



Belangrijkste learnings vanuit klantonderzoek winter 2011/2012

Onderzoek naar sentiment en kennis onder klanten in het kader van de winter.

Veldwerk uitgevoerd voor de winter: november 2011 onder 2400 klanten

Na de winter: maart 2012 week onder 2724 klanten.

Tijdens aangepaste dienstregeling: vrijdag 3-2 onder 1681 klanten, maandag 6-2 onder 1486 klanten en donderdag 9-2 onder 1309 klanten.



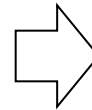
Learnings klantonderzoek maart 2012

Anticiperen

LEARNINGS

Anticiperen: bekend, acceptatie hoog maar neemt af

- De meeste klanten (81%) weten dat NS kan anticiperen bij extreem weer door een aangepaste dienstregeling in te zetten.
- De inzet van een aangepaste dienstregeling door NS wordt de meeste klanten (81%) geaccepteerd.
- De consequenties van een aangepaste dienstregeling worden ook geaccepteerd, met uitzondering van:
 - Ondanks aangepaste dienstregeling alsnog verstoringen (71% niet acceptabel)
 - Drukkere/vollere treinen (49% niet acceptabel)
- Naarmate de inzet van de aanpassing langer duurt wordt de acceptatie lager (acceptatie ma 6 feb naar don 9 feb -10%).

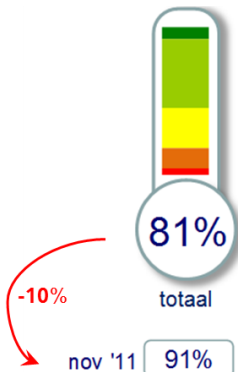


AANBEVELINGEN

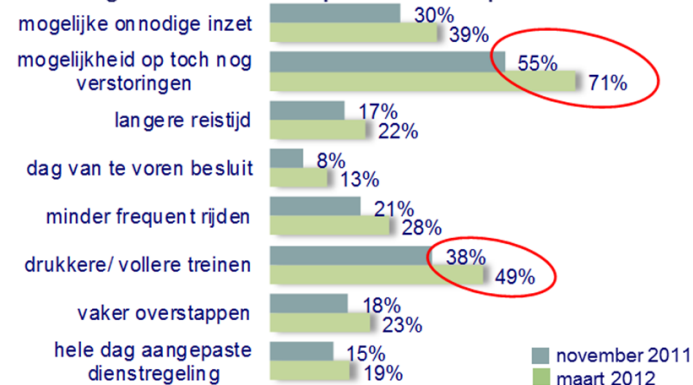
Anticiperen: kennis op peil houden, duidelijk over verwachtingen

- Hou kennis van klanten op peil m.b.t. de mogelijke inzet van een aangepaste dienstregeling.
- Wees duidelijk over de mogelijkheid op alsnog verstoringen, hierbij is het managen van de verwachtingen het belangrijkste.
- Drukkere/ vollere treinen zoveel mogelijk beperken.

Meeste klanten accepteren de inzet van een aangepaste dienstregeling door NS



Percentage klanten dat consequentie niet acceptabel vindt



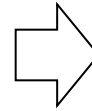
Learnings klantonderzoek maart 2012

Informeren

LEARNINGS

Informeren: vooraf persoonlijk informeren heeft positief effect

- NS is goed in staat geweest klanten bij een aangepaste dienstregeling te informeren (ma 6-2 94% klanten op de hoogte)
- Het vooraf informeren van klanten heeft een positieve invloed op ervaring en eendoordeel.
- Klanten die vooraf geïnformeerd zijn ervaren ook meer handelingsperspectief (*door de informatie die NS mij geeft ben ik staat mijn eigen plan te trekken*).
- Klanten die via persoonlijke media (email en sms) geïnformeerd zijn hebben een hoger oordeel over de prestatie van NS.
- Meest bekende NS informatiemiddelen zijn: NS.nl (91%), e-mail (69%) en sms-alert (41%).

