



Uitvoeringsorganisatie  
Bedrijfsvoering Rijk  
Ministerie van Binnenlandse Zaken en  
Koninkrijksrelaties

## Antwoord op de subgunningscriteria

UBR|HIS

**Bezoekadres**  
Rijkskantoor Beatrixpark  
Wilhelmina van Pruisenweg 52  
2595 AN Den Haag

Postbus 20011  
2500 EA Den Haag

Bijlage

4

Kenmerk

Klantcontactcentrum Coronavirus-apps - 201865006.025.088

## 1. Subgunningscriteria

### Let op

*Zorg dat de beantwoording anoniem is. Oftewel, de beantwoording is niet herleidbaar naar Inschrijver.*

Voeg uw beantwoording per subgunningscriterium als losse bijlage toe aan uw Inschrijving.

Houd hierbij de volgende bestandsnamen aan:

<b>Uw beantwoording op</b>	<b>Bestandsnaam</b>
Subgunningscriterium kwaliteit 1: Plan van aanpak	Bijlage 4.1 - Antwoord op subgunningscriterium 1
Subgunningscriterium kwaliteit 2: Planning	Bijlage 4.2 - Antwoord op subgunningscriterium 2
Subgunningscriterium kwaliteit 3: Innovatie	Bijlage 4.3 - Antwoord op subgunningscriterium 3

### **K3 Subgunningscriterium kwaliteit 3: Innovatie**

Vanaf het moment dat de Helpdesk operationeel is, starten wij met het continu verbeteren van de dienstverlening. Wij streven naar de optimale balans tussen een hoge tevredenheid van de Gebruikers enerzijds, en een zo efficiënt mogelijke contactafhandeling anderzijds. Dit doen we door voortdurend te leren van de resultaten die we neerzetten. Door data te verzamelen en deze gericht te analyseren zijn wij in staat in een kort tijdsbestek aanpassingen ter verbetering door te voeren. Hiertoe hebben wij een aantal vernieuwende dienstverleningsconcepten voor VWS geselecteerd die direct inzetbaar zijn en concreet bijdragen aan de doelstellingen van de opdracht. Deze concepten maken integraal onderdeel uit van het aangeboden all-in tarief. Hieronder beschrijven wij deze concepten voor u. De dienstverleningsconcepten vallen in 2 categorieën:

- Processen en systemen om de gebruikerstevredenheid te verbeteren door:

- Brand monitor
- Reviews App Store en Google Play
- Gebruikerstevredenheid nav het contact met de Helpdesk
- DigiQM
- Verbeterloop FAQ

- Processen en systemen om de efficiency te verbeteren:

- Team Performance Dashboard in PowerBI
- Advanced Data analytics
- Bereikbaarheidsoptimalisatie bij extreme drukte

#### **Processen en systemen om de gebruikerstevredenheid te verbeteren**

##### De Brand Monitor

Met de inzet van een Brand Monitor krijgen wij inzicht in de reacties op, en de reputatie van de CoronaMelder app. De Brand Monitor verzamelt data van verschillende bronnen als social media, nieuwssites, forums, maar mogelijk ook print, radio en tv. We zien hoeveel er online gepraat wordt over de CoronaMelder app, wat er gezegd wordt en wat het sentiment is. Zo kunnen wij bijvoorbeeld inzichtelijk maken welke woorden vaak geassocieerd worden met de app, maar ook welke berichten of nieuwsartikelen veel bereik hebben en dus de publieke opinie wellicht beïnvloeden.

Tevens is het mogelijk realtime alerts in te stellen wanneer bepaalde risico's snel ondervangen moeten worden. Denk hierbij bijvoorbeeld aan zorgen over privacy of storingen. De inzichten vanuit de Brand Monitor zijn zeer goed te gebruiken om de communicatie rondom de CoronaMelder app vorm te geven. Dit stelt VWS in staat proactief te acteren op bepaalde berichten met veel bereik of risico. Wij stellen wekelijks een rapportage voor VWS op. Wanneer wij zien dat de volumes en de risico's toenemen verhogen wij de frequentie. Onderaan de pagina vindt u een indruk van de Brand Monitor bij Figuur 1 en 2.

