



Energiebesparende maatregelen bij individuele huiseigenaren

Rapportage Customer Journey blok voor blok

10 december 2012



flowresulting

Agenda



1. Management summary



2. Onderzoeksvraag



3. Onderzoeksopzet



4. Resultaten



5. Oplossingsrichtingen en aanbevelingen

Wat vooraf gaat

Op basis van de 11 interviews in dit onderzoek is naar voren gekomen dat er lastig een eenduidige customer journey te formuleren is voor de doelgroep individuele huiseigenaren. De doelgroep kenmerkt zich door een grote voorkeur voor individuele keuzes en maatwerk, waardoor ook binnen deze doelgroep verschillende specifieke doelgroepen te onderscheiden zijn. Desondanks is er in de verschillende stappen wel een rode draad te ontdekken in de soort behoeften. Zo zijn keuzevrijheid en zekerheid belangrijke thema's die steeds terugkomen in de interviews en die aanknopingspunten vormen voor het optimaliseren van de blok voor blok aanpak voor deze doelgroep

Op de volgende pagina staat een overzicht van de belangrijkste uitkomsten, die vervolgens per stap worden uitgewerkt in de customer journey.

Management summary

- Wooncomfort verbeteren en kosten besparen zijn de belangrijkste ‘drivers’ om energie besparende maatregelen uit te voeren. 9
- Over het algemeen ervaren respondenten het onderwerp energiebesparende maatregelen meer als functioneel dan emotioneel. 9
- Een verhuizing of grootschalige verbouwing is een ‘natuurlijke’ aanleiding om maatregelen uit te voeren. 9
- Respondenten komen via verschillende wegen in contact met energie besparende maatregelen; een centrale afzender ontbreekt. 10
- De (EPA)-adviseur speelt een belangrijke rol in het proces en ervaringen lopen uiteen. 10
- Er liggen kansen voor makelaar en aannemer om een rol te spelen in het wervingsproces. 10
- Gebrek aan (technische) kennis leidt bij de meeste respondenten tot onzekerheid bij het maken van keuzes. Of dit nu gaat om het selecteren van een aannemer of type materiaal. Te weinig keuzemogelijkheden geven geen goed gevoel, maar te weinig keuzemogelijkheden evenmin. 11
- Verbouwen is volgens het merendeel altijd ‘gedoe’ en daarom willen respondenten het liefst zo min mogelijk partijen betrekken bij de uitvoering. 13
- Aannemers kunnen verwachtingen beter managen met behulp van een complete offerte. 13
- Na het uitvoeren van de maatregelen is het wooncomfort waarneembaar verhoogd. Meer nazorg over het gebruik van apparatuur is in bepaalde gevallen gewenst. 15
- Deelnemers staan open voor informatie over actuele ontwikkelingen op het gebied van energie opwekken. 16

Onderzoeksvraag

Aanleiding

Het programma 'blok voor blok' van Agentschap NL zet in op grootschalige energiebesparing in bestaande bouw. Dertien projecten zijn gestart om minimaal 2.000 woningen per project flink energiezuiniger te maken. Om de consortia die deze projecten uitvoeren te faciliteren en de politiek te kunnen adviseren, is meer klantinzicht gewenst.

Vraagstelling

Hoe ziet de reis van de klant (eigenaar-bewoner) eruit? Van een eerste gedachte om te investeren in energiebesparende maatregelen tot en met de realisatie van de energiebesparende maatregelen.

Onderzoeksvragen

Hoe verlopen de verschillende fases? Oriëntatie, afweging van alternatieven, keuzes maken, realisatie van de keuzes.

- Wat zijn 'satisfiers' en 'dissatisfiers'?
- Wat zijn de 'wow-momenten', de cruciale momenten waarop klanten enthousiast worden?
- Wat zijn de mogelijkheden tot verbetering? Welke rol kan het Ministerie van BZK daarbij vervullen?

Methodie van onderzoek

Scope kwalitatief onderzoek

- Inzichten zijn tot stand gekomen op basis van 11 semi-gestructureerde interviews van 45-60 minuten.
- Het onderzoek is gericht op deelnemers met ervaringen in vergelijkbare projecten zoals blok voor blok (o.a. Meer Met Minder).
- De beschikbare Meer Met Minder deelnemers zijn afkomstig uit Utrecht, Amersfoort en Assen.
- Meer Met Minder en blok voor blok werken samen en naast elkaar aan het bereiken van energiebesparing in de gebouwde omgeving, maar hebben elk hun eigen invalshoek. Meer Met Minder richt zich op bestaande technieken in de bestaande bouw, kleinschalige aanpak. Bij blok voor blok gaat het om bestaande technieken toegepast in een innovatieve en grootschalige aanpak.