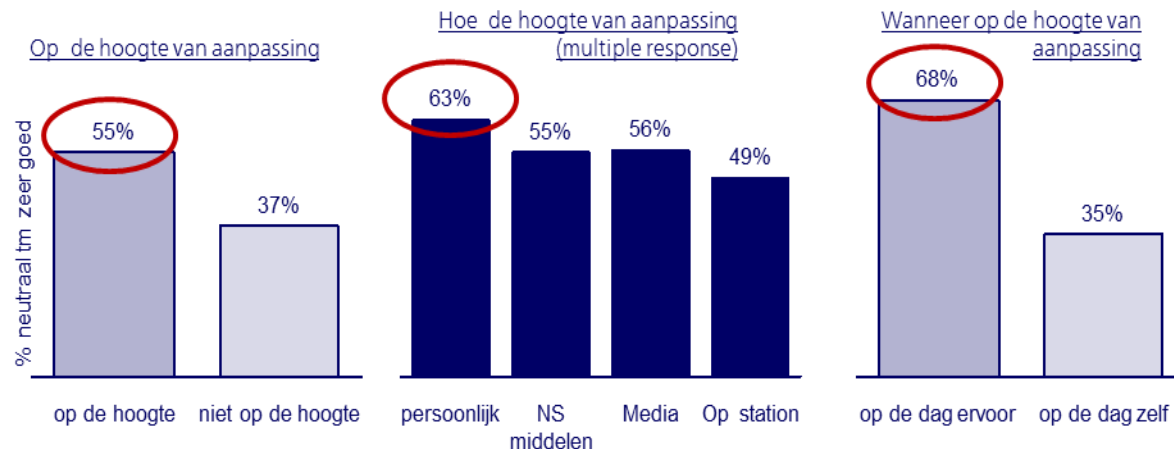


AANBEVELINGEN

Informeren: handelingsperspectief bieden door vooraf te informeren.

- Informeer klanten zo lang van te voren dat ze nog hun eigen plan kunnen trekken. Dit is in veel gevallen een dag van te voren. Op de dag zelf kun je nooit vooraf iedereen bereiken.
- Zet persoonlijke informatiemiddelen in (email en SMS) bij aangepaste dienstregeling, dit zorgt voor meer waardering.
- Verbeter de stabiliteit van NS.nl, deze site is cruciaal voor de informatievoorziening en handelingsperspectief van onze klanten.

Invloed van communicatie op mening over prestatie van NS**



** Mening neutraal tot en met zeer goed; neutraal tot en met helemaal eens.
Tijdens aangepaste dienstregeling (3-9 feb 2012) door iedereen die heeft gereisd.



Learnings klantonderzoek maart 2012

Presteren en waarderen

LEARNINGS

Presteren en waarderen: negatieve ervaring heeft sterk effect op eendoordeel winter.

- Voorspelbaarheid wordt beter beoordeeld
 - Vrijdag 3 februari werden klanten op de dag zelf geïnformeerd, 69% was ontevreden over prestatie NS.
 - Maandag 6 februari was 85% van de klanten een dag van te voren op de hoogte, 31% was ontevreden over prestatie NS.
- Negatieve ervaring heeft veel impact op het eendoordeel over de prestatie van NS deze winter. De ervaring van reizende klanten van 3 februari werkt negatief door in het oordeel over de prestatie van NS tijdens de winter.
- De negatieve perceptie van de prestatie van NS tijdens de aangepaste dienstregeling zorgt bij klanten die niet hebben gereisd voor een lager oordeel dan voor klanten die wel hebben gereisd.



AANBEVELINGEN

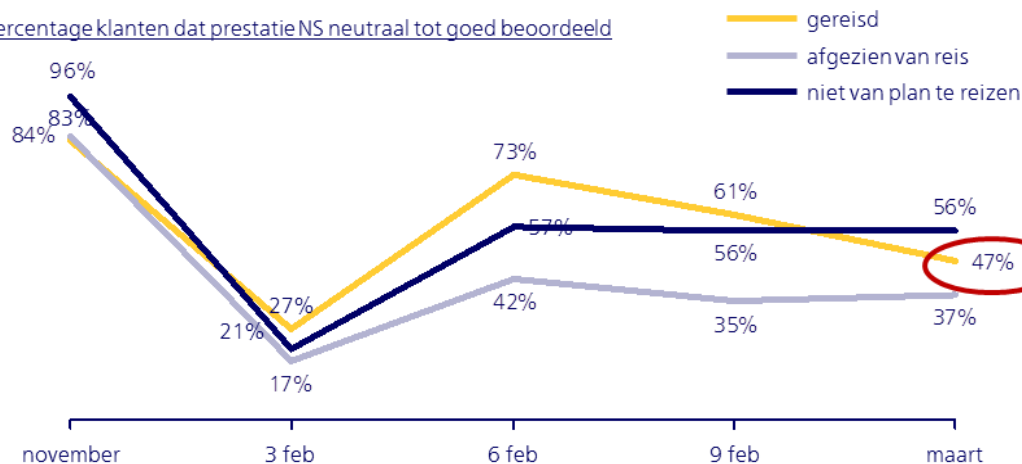
Presteren en waarderen: vooraf besluit vergroot voorspelbaarheid – prestatie blijft belangrijkste