##### Reviews App Store en Google Play

Op weebasis verzamelen wij de feedback van de Gebruikers vanuit de App Store en Google Play. Hiermee krijgen wij samen inzicht in de tevredenheid m.b.t. het gebruik van de CoronaMelder app en bijbehorende service zoals de helpdesk.

Voor zowel de Brand Monitor als de Reviews geldt dat wij een feedbackloop willen inrichten met de Social Media afdeling van VWS. Via Social Media zullen ongetwijfeld berichten komen die van belang zijn voor onze dienstverlening. Hiermee kunnen wij onze dienstverlening verder verbeteren. Tevens draagt dit bij aan een eenduidige communicatie over alle contact kanalen naar de Gebruikers.

##### Gebruikertevredenheid (GTV) naar aanleiding van het contact met de helpdesk

Meer dan 90% van onze Opdrachtgevers kiest ervoor de tevredenheid van haar klanten te meten via een onafhankelijk onderzoek. Wij hebben ruime ervaring met verschillende aanbieders hiervan in de markt. Voor de Overheid werken wij met KCM Survey. De tevredenheid over de dienstverlening van bijvoorbeeld de Rijksoverheid meten wij per kanaal, na ieder contact. Het onderzoek wordt zowel in het Nederlands als in het Engels aangeboden. Dit geeft ons inzicht in wat er goed gaat en wat er nog beter kan als het gaat om servicebeleving, de geleverde kwaliteit van een product of dienst, de communicatie, de Adviseurs, de bereikbaarheid en andere te onderzoeken variabelen.

Met KCM Survey vragen wij de tevredenheid per kanaal uit. Dit werkt als volgt:

- *Telefonie*: Direct na het gesprek wordt gevraagd deel te nemen aan het tevredenheidsonderzoek en de verbinding niet te verbreken. De beller krijgt vervolgens via de IVR een beperkt aantal

vragen die hij/zij d.m.v. het intoetsen van een cijfer beantwoordt. De response hierop is gemiddeld 11%. Het is ook mogelijk om de tevredenheid over het gesprek achteraf via een e-mail uit te vragen. Wij raden dit echter af omdat de respons hierop een stuk lager is (maximaal 7%).

- *E-mail en Chat*: Hier bieden wij het onderzoek aan via een link in het antwoord. Bij Chat wordt de link geplaatst in de conversatie. Door te klikken op de link komt men terecht op de landingspagina van KCM Survey. De vragen worden gesteld via een online formulier. De respons hierop is gemiddeld 7% tot 9%.

Het inrichten van het onderzoek doen wij in actieve samenwerking met VWS. Wij adviseren om maximaal 7 vragen te stellen, dit volstaat om een goed beeld te krijgen van de tevredenheid. Bij de eerste 5 vragen verzoeken wij de Gebruiker een score te geven op basis van een vijfpuntschaal. De laatste twee vragen zijn gesloten vragen die beantwoord worden met een "ja" of "nee". Wij raden aan te kiezen voor een vijfpuntschaal om uniformiteit te creëren tussen de kanalen: een tienpuntschaal is namelijk niet toepasbaar bij het uitvragen via de IVR voor het telefonie kanaal. Bij aanvang van de samenwerking initiëren wij een sessie om onder andere de volgende onderwerpen nader met u af te stemmen: Aantal en aard van de vragen per kanaal, talen, look en feel op de landingspagina van het online onderzoek, inrichting rapportage en dashboard etc.

De uitkomsten van het onderzoek geeft KCM als volgt weer:

- Totalscore dienstverlening
- Scores per kanaal en per taal
- Scores per vraag
- Scores Adviseur
- Scores per dag, week, maand, jaar

VWS krijgt toegang tot een online portaal met een realtime overzicht (KCM-dashboard) van de hierboven genoemde uitkomsten. In het dashboard is het mogelijk om per kanaal, per vraag en per (geanonimiseerde) Adviseur in te zoomen op detailinformatie. Daarnaast zijn trends inzichtelijk en is direct zichtbaar of er sprake is van verbetering of achteruitgang.

