

## **Samenvatting onderzoek imago, identiteit en klanttevredenheid Kunst & Cultuur Overijssel (KCO)**

In het voorjaar van 2010 heeft LAgrou, Leisure & Arts Consulting uit Amsterdam een onderzoek uitgevoerd voor KCO naar het imago, de identiteit en de klanttevredenheid. Dit onderzoek bestond uit:

1. een online enquête onder relaties en medewerkers van KCO;
2. een-op-eeninterviews met medewerkers van KCO;
3. rondetafelbijeenkomsten met stakeholders, belangrijke klanten en medewerkers van KCO.

In totaal hebben 787 relaties de enquête ingevuld, een respons van 17%. Volgens het onderzoeksbureau een bijzonder hoge score voor een online enquête.

De belangrijkste onderzoeksresultaten op een rij:

### **Imago en identiteit, en klanttevredenheid en eigen beoordeling komen sterk overeen**

De overeenkomsten in beeldvorming tussen relaties en medewerkers, en in beoordeling tussen klanten en medewerkers van KCO, zijn over het algemeen groot. Dit betekent dat het imago van KCO grotendeels overeenkomt met de identiteit, en dat de eigen beoordeling weinig afwijkt van die van klanten.

### **KCO heeft een positief en solide imago**

Het onderzoek laat zien dat KCO een positief imago heeft. KCO staat zowel bij haar relaties als bij medewerkers vooral bekend als een deskundige, ondersteunende en binnen de Overijsselse culturele sector betrokken organisatie. Daarnaast komt het beeld naar voren van een breed opererende en – volgens medewerkers en enkele relaties – ambtelijke organisatie.

De relaties zijn over vrijwel alle imagoaspecten positief. Toch is het beeld dat naar voren komt nergens zeer uitgesproken. In de beeldvorming is KCO dan ook vooral een solide organisatie.

### **KCO wordt goed beoordeeld: 7.3**

KCO krijgt een ruim voldoende beoordeling. Relaties geven KCO een 7.3 als gemiddeld rapportcijfer en zijn tevreden over alle aspecten waarop ze KCO beoordelen. De kennis van KCO wordt het hoogst gewaardeerd. Acht van de tien klanten overwegen om de komende twee jaar wederom een of meer diensten van KCO af te nemen. Van alle klanten geeft een overgrote meerderheid van bijna 90% aan dat zij KCO zou aanbevelen bij anderen.

### **Op een aantal punten kan KCO zich verder ontwikkelen**

De positieve resultaten van dit onderzoek dienen als input voor een intern strategisch proces bij KCO. Want ondanks de overallpositieve beeldvorming en beoordeling, kan KCO zich op een aantal punten verder ontwikkelen, zoals het profiel verscherpen door duidelijkheid in onderscheidende eigenschappen en uniciteit van de dienstverlening, betere kennisdeling en kennisontwikkeling en verbetering van de interne en externe communicatie.

Het onderzoek in 2010 betreft een nulmeting, die over twee jaar wordt vervolgd met een éénmeting en over vier jaar met een tweemeting. Op deze manier zullen de ontwikkeling van de identiteit, het imago en de beoordeling van KCO over een aantal jaar worden onderzocht.

Voor meer informatie:

Henk Moes, directeur KCO, 038 – 422 50 30.