

“Met de verbeterpunten zijn we direct aan de slag gegaan”

Eind 2009 heeft RKC WAALWIJK onder sponsors een klanttevredenheidsonderzoek gehouden. Het onderzoek werd kosteloos uitgevoerd door Management Instituut Nederland. Het in Waalwijk gevestigde bedrijf, dat o.a. voor de gehele Jupiler League werkt, bundelde de resultaten vervolgens in een rapport, dat een goed beeld geeft van hoe sponsors tegen RKC WAALWIJK en de door de club geboden faciliteiten aankijken. “Sommige sponsors hebben aangegeven dat zij het geen goed moment vonden voor een dergelijk onderzoek, aangezien RKC WAALWIJK op dat moment middenin een financiële en sportieve malaise zat”, zegt directeur Justin Goetzee van RKC WAALWIJK. “Wij zijn van mening dat dit juist een goed moment is, omdat je dan de meeste kritiek en feedback naar boven krijgt en daar kunnen wij als organisatie dan weer pro-actief op inspelen.” “Hoewel het slechts een eenvoudige meting betrof, is de betrouwbaarheid met 95 procent hoog te noemen”, zegt directeur Frank van Delft van Management Instituut Nederland. “Feit dat RKC WAALWIJK überhaupt een onderzoek laat uitvoeren geeft al een belangrijk signaal af naar de sponsors. Het laat hen merken dat ze er toe doen en dat ze belangrijk worden gevonden.” Uiteraard heeft het houden van een klantte-

vredenheidsonderzoek louter zin als met de resultaten aan de slag wordt gegaan. Een aantal van de punten waar wat betreft de sponsors van RKC WAALWIJK aan gewerkt kan worden: het organiseren van meer netwerkactiviteiten, variatie in het buffet van de RABO Lounge en de hapjes, het schenken van andere wijnen en verbetering van het interieur van de businessruimten alsmede een meer klantvriendelijkere houding van het parkeerpersoneel en een duidelijkere indeling van het parkeerterrein. “Hoewel de sponsors over het algemeen hebben aangegeven tevreden of zelfs zeer tevreden zijn over RKC WAALWIJK en onze faciliteiten, zijn we met de verbeterpunten direct aan de slag gegaan”, aldus Goetzee. “Zo hebben we inmiddels al een wijnproeverij met enkele sponsors georganiseerd en gaan we parkeerterrein P1 deze zomer belijnen. Het interieur van de diverse businessruimtes zal hoogst waarschijnlijk binnen een jaar worden aangepakt. Daarnaast ontvangen sponsors op korte termijn een uitnodiging voor een netwerkbijeenkomst. Om te toetsen of de verbeteringen ook als zodanig worden ervaren, gaan we in de nabije toekomst nogmaals een dergelijk onderzoek laten uitvoeren.”

Management Instituut Nederland

Management Instituut Nederland is een innovatieve organisatie met als missie het ontzorgen van organisaties in onderzoek- en veranderprocessen. Dit ontzorgen wordt ingezet voor de vakgebieden Marketing, HRM en Inkoop. Bovendien is zij het eerste en enige bureau van Nederland wat werkt met een volledig in eigen beheer ontwikkeld en gepatenteerd dashboard voor onderzoek genaamd NarrowCoach. De organisatie is verder simpel en logisch opgedeeld in drie pijlers; onderzoek, advies en implementatie, die gezamenlijk veel synergie opleveren voor de klant en haar markt.

Management Instituut Nederland werkt voor zowel grote als kleine, profit en non-profit organisaties. Bekende namen zijn o.a. Arcadis, Oce, DONG Energy en Akzo.

Website: www.managementinstituut.nl