De data vanuit de Brand Monitor, Reviews en de KCM Survey verzamelen wij en dient als input voor het continu verbeterproces. De verbeterpunten die hieruit voortkomen delen met VWS.

#### Kwaliteitsmonitoring via DigiQM

Om zicht te hebben op de kwaliteit van de Adviseurs monitoren wij de werkzaamheden continu aan de hand van Quality Monitoring (QM). Dit proces is kort beschreven bij K1. Om de monitoring efficiënter in te richten, hebben wij dit proces grotendeels gedigitaliseerd met het zelfontworpen DigiQM. Het geautomatiseerde proces is volledig geïntegreerd in een online platform, waardoor de administratie rondom het QM en coaching proces volledig is gedigitaliseerd en multi device te gebruiken is. Papieren QM-formulieren en coaching verslagen zijn daarmee overbodig, we besparen hierdoor veel tijd. DigiQM faciliteert het volledige kwaliteitsmonitoringsproces met een hogere efficiency en kwaliteit als resultaat.

*Onze ervaring met DigiQM bij een van onze opdrachtgevers in de overheidssector is dat we 30% efficiency winst behalen in de voorbereiding van de gesprekken (het bij elkaar zoeken van informatie) en het invoeren van de (QM) formulieren.*

#### Verbeterloop FAQ

De Adviseur beantwoordt de vraag met behulp van de FAQ die is geïntegreerd in het Elektronisch Registratie systeem (beschreven in K1). Indien een vraag van de Gebruiker niet beantwoord kan worden met behulp van de FAQ, omdat het antwoord niet is opgenomen, registreert de Adviseur de vraag in het Elektronisch Registratiesysteem. Meerdere malen per worden deze vragen geanalyseerd door de Kennisbeheerder en op de sFTP server geplaatst zodat VWS deze vragen kan beantwoorden.

Zodra VWS een antwoord heeft geformuleerd en geretourneerd, verwerken wij deze binnen 1 werkdag in de FAQ. VWS is verantwoordelijk voor het updaten van de FAQ in de app en op de website. Hierdoor worden nog meer vragen hierover via de helpdesk voorkomen.

#### Processen en systemen om de efficiëntie van de dienstverlening te verbeteren

Een stabiele basis (bestaande uit: kwalitatieve Adviseurs, flexibiliteit, continuïteit en een op COPC gebaseerde procesvoering) is essentieel en vormt de fundering voor de dienstverlening aan VWS. Inschrijver hanteert inzicht, procesoptimalisatie en kwaliteit als drivers binnen de organisatie. Inschrijver heeft hiervoor een formele leidraad ontwikkeld, de Way of Working (WoW).

De WoW is volledig op COPC gebaseerd en beschrijft de procesinrichting, uitgangspunten, verantwoordelijkheden en organisatie waarmee wij ieder project beheersen. Om een volledig inzicht te krijgen in de efficiency van de dienstverlening en deze continu te verbeteren zet Inschrijver de volgende additionele processen en systemen in.

#### Team Performance Dashboard in Power BI (TPD, equivalent van de COPC Table F)

Inschrijver gebruikt het Team Performance Dashboard (TPD) in Power BI als sturingsrapportage van haar volledige dienstverlening aan VWS. Voordelen van het werken met deze rapportage zijn:

- Alle relevante (K)PI's voor de dienstverlening zijn opgenomen in één overzicht. Hierdoor hebben alle betrokkenen inzicht in dezelfde gegevens en kunnen zij hiermee de processen besturen;
- De cijfers zijn opgenomen op weekniveau: hiermee wordt voorkomen dat continu op microniveau naar de cijfers wordt gekeken. Daarvoor zijn immers de detailrapportages bestemd;
- Doordat er meerdere weken achter elkaar staan, zijn trends duidelijk waar te nemen; zo worden problemen onderkend voordat prestaties daadwerkelijk onder norm raken;
- Alle gegevens staan onder elkaar, zodat correlaties beter zichtbaar zijn. Door bijvoorbeeld servicelevel, behandeltijd en accuratesse van de prognose gezamenlijk te analyseren, worden oorzaken van problemen veel sneller gevonden.

