

A portrait of Mathilde Koniuszek, a woman with long brown hair, wearing a dark blue ruffled dress and large green hoop earrings. She is sitting on a white ledge and smiling at the camera. The background is a blurred indoor setting with a large silver sphere and a yellow wall.

Mathilde Koniuszek (Thuisvester):

BI-tool voorwaarde voor een datagedreven organisatie

De rol van data wordt voor de Brabantse woningcorporatie Thuisvester steeds belangrijker. Zijn vastgoeddata altijd al belangrijk geweest, nu wordt ook de rol van andere data steeds prominenter. Thuisvester zit volop in het proces om te bepalen welke data nodig zijn om de doelstellingen te kunnen behalen. Mathilde Koniuszek, teamleider KCC Wonen bij Thuisvester, deelt haar ervaringen met *CorporatieGids Magazine*.

“Klantbeleving is waar het om draait bij Thuisvester,” opent Mathilde het gesprek. “Ons motto is ‘Een betaalbaar thuis, voor nu en later’, waarbij we de huurder centraal stellen. Dat geeft duidelijke sturing aan onze doelstellingen en in het verlengde daarvan, het bepalen van de data die we willen gebruiken voor het bereiken van die doelstellingen. In het verleden deden we – behalve met vastgoeddata – niet veel met de beschikbare data, maar de nieuwe technologische mogelijkheden maken het mogelijk om makkelijk data te verzamelen en daar kunnen we veel van leren. Een mooi voorbeeld is de meting van de doorlooptijd van interne taken, bijvoorbeeld tussen verschillende afdelingen. Deze hebben we per afdeling beschikbaar met als resultaat dat we de verwachtingen van onze bewoners goed kunnen managen. Een belangrijk voordeel van dergelijk verwachtingsmanagement is dat het herhaalverkeer afneemt en de klanttevredenheid groter wordt.”

BI-tool

“De focus op het slim gebruiken van data wordt goed weergegeven door één van de actuele thema’s binnen Thuisvester: ‘De datagedreven organisatie,’” vervolgt Mathilde.

“Concreet vertaald naar de bedrijfsvoering van een moderne woningcorporatie betekent dit onder meer: aandacht voor data, de kwaliteit en het gebruik ervan. Meten is tenslotte weten en door accuraat gebruik te maken van de moderne systemen, verzamelen we veel meer bruikbare data die we analyseren om inzichten te verkrijgen en op mogelijke situaties te anticiperen. Om beter en slimmer om te gaan met de beschikbare telefoniedata, hebben we de Business Intelligence-tool van Unexus in gebruik genomen. Met deze tool wordt het telefoongebruik binnen Thuisvester geanalyseerd en tevens de interne en externe bereikbaarheid. Denk hierbij aan lijnen die doorverbonden worden en de verbroken lijnen. De BI-tool helpt ook bij het beter managen van de wachtrij, het geeft het gedrag van collega’s weer en de pieken in het aanbod van de telefonie. De telefonie van een KCC kun je natuurlijk nooit helemaal inschatten, maar de rode draad wel. Nu kunnen de bezetting en pauzes beter ingepland worden en kunnen we onze bellers in de wachtrij beter informeren. Hierdoor kunnen zij zelf kiezen of ze nog even willen wachten of op een later moment teruggebeld willen worden. De tool levert Thuisvester dus zeer bruikbare data op en zal zeker bijdragen aan een betere klantbeleving.”

Inzicht

Over de inzichten die verkregen worden met de Business Intelligence-tool zegt Mathilde: “Eén van de belangrijkste doelen voor het KCC is uiteraard bereikbaarheid. Op KCC-niveau krijgen we vanuit de Unexus-supervisor al veel bruikbare informatie die helpt om onze bezetting zo optimaal mogelijk in te plannen. De BI-tool geeft ons echter ook inzicht in de gehele organisatie. Tijdens en na corona, hebben we bijvoorbeeld gemerkt dat de bereikbaarheid intern niet altijd optimaal



is. Dit kunnen we het beste bespreekbaar maken met objectieve cijfers. Een voorbeeld is dat we met de BI-tool per afdeling of medewerker inzichtelijk kunnen maken hoe goed deze bereikbaar is, of juist niet. Met als gevolg dat we concrete verbetermogelijkheden met elkaar kunnen bespreken. Dit objectieve inzicht is een belangrijke toegevoegde waarde van de tool.”

Samenwerking

“Unexus is onze partner op het gebied van telefonie, dus de samenwerking gaat voornamelijk over bereikbaarheid. We gebruiken bij Thuisvester nog lang niet alle mogelijkheden die deze tool biedt, maar het wordt wel steeds meer. Daarbij houden we het verschil tussen doel en middel van dataverzameling vanzelfsprekend goed in de gaten. De samenwerking bevalt goed. Wij hebben nu bijvoorbeeld de vraag uitstaan om wellicht onze vaste toestellen niet meer te vervangen op het KCC. Dit past in het flexibel werken van nu. Zij hebben veel meer verstand van de actuele mogelijkheden dus we gebruiken hen ook als sparringpartner. Na de zomer gaan we dit vraagstuk voor de toekomst bespreken.”

Big Brother

“Nee, dat is nog niet bekend,” antwoordt Mathilde op de vraag of bekend is of de klantbeleving positief gewijzigd is door het gebruik van de BI-tool. “Klantbeleving wordt altijd nog het meeste beïnvloed door de soft skills van de medewerkers, maar deze data leveren zeker een bijdrage in het totaalbeeld. Ook onze medewerkers merken er momenteel nog niets van. Hun werk is niet veranderd sinds de komst van de BI-tool. Wel zijn we aan het kijken hoe we de BI-tool kunnen uitrollen zonder medewerkers het bekende ‘Big Brother is watching you’-gevoel te geven. De tool blijft natuurlijk een middel en geen doel op zich.”