- Besluit zoveel mogelijk vooraf over een eventuele aangepaste dienstregeling. Dit zorgt voor een grotere voorspelbaarheid voor de klant. Lastig dilemma is de balans tussen de acceptatie van het anticiperen en de tijdige inzet.
- Daadwerkelijke prestatie blijft het belangrijkste, zet een zo goed mogelijke prestatie neer op de belangrijkste elementen:
 - Dienstregeling
 - Reisinformatie op het station en in trein (gaat dan met name over informatie over alternatieve route, consequenties en over snelst vertrekkende trein → handelingsperspectief en zekerheid)

Algemeen: klantevaluaties doorzetten.

- Blijf het oordeel en evaluatie van klanten over NS ten tijde van aangepaste dienstregelingen monitoren.

Percentage klanten dat prestatie NS neutraal tot goed beoordeeld



Sentiment en kennis in het kader van de winter maatregelen

- Onderzoek naar sentiment en kennis onder klanten in het kader van de winter.
- Veldwerk uitgevoerd voor de winter: november 2011 onder 2400 klanten en na de winter: maart 2012 week onder 2724 klanten. Centraal in deze rapportage staan de cijfers van na de winter, de evaluatie van onze klanten, cijfers van voor de winter (november) worden ter vergelijking gepresenteerd.
- Onderwerpen: KPI's | Beoordeling NS | Invulling klantbehoeften | Kennis en informatievoorziening | Houding en Begrip



maart 2012



1 | KPI's

De KPI's zijn gebaseerd op het oordeel van klanten die minimaal 1-3 dagen per maand reizen.

Aantal respondenten: n=937 klanten in november 2011, n=1020 klanten in maart 2012 | * meting augustus – milder oordeel door meting in zomer

Prestatie NS deze herfst/winter tot nu toe

	vorig jaar winter meting aug-11*	november '11	maart '12	
Beoordeelt de prestatie van NS deze winter tot nu toe neutraal tot goed	52%	87%	44%	
Beoordeelt de reisinformatie, voorafgaand aan de reis, neutraal tot goed	59%	94%	72%	
Beoordeelt de reisinformatie, tijdens de reis, neutraal tot goed	op het station	50%	80%	48%
	in de trein	50%	75%	55%

Kennis en informatievoorziening

	doelstelling	november '11	maart '12
 Weet dat NS bij extreme weersomstandigheden een aangepaste dienstregeling kan inzetten	60%	82%	89%
 Is bekend met het bestaan van het sms-alert	50%	57%	57%
 Heeft zich aangemeld voor het sms-alert, of heeft de intentie zich aan te melden	20%	46%	45%

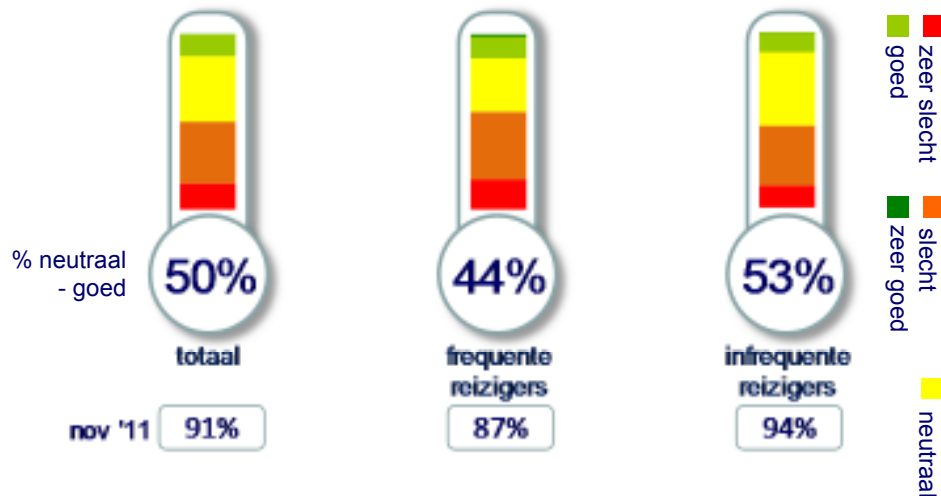
Houding en acceptatie t.a.v. aangepaste dienstregeling