Bij Figuur 3 geven wij een screenshot weer van een op maat ingerichte TPD.

Het analyseren van TPD op oorzaken van bijvoorbeeld onderprestaties, is onderdeel van het continu verbeterproces. Hiermee bewerkstelligen wij de structurele doorvoering van verbeteringen en meting van de daadwerkelijke resultaten van ingezette oplossingen voor een bepaald probleem.

#### Advanced Data analytics

Naast het bewaken van de kwaliteit door actieve monitoring, is de kwaliteitsbeleving van de gebruiker bepalend voor de wijze waarop wij onze kwaliteitsprocessen inrichten. De beleving van de gebruiker op dit vlak komt tot uiting in de cijfers van het KCM Survey. Door verbanden te leggen tussen de verschillende cijfers (resultaten QM, GTV en AHT) ontstaan waardevolle nieuwe inzichten waarmee we de dienstverlening verder kunnen verbeteren en ontwikkelen. We denken hierbij o.a. aan:

- Het koppelen van individuele GTV cijfers aan individuele monitoringsresultaten, dit maakt inzichtelijk of de gehanteerde kwaliteitscriteria nog steeds de juiste zijn vanuit gebruiker perspectief waardoor we samen met VWS kunnen bepalen of deze criteria aangepast dienen te worden;
- Het koppelen van individuele GTV cijfers aan individuele AHT cijfers, dit maakt inzichtelijk hoe de gebruiker reageert op lage of hoge AHT's waardoor er gericht gecoacht kan worden op gesprekstechnieken;
- Het koppelen van individuele monitoringsresultaten aan individuele AHT cijfers, dit maakt inzichtelijk welke onderdelen van het gesprek de Adviseur beter kan voeren waardoor we ook hier gericht op kunnen coachen;
- Het koppelen van GTV cijfers aan de verschillende contactredenen, dit maakt inzichtelijk of wij het juiste antwoord geven vanuit de FAQ waardoor we de FAQ continu kunnen verbeteren.
- Het koppelen van de AHT aan de verschillende contactredenen, dit maakt inzichtelijk welke onderwerpen veel tijd kosten en mogelijk moeilijk te beantwoorden zijn voor de Adviseur.

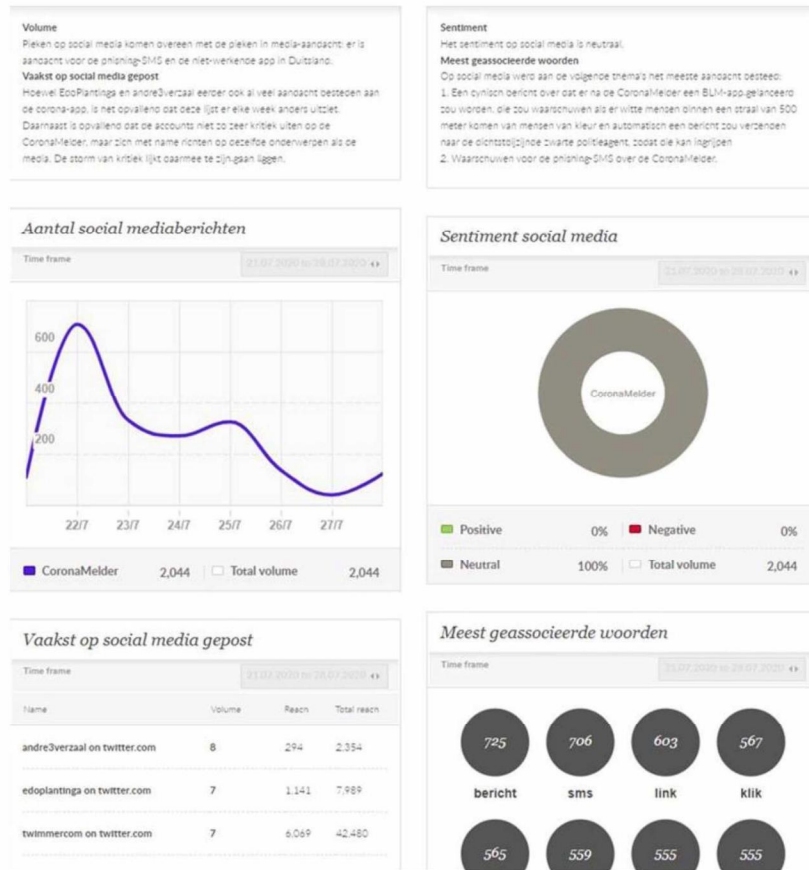
#### Optimale bereikbaarheid door reguleren klantcontacten bij extreme drukte