Werving

- Gegevens van respondenten zijn aangeleverd door een aantal direct betrokkenen uit de stakeholdersessie.
- Het bellen van respondenten is uitgevoerd door een getrainde medewerker van Flow resulting met belscript.
- Alle respondenten hebben ter bevestiging van deelname een brief namens AgentschapNL en Flow resulting ontvangen over het doel van het onderzoek.

Interviews als richting voor nader onderzoek











- De resultaten uit interviews zijn gebruikt om het gehele proces van klantbeleving per stap in kaart te brengen.
- Er is veelvuldig gebruik gemaakt van 'quotes' van respondenten om klantbeleving te illustreren.
- De uitkomsten van het kwalitatieve onderzoek worden verder getoetst met behulp van kwantitatief onderzoek.

Onderzoeksopzet

Steekproefverdeling

	Indicatie bouwjaar huis	Indicatie leeftijd respondent	Aanleiding	Subsidie Ja/nee	Type maatregelen
Mevr. Van Reen	1930	60	Advertentie subsidie gemeenteberichten	ja	Divers (o.a. dubbelglas en spouwmuren)
Dhr. Meines	1970	57	Flyer in brievenbus Nuon	ja	Spouwmuren
Dhr. De Bruin	1970	60	Gemeente gebeld n.a.v. tips subsidie	ja	Divers (o.a. dubbel glas)
Dhr. Ybema	1970	48	Flyer gemeente (gratis advies €250)	nee	Spouwmuren
Dhr. De Wild*	1930	40	Intranet gemeente: gratis advies €250	ja	Dak en dubbel glas
Mevr. Van Dijk	1940	36	Grote verbouwing	ja	Divers (o.a. dubbel glas)
Dhr. Van Doormalen	n/a	30	Grote verbouwing	ja	CV en dubbelglas
Dhr. Hilhorst	n/a	34	Aanbieding Nuon op BTW tarief	ja	Spouwmuren
Dhr. Elzen*	1930	50	Eigen initiatief	ja	Divers
Mevr. Neven*	n/a	35	n/a	n/a	n/a
Dhr. Esselman	1940	39	Vanuit afdeling milieu bij gemeente	ja	check

Customer journey energiebesparende maatregelen doelgroep eigenaar/bewoner

	1	2	3	4	5	6	7
Stap	Energiebesparende maatregelen nog niet op de agenda	Energiebesparende maatregelen wel op de agenda	Afweging en keuze	Uitvoering werkzaamheden	Betalen rekening	Wonen in aangepast huis	Nieuwe energierekening
Klantbeleving*							
Wat maakt de klant mee?	<ul style="list-style-type: none"> Ik krijg het maar niet warm in huis Ik heb het gevoel dat het geld zo onder de kier van de deur naar buiten loopt. <p>Dit punt geldt alleen voor 'verbouwers':</p> <ul style="list-style-type: none"> Ik ging verbouwen, dus logisch dat ik gelijk een aantal maatregelen heb genomen 	<ul style="list-style-type: none"> Ik zie verschillende aanbiedingen voorbij komen, maar die van de gemeente durf ik te vertrouwen Die subsidie is erg aantrekkelijk De warmtefoto maakt me nieuwsgierig Ik vind het prettig dat ik weet bij wie ik moet zijn Het valt me op dat de makelaar me bij aankoop niet heeft gewezen op de mogelijkheden 	<ul style="list-style-type: none"> Ik wil vrijheid om te kiezen maar wel zeker weten dat ik het juiste kies. Je laat drie aannemers langskomen en ze roepen allemaal wat anders Ik wil graag weten of ik een aannemer kan vertrouwen Ervaringen van bekenden kunnen helpen te weten waar je aan toe bent 	<ul style="list-style-type: none"> Ik vind zo'n verbouwing altijd een hoop gedoe Het liefst heb ik maar met één partij te maken die alles voor me regelt Ik word blij van een aannemer die met je meedenkt en net dat stapje extra zet Ik ga er vanuit dat ze de boel weer netjes achterlaten 	<ul style="list-style-type: none"> Als de rekening hoger uitpakt dan begroot, dan word ik daar niet blij van Ik heb geen zin om voor fouten van de aannemer op te draaien Ik was positief verrast door de "spontane" korting die ik kreeg, omdat de burens ook mee deden 	<ul style="list-style-type: none"> Het is zo fijn om eindelijk warme voeten in huis te hebben Ik merk dat isolerende maatregelen ook een opgesloten gevoel kunnen geven Ik had het best logisch gevonden om achteraf nog even een telefoontje te krijgen 	<ul style="list-style-type: none"> Ik vraag me af of door de stijgende energieprijzen de rekening echt lager zal zijn Ik merk dat ik meer op mijn verbruik ben gaan letten Ik vind wooncomfort belangrijker dan besparingen doen De volgende stap is zonnepanelen, maar die zijn nu nog te duur Ik vind het prettig om op de hoogte te worden gehouden van ontwikkelingen
WOW momenten		Expertise EPA-adviseur: Ik kon hem gewoon bellen als ik in de Gamma stond		Pro-activiteit aannemer: Een aannemer die ook even een spijker in de muur slaat		Comfort: Ik heb eindelijk warme voeten in huis	
							