 Staat niet negatief tegenover de eventuele inzet van een aangepaste dienstregeling	75%	86%	77%
Accepteert alle consequenties van de inzet van een alternatieve dienstregeling	-	22%	14%

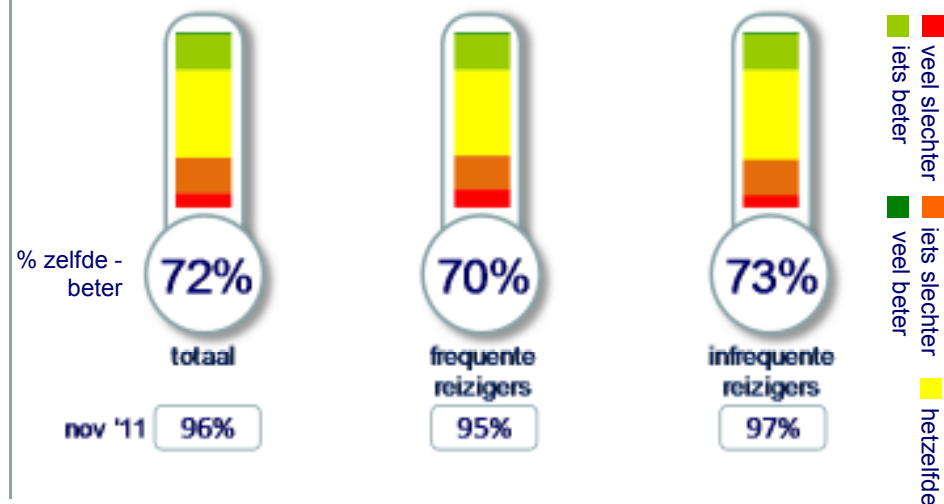


2 | Helft klanten negatief over prestatie NS deze winter

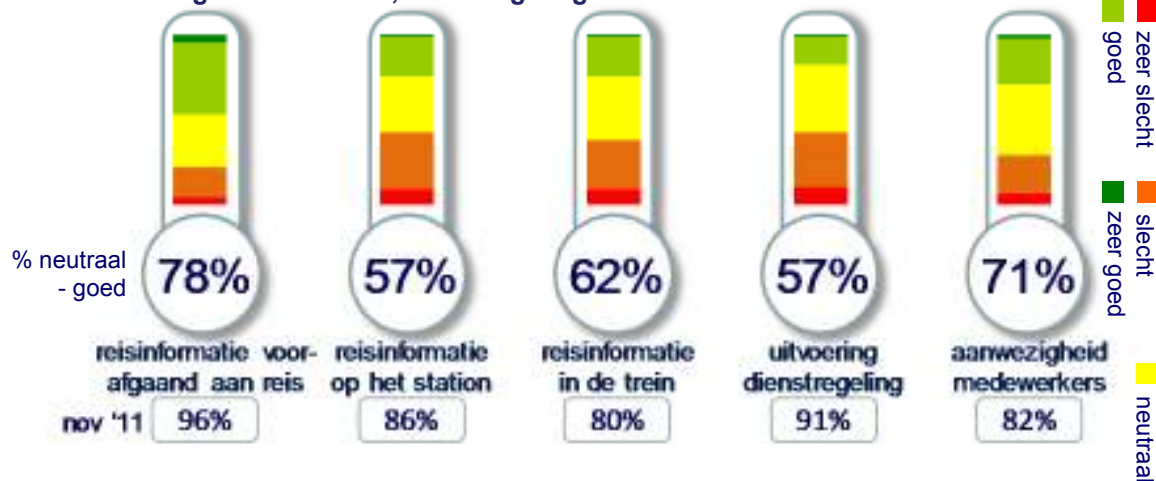
Prestatie NS deze winter (tot nu toe)



Prestatie NS in vergelijking met vorig jaar



Beoordeling reisinformatie, dienstregeling en medewerkers



Onvrede over prestatie NS deze winter

De helft van de klanten is ontevreden over de prestatie van NS deze winter. Onder frequente klanten is dat zelfs nog iets meer.