Om de bereikbaarheid bij onverwachte plekdruk te garanderen bieden wij de mogelijkheid om een aantal modules in onze Interactive Voice Response-systeem (IVR) te activeren.

- Afspelen van informatie over de app of storingen in de IVR in plaats van wachtmuziek. Op deze manier kunnen we direct inspelen op issues/storingen waarvoor veel gebruikers (tegelijkertijd) bellen.
- Klanten in de IVR de mogelijkheid geven om op een later tijdstip teruggebeld te worden bij drukte aan de telefoon.

Tijdens de implementatie periode worden in overleg met VWS een aantal te verwachten scenario's klaargezet. Wanneer deze nodig zijn, zijn deze binnen enkele minuten te activeren.

Figuur 1



Figuur 2

### Uitleg pagina 3

**Meest invloedrijke nieuwsartikelen**  
Deze stream is gesorteerd op nieuwsartikelen met het grootste bereik.

**Laatste social mediaberichten**  
De laatste tweets over de CoronaMelder zijn hier af te lezen.

---

### Meest invloedrijke nieuwsart...

Sort by: Posting date 21-07-2020 to 26-07-2020

18 hours ago  
**Corona-app komt op 1 september in de downloadstores**  
ENKHUIZEN - Achter de schermen wordt hard gewerkt aan de **coronavirus-app CoronaMelder**. Deze app... **CoronaMelder** werkt in  
Enkhuizen Actueel on 0020.nl  
93.122

18 hours ago  
**Invoering Corona Melder in Noord-Brabant gepland op 1 september**  
... handen te wassen. Lees meer over Corona Melder op of de  
schermen wordt hard gewerkt aan de **coronavirus-app** Corona Melder.  
José Van Hees on rhorizon.nl  
103

18 hours ago  
**Invoering CoronaMelder in Noord-Holland gepland op 1 september**  
Den Haag, 28 juli 2020 - Achter de schermen wordt hard gewerkt aan  
de **coronavirus-app** CoronaMelder. Deze app, die mogelijk per 1  
nla on notnieuis.nl  
1.004

1 2 3 4 5 6 7 8

### Laatste social mediaberichten

Sort by: Posting date 21-07-2020 to 26-07-2020

15 hours ago  
Ontwikkelaar **corona-app** opnieuw in opspraak, overheid behoudt  
vertrouwen via @nbvl...  
vanoezandevibes on twitter.com  
17

15 hours ago  
Ontwikkelaar **corona-app** opnieuw in opspraak,  
overheid behoudt vertrouwen .  
novl on twitter.com  
39.733

15 hours ago  
RT @Nieuwsblad\_be: Ontwikkelaar **corona-app** opnieuw in opspraak,  
overheid behoudt vertrouwen https://...  
CCTIen on twitter.com  
105

15 hours ago  
@frankmeeuwssen Dat is de nieuwe **Corona App** ... profiel data  
verzamelen via FB  
boerseeder on twitter.com  
1.031

15 hours ago  
RT @Ljoemyndun: An app a day keeps the doctor away; over de  
beruchte **Corona-app**. De slide en mijn...  
ljoesmit on twitter.com