* De 'emoticon' geeft de gemiddelde klantbeleving per stap weer.

Stap I: Energiebesparende maatregelen nog niet op de agenda

Comfortabel wonen is de belangrijkste 'driver'

Gebrek aan wooncomfort moet maar eens afgelopen zijn

- De belangrijkste aanleidingen voor het nemen van maatregelen zijn doorgaans tocht, kou, vocht en geluidsoverlast in huis.
- Dubbel glas is vaak de eerste stap in het nemen van maatregelen.
- Hoge investeringen zijn meestal de reden voor een stapsgewijze aanpak voor energiebesparende maatregelen.
- Milieu/duurzaamheidsperspectief wordt door weinig deelnemers spontaan genoemd.

NB. Het nemen van energiebesparende maatregelen is in de beleving van de meeste deelnemers een meer functioneel dan emotioneel onderwerp. Dit maakt het lastiger om de klantbeleving te beïnvloeden.

De energierekening loopt de spuigaten uit

- De meeste deelnemers ervaren de hoogte van de energierekening als een flinke last. Kosten besparen is dan ook een andere belangrijke 'driver' om maatregelen te nemen.

Verbouwen of verhuizen is een natuurlijk moment om maatregelen uit te voeren

- Bij verhuizing of verbouwing wordt volgens enkele deelnemers de woning (deels) aangepast aan de nieuwste normen, wat betekent dat er dus 'als vanzelf' energiebesparende maatregelen worden genomen.

“

Als het binnen net zo hard waait als buiten, dan is dat niet prettig!

”

“

Toen ik hier kwam wonen was het logisch een aantal drastische maatregelen te nemen. Later doe je dat namelijk niet meer.

”

Stap 2: Energiebesparende maatregelen wel op de agenda

Werving is gefragmenteerd en mist daardoor slagkracht

Geen eenduidige boodschap en afzender

- De wijze waarop deelnemers in contact komen met aanbiedingen voor energiebesparende maatregelen varieert (regionale krant, huis-aan-huis folder, warmtefoto). Het initiatief ligt daarna meestal bij de deelnemers zelf.
- Subsidie is een belangrijke financiële prikkel (indien van toepassing).
- Een aantal deelnemers geeft aan dat een warmtefoto nieuwsgierigheid opwekt.
- Ondanks dat commerciële partijen zoals Nuon soms met een goede deal komen, zijn deelnemers vaak eerder geneigd de overheid als betrouwbare partij te kiezen.

De (EPA-)adviseur speelt een belangrijke rol en ervaringen lopen uiteen

- Het hebben van een centraal aanspreekpunt wordt door het merendeel als prettig en overzichtelijk ervaren.
- Het is vaak onduidelijk voor welke instantie de adviseur werkzaam is.
- Een adviseur kan het in de meeste gevallen 'maken of kraken'; de makers hebben een pro-actieve houding, maken rapporten op maat en denken mee in het advies, terwijl krakers een 'ambtelijke' houding hebben en een standaard rapport opleveren.

Makelaar en aannemer grijpen kansen niet

- In sommige gevallen vindt men het prettig en logisch wanneer de makelaar meedenkt en adviseert over het verbeteren van het leefklimaat en de waarde van de woning, maar heeft men dit niet zo ervaren.
- Enkele deelnemers geven aan dat ze het opvallend vinden dat aannemers niet adverteren voor het nemen van energiebesparende maatregelen.

