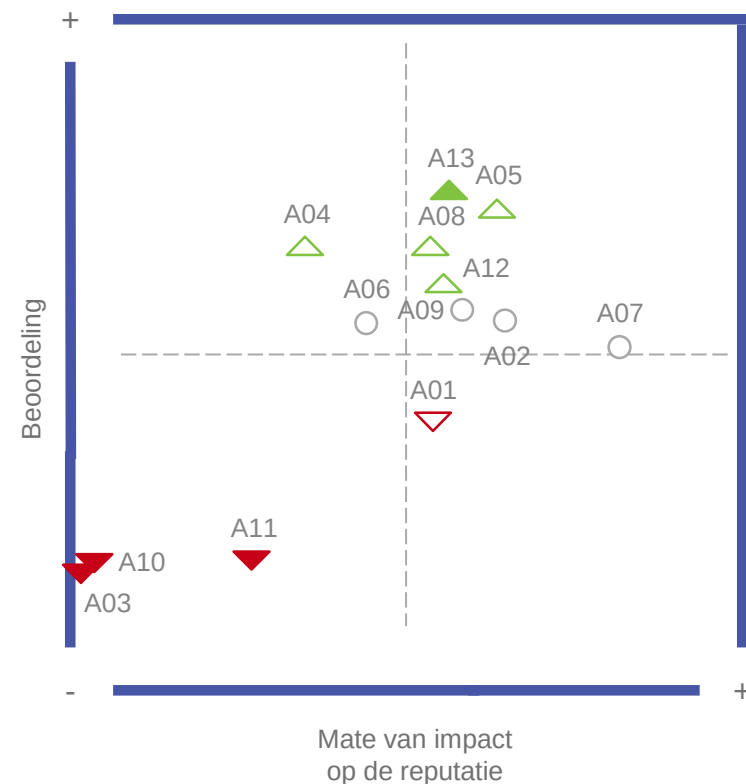
8

Bijlage

Reputatie impact analyse voor Stichting Olijf

Stichting Olijf

- ▼ A01 Tevredenheid - Bereikbaarheid van de organisatie
- A02 Tevredenheid - Goede informatievoorzieningen
- ▼ A03 Tevredenheid - Zichtbaarheid van de organisatie
- △ A04 Tevredenheid - Belangenbehartiging voor alle patiënten
- △ A05 Tevredenheid - Vriendelijkheid medewerkers
- A06 Tevredenheid - Deskundigheid medewerkers
- A07 Tevredenheid - Betrouwbare informatie
- △ A08 Tevredenheid - Faciliteren van lotgenotencontact
- A09 Tevredenheid - Zet zich in voor de beste zorg voor patiënten
- ▼ A10 Tevredenheid - Helpt bij de keuze voor de beste zorg
- ▼ A11 Tevredenheid - Samenwerking met andere patiëntenorganisaties
- △ A12 Tevredenheid - Organiseren van contactdagen/regiodagen voor lotgenoten
- ▲ A13 Tevredenheid - Luistert naar patiënten



▼ Sterk onder gemiddeld ▼ Onder gemiddeld ○ Gemiddeld △ Boven gemiddeld ▲ Sterk boven gemiddeld