



Klanttevredenheid en marketing

Marketingbeleid is een brede term, die voor wat betreft de certificering wat verduidelijking behoeft.

Redenerend vanuit de visie dat het doel van een firma is het hebben en houden van klanten, ook wel: de klant centraal, is marketing te zien als het aangaan en onderhouden van duurzame klantrelaties. Deze visie zou binnen de bibliotheek algemeen gevoeld en uitgedragen moeten worden. Het marketingbeleid moet aangeven op welke wijze op de wensen en behoeften van de doelgroep wordt ingegaan. Niet perse de klantmonitoring, maar vooral wat men ermee doet weegt zwaar. In de certificering is dat uitgewerkt in een beperkt aantal eisen, die onder dit artikel zijn opgenomen.

De Bibliotheek moet aantonen dat aan deze eisen voldaan wordt. Wanneer aan de hand van het standaard KTO een verbeterplan is opgemaakt dat de bibliotheek uitvoert, is dat duidelijk. Maar er zijn ook andere oplossingen. Van groot belang is dat op de eisen goed wordt ingeschoten. De auditoren letten er bij de beoordeling van het onderzoek in het bijzonder op of de representativiteit voldoende is, of het onderzoek met een zekere frequentie plaatsvindt en of het aansluit op het doelgroepenbeleid dat de bibliotheek heeft vastgesteld. Het onderzoek moet aansluiten bij de missie, visie, strategie en marketingbeleid van de bibliotheek. De rapportages moeten voldoende (basis) zijn voor het verbeterplan dat de bibliotheek heeft opgesteld en uitvoert, net als bij het standaard KTO.

De auditoren hebben vastgesteld dat BiebPanel als methode van klanttevredenheidsonderzoek in het kader van de certificering voldoet. Wanneer de vraagstelling voldoende ingaat op de lokale situatie en de bibliotheek met zijn acties voldoende inspeelt op de resultaten van het onderzoek zal de auditor derhalve conform oordelen.



Eisen terzake van klanttevredenheid en marketing

De bibliotheek expliciteert welke diensten en producten worden aangeboden voor welke doelgroepen.

Lokale context

De bibliotheek toont aan op welke wijze

- het dienstverleningsniveau
- de collectie
- de spreiding van de vestigingen en servicepunten
- de openingstijden

afgestemd zijn op de lokale context (bv samenstelling van de lokale bevolking, specifieke behoeften van bepaalde bevolkingsgroepen, mogelijkheden die de lokale situatie biedt)

Dienstverleningsniveau

- **Vestiging**
 - Openingsuren minimaal 15 uur per week
 - digitale toegang tot de gehele collectie en activiteiten aanbod
 - vraagbemiddeling
 - culturele/literaire activiteiten
 - aanbod voor scholieren/instellingen passend bij de keuzes die gemaakt zijn in het spreidings- en marketingbeleid
 - studiemogelijkheden
- **servicepunt/uitleenpost**
 - openingsuren minimaal 4 uur per week
 - digitale toegang tot de gehele collectie en activiteiten aanbod
 - vraagbemiddeling

Collectie

De bibliotheek toont aan op welke wijze de collectie is afgestemd

- op de behoeften van klanten (zoals bv naar voren zijn gekomen uit een KTO, marktonderzoek) en het marketingbeleid
- met partners in het bibliotheeknetwerk
- met lokale samenwerkingspartners

Tevredenheid van klanten

Klanten

- De bibliotheek voert minimaal eens per vier jaar een onderzoek uit naar de tevredenheid van haar klanten.
- In dit onderzoek wordt aandacht besteed aan de bijzondere kenmerken van de betreffende bibliotheek (bv specifiek aanbod door lokale samenwerking of specifieke doelgroep door lokale samenstelling).
- De bibliotheek formuleert verbeterplannen op basis van de uitkomsten uit het klanttevredenheidsonderzoek.
- De bibliotheek toont aan tot welk resultaat deze verbeterplannen geleid hebben.