Meer dan kwart vindt prestatie slechter dan 2011

Hoewel zeven op de tien klanten de prestatie niet slechter vindt dan in 2011, vindt nog steeds iets meer dan een kwart de prestatie (iets) slechter dan in 2011.

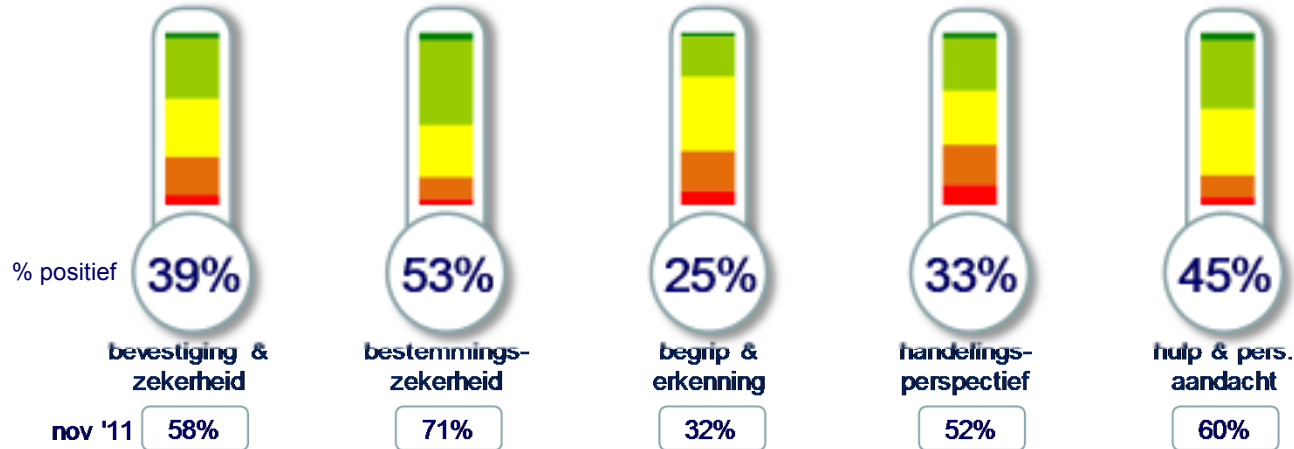
Meeste onvrede over reisinformatie op station en uitvoering dienstregeling

Met name de reisinformatie op het station en de uitvoering van de dienstregeling worden slecht beoordeeld door onze klanten.



3 | Meeste onvrede over handelingsperspectief en begrip

Invulling klantbehoeften door NS



Tonen begrip en erkenning en bieden handelingsperspectief aandachtspunten

Veel klanten voelen zich overgeleverd aan het NS systeem omdat ze bij verstoringen beperkte informatie krijgen. Ook voelen ze zich vaak niet gezien/ gehoord/ begrepen door NS.

Quotes van klanten (bij score negatief en zeer negatief)

Ze zijn te laat met maatregelen en dan laten ze het vervolgens nog dagen doorlopen terwijl er geen sneeuw valt of ijzel is. Alle bonussen inleveren en ook de helft van hun salaris. Ze leveren werk beneden de maat!

ik ben afhankelijk van ns voor woon/werkverkeer. in de winterperiode heb ik veel moeite moeten doen om op mijn bestemming te komen. ik vind gratis koffie niet afdoende

Bij een vertraging of verstoring: je bent aan de goden overgeleverd. Informatie komt uit verschillende hoeken: omroep zegt iets anders dan de informanten.

Heel vaak krijg ik op een klein station (Rotterdam Blaak en Delft Zuid niet de informatie die relevant is. Pas op een groot station krijg ik dan info. Dat ontnemt mij de kans om mijn eigen keuzes te maken: terug naar huis, metro pakken, tram pakken enz. Ik wil direct en helder geïnformeerd worden.

Informatie is beperkt of helemaal afwezig. Soms was de website niet te bereiken, terwijl daar steeds naar toe wordt verwezen.

Dat lijkt me wel duidelijk na de prestaties de afgelopen vorstperiode. Dat geldt overigens niet voor het andere deel van het jaar. Dan heb ik redelijk vertrouwen in NS.