“

Als alles maar gratis is geeft me dat ook niet direct een goed gevoel. Ik vraag me dan toch af wat daar achter zit.

”

“

Mevrouw ... (de EPA-adviseur) nam me vanaf het eerste moment alle zaken uit handen en ze heeft me daarmee echt enorm geholpen.

”



Stap 3: Afweging en keuze

Gebrek aan kennis maakt onzeker (I)

Het kiezen van een goede aannemer is een lastig klusje

- De meeste deelnemers geven aan te weinig technische expertise in huis te hebben om de kwaliteit van een aannemer te kunnen beoordelen.
- Belangrijkste criteria zijn volgens de meeste deelnemers betrouwbaarheid, deskundigheid, pro-activiteit, stiptheid, netheid (manier van presenteren en van werken) en persoonlijke klik.
NB. Deze criteria leiden niet automatisch tot de meest competente aannemer op gebied van duurzaamheid.
- Deelnemers zien niets in een voorgeselecteerde aannemer, maar betrouwbare en specifieke referenties van bekenden of reviews op internet zouden volgens enkelen bruikbaar zijn.
- Enkele deelnemers geven aan dat verschillende aannemers niet altijd hetzelfde advies geven in dezelfde situatie.

“

Ik had een aannemer die niet de juiste boormachine bij zich had en deze op moest halen. En ik kon voor de reiskosten van een uur opdraaien. Hem wilde ik niet meer.

”

Stap 3: Afweging en keuze

Gebrek aan kennis maakt onzeker (2)

Technische (materiaal)keuzes maken onzeker

- Indien er sprake is van een kostenraming door de (EPA-)adviseur, verwachten deelnemers dat deze min of meer aansluit op offertes van aannemers. Enkele respondenten geven aan dat dit bij hen niet het geval was. Betere afstemming tussen de (EPA-)adviseur en de uitvoerende partij(en) is volgens hen essentieel.
- Ondanks gebrek aan technische kennis (o.a. over type materiaal) willen deelnemers toch het heft in eigen hand houden en kunnen kiezen.
- Soms blijkt er weinig voorstellingsvermogen bij de maatregelen en het daarmee samenhangende kostenplaatje te zijn.
- Het aanbieden van standaard pakketten kan volgens het merendeel bruikbaar zijn, maar er moeten wel uitzonderingsmogelijkheden blijven bestaan.
- De eerste keer maatregelen nemen is volgens enkelen het meest spannend. Ervaringen van bekenden kunnen helpen die onzekerheid te reduceren.

“

Er waren wel 400 verschillende materialen die ik tegen het dak aan kon plakken.

”

“

Uiteindelijk kon ik geen gebruik maken van het standaard aanbod, omdat ik graag een vloerisolatie van schelpen wilde hebben.

”

Stap 4: Uitvoering werkzaamheden

Verbouwing is altijd ‘gedoe’

Minder regel geeft een gerust gevoel

- Tijdens het uitvoeren van de verschillende maatregelen komen er vaak verschillende partijen aannemers over de vloer. Het merendeel geeft aan het prettiger te vinden wanneer dit met één of vanuit één partij geregeld kan worden.
- Het is makkelijk als één partij alles regelt, maar een goede prijs is volgens de meeste deelnemers uiteindelijk belangrijker.
- Er is weinig interesse om samen met buurtbewoners maatregelen te nemen. Afhankelijkheid van anderen op het gebied van ‘timing’ is hiervoor de belangrijkste reden.
- Enkele ervaren ‘klussers’ geven aan dat ze graag meer zelf zouden willen doen om kosten voor uitvoering te besparen. ‘Doe-het-zelf’-pakketten in combinatie met uitleg van een expert zouden voor hen een mogelijke oplossing zijn.

Een stapje extra doen wordt gewaardeerd

- De meeste deelnemers zijn positief verrast wanneer aannemers pro-actief gedrag laten zien. Dit kan een advies zijn of het uitvoeren van een extra klusje.

Netjes werken en de zaken verzorgd achterlaten is de norm

- Van aannemers wordt veelal verwacht dat ze netjes werken en na het werk het huis ook weer opgeruimd achterlaten. In de meeste gevallen gebeurt dit ook.
- Sommige deelnemers geven aan dat ze de aannemer graag een handje helpen tijdens de uitvoering. De houding ten aanzien van meehelpen verschilt per regio.