Figuur 3

		CALL																							
Jaar	2020																								
Maand	3																								
Jaar/Woek	202010	202011					202012					202013													
	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Total	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Total	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Total	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Total	
Aangeboden calls	968	853	813	740	663	4037	854	858	859	1265	1443	5329	1052	1593	1278	900	760	5663	1043	1013					
Aangenomen calls	927	815	781	721	640	3892	833	874	823	1082	732	4364	254	810	803	792	649	3316	731	748					
Forecast	857	722	737	710	611	3644	910	720	737	682	432	3681	1271	916	1023	827	829	5195	756	657					
Misslag forecast %	13.2%	18.0%	10.3%	3.4%	8.5%	16.8%	-5.1%	21.7%	16.6%	85.5%	128.3%	44.8%	-17.2%	38.1%	21.8%	5.7%	-8.2%	3.8%	32.7%	54.2%					
Abandonment %	4.2%	4.6%	3.9%	2.6%	2.3%	3.6%	3.6%	2.7%	4.2%	14.5%	49.3%	18.9%	75.9%	49.7%	37.2%	19.2%	14.6%	41.4%	29.9%	26.2%					
Antwoordeenhoud	27	20	25	20	21	23	32	28	26	144	1129	242	2689	893	361	136	87	510	269	225					
Service level %	79.1%	77.6%	79.0%	80.7%	79.2%	76.1%	70.4%	72.8%	75.2%	38.4%	5.1%	43.3%	4.1%	5.2%	12.7%	44.1%	48.7%	19.8%	20.4%	23.3%					
AHT	497	420	394	396	390	402	417	385	394	355	382	385	366	402	393	398	412	398	731	412					
TALK	353	366	348	339	338	356	369	329	342	289	327	329	293	287	278	286	295	289	288	325					
HOLD	5	4	5	6	5	6	1	10	11	9	12	9	19	32	48	48	43	41	30	6					
ACW	50	49	42	51	42	47	47	46	41	57	43	47	54	73	69	64	74	69	403	61					
Available tijd in uren	22.63	21.35	25.27	22.87	19.78	111.30	19.98	19.93	22.88	19.78	3.26	76.81	3.81	1.44	2.41	18.00	9.93	35.99	6.51	7.21					
Interactieve tijd in uren	184.32	94.69	85.96	79.29	70.24	434.11	95.43	93.72	90.20	100.93	78.91	465.20	40.42	91.16	87.46	88.17	74.62	381.83	149.93	86.36					
Productieve tijd in uren	156.26	116.64	110.83	102.18	90.02	545.41	115.41	113.66	113.08	117.89	82.17	342.81	44.23	92.61	89.88	106.17	84.34	417.43	195.95	93.97					
Occupancy %	82.6%	81.6%	77.2%	77.6%	73.8%	79.6%	62.7%	62.6%	79.8%	90.9%	94.0%	85.9%	91.4%	98.4%	97.3%	83.1%	82.3%	91.5%	96.6%	92.9%					
Algemeentel call per uur	7.34	7.62	7.95	7.66	7.20	7.34	7.22	7.69	7.28	9.19	8.91	8.01	5.74	8.83	6.93	7.46	7.60	7.94	4.70	7.99					
Logging %	97.6%	96.1%	96.3%	96.7%	97.8%	96.9%	97.5%	97.7%	98.5%	95.9%	95.2%	97.0%	96.1%	94.8%	95.3%	94.7%	95.8%	95.2%	95.9%	94.8%					
BTO 720 %	87.69%	88.97%	87.04%	88.68%	88.32%	87.28%	87.23%	84.33%	94.17%	87.96%	73.13%	86.44%	81.25%	78.38%	84.62%	88.12%	81.89%	83.51%	75.38%	84.21%					
BTO 600 %	1.00%	2.94%	3.79%	1.89%	2.11%	2.84%	0.71%	3.73%	0.83%	5.47%	7.46%	3.22%	6.20%	6.91%	6.77%	4.90%	5.63%	6.69%	16.38%	6.21%					
BTO Score	4.44	4.48	4.44	4.58	4.62	4.47	4.41	4.31	4.90	4.42	4.31	4.38	4.20	4.12	4.32	4.30	4.30	4.29	4.42	4.17					
BTO Respondenten	128	136	108	106	95	573	141	134	128	128	67	590	32	74	104	101	71	382	65	76					