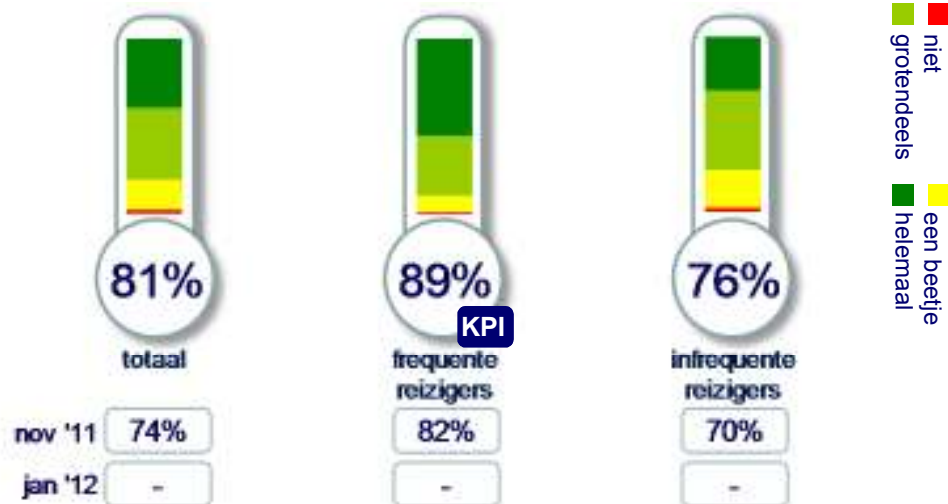
Een woordvoerder geeft ProRail de schuld van vertraging, dat noem ik afschuiven.

Bij stremmingen totaal geen informatie. Medewerkers nergens te bekennen. en het ergst is nog wel dat er een winterdienstregeling wordt gereden terwijl er geen sneeuw meer is en dat allemaal voor de statistieken. De reiziger staat dus letterlijk in de kou



4 | Hoge bekendheid aangepaste dienstregeling

Bekendheid met mogelijke inzet aangepaste dienstregeling



Bekendheid mogelijke inzet aangepaste dienstregeling hoog

Maar liefst acht van de tien klanten weet dat NS de dienstregeling kan aanpassen bij extreme weersomstandigheden. Onder frequente reizigers is dat zelfs bijna negen op de tien.

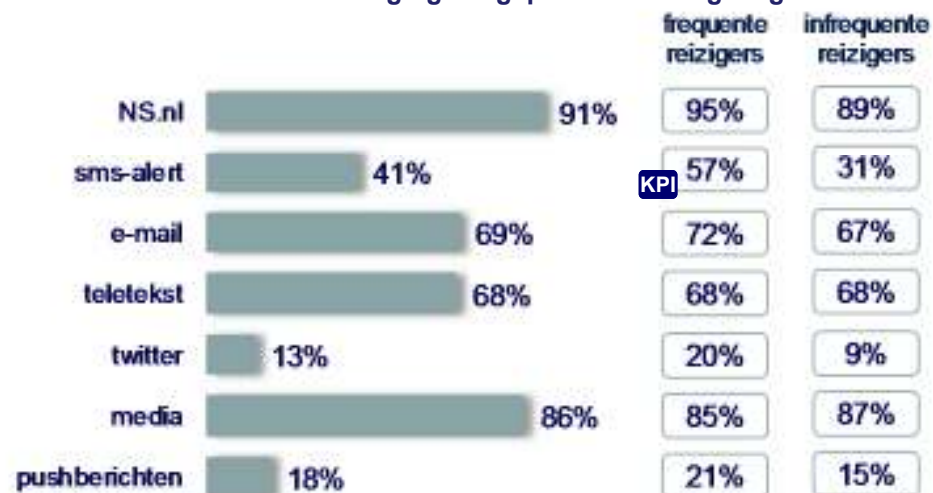
NS.nl het bekendste kanaal

Negen op de tien klanten is bekend met de site van NS. Ook de e-mail die vanuit NS wordt gestuurd geniet bekendheid, bijna zeven op de tien klanten kent deze. Vier op de tien klanten geeft aan het sms-alert te kennen. Dat is bijna zes op de tien onder frequente reizigers.

Veel aanmeldingen sms-alert, verwachtingen niet altijd juist

Iets minder dan 1/3 van onze klanten heeft zich aangemeld of is van plan zich aan te melden voor het sms-alert. Veel klanten hebben niet helemaal juiste verwachting over wanneer ze een sms-alert ontvangen. Meer dan vier op de tien verwacht ook een sms bij uitgelopen werkzaamheden en vijf op de tien bij verstoringen op zijn/ haar traject.