“
De aannemer kende dit soort huizen en hij zag er niet tegen op. Dat gaf mij vertrouwen.
”

“
Mijn aannemer was nooit te beroerd voor een extra klusje. Zo repareerde hij mijn schutting, sloeg een spijker in de muur of repareerde mijn slot als ik de deur niet meer open kreeg.
”



“
Naast dat je eigen huis op de kop staat, krijg je ook nog een boze blik van de burens dat je tuin vol met puin ligt.
”

Stap 5: Betalen rekening

Transparantie is essentieel

Aannemers kunnen verwachtingen beter managen

- In sommige gevallen komt de begroting van de aannemer niet overeen met de daadwerkelijke factuur. Dit komt omdat er soms meer aanpassingen moeten worden gedaan worden dan initieel begroot (bijvoorbeeld het aanpassen van de meterkast dat vooraf niet is voorzien). Aannemers blijken soms onvoldoende in te kunnen schatten wat nodig is, waardoor onprettige verrassingen kunnen ontstaan. Een deelnemer geeft aan liever in eerste instantie meer te moeten betalen dan achteraf bij te moeten betalen.

Korting door schaalvoordeel leuke bijkomstigheid

- Een deelnemer geeft aan blij verrast te zijn met de “spontane” kortingen van aannemers, die ontstond door schaalvoordelen bij collectieve inkoop. *NB. Opvallend is dat de korting wordt gegeven als de investering al is gedaan.*
- Ondanks de financiële voordelen die deelnemers zien van collectief inkopen, staat men meestal niet open voor gezamenlijke uitvoering van maatregelen, omdat men het gevoel heeft dat dit de (keuze)vrijheid beperkt.

“

Volgens mij viel mijn situatie ook onmogelijk goed in te schatten door de adviseur, maar het was uiteindelijk wel een flinke tegenvaller.

”

“

Korting is geen reden om iets wel of niet te doen, maar het is wel mooi meegenomen natuurlijk.

”

Stap 6: Wonen in aangepast huis

Verhoogd wooncomfort zorgt voor tevredenheid

Verbetering van wooncomfort = het direct merkbare verschil

- Wooncomfort verbeteren is een van de belangrijkste motieven om energiebesparende maatregelen uit te voeren. Respondenten zijn het er bijna unaniem over eens dat het woonklimaat daadwerkelijk verbeterd is; het voelt aangenamer in huis.

Geef ook aandacht aan de 'downside' van energiebesparende maatregelen

- Het is volgens enkele deelnemers opvallend dat in het (EPA-)adviesgesprek weinig aandacht wordt besteed aan eventuele nadelige effecten van energiebesparende maatregelen (o.a. gebrek aan "natuurlijke" ventilatie).

Geven van nazorg biedt potentieel voor de toekomst

- Juist gebruik van aangepaste apparatuur of ventilatie van de woning vraagt voor sommige deelnemers om aanvullende kennis en uitleg.
- Installateurs beschikken volgens enkele deelnemers niet altijd over de juiste technische expertise.
- Een 'service-call' na het uitvoeren van de maatregelen geeft enkele deelnemers een goed gevoel voor als zij nog (technische) vragen hebben.

“

Het gevoel van eindelijk warme voeten is wel erg lekker!

”



“

Wonen in een compleet geïsoleerde woning voelt toch wel heel anders. Ik was daar niet echt op voorbereid.

”

Stap 7: Nieuwe energierekening

Maatregelen maken energiebewust

Maatregelen meer effect op bewustwording dan op besparingen

- De meeste deelnemers zijn nieuwsgierig naar de eerste jaarafrekening en hopen op besparingen.
- Door continu stijgende energieprijzen wordt volgens sommigen echter niet veel 'netto voordeel' verwacht.
- De meeste deelnemers worden zich bewuster van energieverbruik. Het wordt een 'spel' het verbruik steeds verder te verlagen.
- Meer wooncomfort is voor het merendeel uiteindelijk vaak belangrijker dan de energiebesparing in euro's.

Interesse voor zelf energie opwekken is groter dan de interesse voor energie besparen

- Regelmatig wordt teruggespeeld dat het zelfvoorzienende aspect van zonnepanelen een positieve beleving oproept. Niet meer afhankelijk zijn van leveranciers en aantoonbaar kosten besparen zijn hiervoor belangrijke argumenten. Dalende materiaal prijzen en het verstrekken van subsidies vergroten de haalbaarheid.

