

# 'KWALITEITSMETING OUTSOURCING VERKEERD AANGEPAKT'

In plaats van het afnemen van klanttevredenheidsonderzoeken bij outsourcingprojecten onder eindgebruikers, richt men zich in de meeste gevallen op de verkeerde personen. Volgens Peter van 't Verlaat, van Managed Services & Outsourcing bij Fujitsu, wordt bij kwaliteitsmeting van IT-voorzieningen bijna standaard de plank volledig misgeslagen.

"In vrij veel gevallen wordt de klanttevredenheid bij uitbestedingsrelaties gemeten", aldus Van 't Verlaat op de website IT-executive.nl. "Maar onder wie vinden deze onderzoeken nu eigenlijk plaats? Wie is de klant? Dat verschilt nogal. Vaak is het de CIO, de contractmanager of de IT-manager. Soms is het de business of de directie. En af en toe – maar veel te weinig – is het de eindgebruiker, om wie het écht gaat. Uiteraard is het relevant om te weten hoe genoemde stakeholders de dienstverlening ervaren. Maar pas wanneer de eindgebruiker in dergelijke onderzoeken als uitgangspunt wordt genomen, komt de gehele organisatie in beweging en zal iedereen die bij de IT van het bedrijf betrokken is zich roeren om het cijfer omhoog te krijgen."

## Niet wenselijk

Op dit moment zie je volgens de Fujitsu-man bijna overal de 'niet-wenselijke situatie' dat de servicedesk verantwoordelijk wordt gehouden voor de eindgebruikers-tevredenheid. "Een effectieve en ef-

ficiënte servicedesk die gebruikers op een prettige manier te woord staat, zou automatisch tot tevreden eindgebruikers leiden. In de praktijk blijkt dat bij de servicedesk nog voldoende te verbeteren valt, dus zo eenvoudig is dat niet. Terwijl de servicedesk zichzelf probeert te verbeteren, wacht de rest van de IT-afdeling geduldig af. Dat is niet wenselijk, want zij kan wel degelijk bijdragen aan tevreden eindgebruikers. Wat in al deze gevallen over het hoofd gezien wordt, is dat de eindgebruiker helemaal niet wil bellen met een servicedesk – hoe vriendelijk en behulpzaam die ook is. Als de IT erg goed is, is de servicedesk amper nodig. Zo bezien is eindgebruikertevredenheid dus bepaald niet alleen de verantwoordelijkheid van de servicedesk." Daarnaast heeft de eindgebruiker een zogenoemde holistische kijk op IT. "Met andere woorden: hij maakt geen onderverdeling in applicaties, middleware en infrastructuur. Alles moet optimaal werken en goed op elkaar zijn afgestemd. Dat betekent ook dat de verschillende afdelingen en leveranciers die zich hiermee bezighouden goed met elkaar moeten samenwerken. Het is niet de bedoeling dat de servicedesk door vriendelijk te doen de echte technische en onderlinge problemen verdoezelt." Het is volgens Peter van 't Verlaat essentieel om de eindgebruiker 'als klant' centraal te zetten wanneer het aankomt op het meten van resultaten.

# INFORMATIE ALS VIERDE DIMENSIE

DOOR GUUS PIJPERS

## Op de hoogte zijn

In het lezenswaardige boek *Flatland* van Abbott kent de wereld maar twee dimensies: lengte en breedte. Interessant is dat er af en toe bezoekers uit de driedimensionale wereld langskomen. Die bezoekers kunnen de Flatlanders alleen zien als ze in hun tweedimensionale vlak zijn.

Als we al de vierde dimensie (of nog meer) kennen, wat is die dan? Tijd of misschien wel informatie? Zou dat kunnen verklaren waarom we soms zaken gewoon weten, plotse-ling gedachten hebben aan iemand of iets, of schijnbaar ongevraagd informatie onze gedachten binnendringt? Hoogte was voor Flatlanders net zo onvoorstelbaar als deze vierde informatiedimensie nu voor ons is.

## Toevallig?

Als je mensen ontmoet, zeggen ze soms: "Hè, ik zit net aan jou te denken en nu zie ik je hier." Is dat toeval? En al die andere keren? Je beweegt je in een kleine omgeving waar je veel mensen kent. Dat je dan iemand ziet aan wie je net dacht, is niet toevallig. Het komt veel vaker voor dat je aan mensen denkt en die vervolgens níet ziet.

Met informatie is het net zo. Bepaalde actuele onderwerpen worden door diverse media in een korte periode op allerlei manieren belicht. Daar kom je dus iets vaker dan normaal mee in aanraking. Bovendien selecteer je onbewust informatie die past bij jouw interessegebieden. Voor de rest scherm je jezelf af. Logisch dat je dan informatie tegenkomt waar je net aan dacht of die je net ergens anders hebt gelezen.

## Weer geen prijs

Sommigen blijven tegen beter weten in een staatslot kopen. De dag na de trekking staat de uitslag met de winnende nummers in de krant. De meeste goklustigen weten dan dat ze informatie krijgen door het ontbreken van hun nummer. Geen informatie is hier dus informatie.

## Gewichtige informatie

Informatie heeft vaak een fysieke drager nodig om zichtbaar te worden. Maar weeg eens een lege cd of usb-stick. Zet een van beide vol met belangrijke informatie. Het resultaat: het gewicht blijft exact hetzelfde. Bits, en daarmee informatie, zijn gewichtloos.

**GUUS PIJPERS** geeft adviezen over de inzet en het gebruik van informatie (ask@guuspijpers.com).