Bekendheid kanalen aankondiging aangepaste dienstregeling

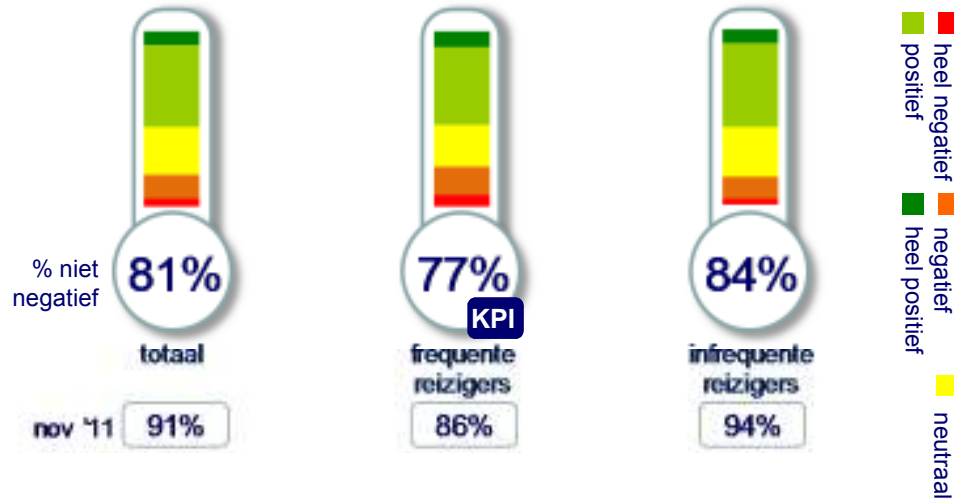


Sms-alert; aanmeldingen en verwachtingen

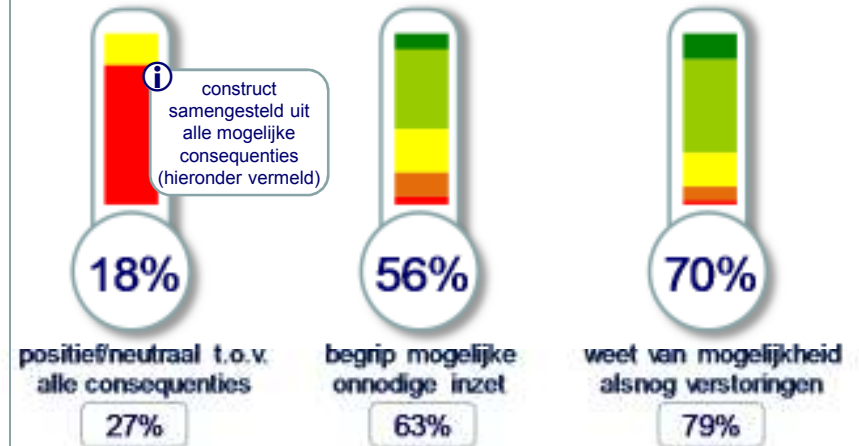


5 | Klant accepteert inzet, maar accepteert consequenties niet

Houding klanten t.a.v. inzet aangepaste dienstregeling



Acceptatie en begrip consequenties



Beperkt aantal klanten negatief over inzet aangepaste dienstregeling

Minder dan twee op de tien klanten is negatief over de mogelijke inzet van een aangepaste dienstregeling. Frequente reizigers zijn iets negatiever gestemd (iets minder dan 1 op 4). Dit omdat de consequenties voor hen groter is.

Alle consequenties aangepaste dienstregeling door weinigen geaccepteerd

Ondanks dat klanten best weten dat een aangepaste dienstregeling mogelijk onnodig ingezet kan worden en dat er de mogelijkheid bestaat op alsnog verstoringen, accepteren maar weinig klanten alle consequenties van een aangepaste dienstregeling. De acceptatie van de consequenties is afgenomen. De mogelijkheid op alsnog verstoringen ondanks inzet wordt onacceptabel gevonden door zeven op de tien klanten. Een andere consequentie die op veel weerstand stuit is drukker/vollere treinen, de helft van de klanten vindt dit onacceptabel.

Percentage klanten dat consequentie niet acceptabel vindt