NB. Energie opwekken zou een onderwerp kunnen zijn om in gesprek te raken met potentiële kandidaten voor energiebesparende maatregelen.

- Interesse in zonnepanelen is bij veel deelnemers groot, maar er is nog veel onbekendheid over de hoogte van de investeringen en de terugverdien mogelijkheden.

“

Ik hoop dit jaar in euro's gelijk uit te komen. Volgens mij heeft de 'tienerfactor' meer effect op de rekening.

”

“

Ik kan mijn geld beter op het dak zetten, dan levert het meer op dan bij de bank.

”

Oplossingsrichtingen en concrete aanbevelingen

Heroverweeg blok voor blok voor individuele eigenaren

- Individuele eigenaren hechten veel waarde aan hun eigen keuzevrijheid op het gebied van de te nemen maatregelen, de keuze van materialen en de selectie van aannemers. Desondanks leidt een te groot aanbod aan keuzes tot onzekerheid.
- Individuele eigenaren willen graag zelf de 'lead' houden in hun planning. Ze zijn bang dat het collectief nemen van maatregelen het proces vertraagt.
- Het inzetten van 'straatambassadeurs' lijkt huis-aan-huis wel te werken, maar is niet schaalbaar (je kunt de aanpak niet snel en groot uitrollen).



Het nemen van energiebesparende maatregelen voor de doelgroep individuele huiseigenaren is per definitie een individuele keuze.

De blok voor blok aanpak met het nemen van collectieve maatregelen op grote schaal lijkt voor deze doelgroep op basis van de interviews niet haalbaar. Ondanks deze voorzichtige conclusie kunnen individuele eigenaren wel worden 'aangestoken' door voorbeelden van grootschalige projecten bij woningcorporaties en profiteren van hun aanbiedingen. Hierdoor helpen zij toch mee de aantallen van blok voor blok te realiseren.

Focus op meer proactief en eenduidig wervingsbeleid

- Maak werving persoonlijk en relevant om met potentiële deelnemers in gesprek te komen.
 - ✓ Uit interviews blijkt dat een warmtefoto of het checken van de energierekening met die van buurtbewoners nieuwsgierigheid opwekt bij deelnemers. Het ‘confronteren’ van deelnemers met hun gedrag en een persoonlijke boodschap bieden aanknopingspunten om in gesprek te komen.
- Gebruik wooncomfort als verkoopargument, probeer het tastbaar te maken met bijvoorbeeld een ‘wooncomfortscore’.
 - ✓ Wooncomfort is voor deelnemers een van de belangrijkste ‘drivers’ om maatregelen uit te voeren. Daarnaast is het een duidelijk waarneembaar resultaat en ‘WOW’ moment. Met een score die het wooncomfort uitdrukt kun je het gevoel als het ware objectiveren.
- Benut de overheid als betrouwbare afzender van communicatie over energiebesparende maatregelen.
 - ✓ Er is soms twijfel bij over de insteek van meer commerciële partijen. De overheid wordt vaak genoemd als betrouwbare, degelijke partij om zaken mee te doen.
- Maak gebruik van duurzaamheidstrends in communicatie.
 - ✓ Er is veel interesse voor het zelf opwekken van energie (bijv. met zonnepanelen). Gebruik deze trend om de doelgroep te bereiken en wek vanuit die insteek ook interesse voor het nemen van energiebesparende maatregelen.
- Screen de (EPA-)adviseur op benodigde ‘sociale’ competenties.
 - ✓ Een pro-actieve, ‘niet-ambtelijke’ houding bepaalt in hoge mate de toegevoegde waarde van de adviseur.

Reduceer onzekerheid door meer service

- Breng 'best practices' uit de buurt in beeld door gebruik te maken van 'kijkavonden', infographics, instructievideo's.
 - ✓ Help deelnemers bij het dilemma 'niet kunnen kiezen, maar wel willen kiezen' door het delen van ervaringen van bekenden.
- Faciliteer het geven van reviews over aannemers.
 - ✓ Deelnemers geven aan moeite te hebben met de selectie van een aannemer en kiezen daardoor het liefst een bekende aannemer uit de buurt. Reviews helpen hen bij het maken van een goede selectie. Tegelijkertijd bieden reviews consortia de mogelijkheid toe te zien op de kwaliteit van aannemers.
- Benadruk inzet van 'doe-het-zelf' pakketten om kostenbarrière lager te maken en deelnemers sneller over de streep te krijgen.
 - ✓ Opvallend is dat sommige deelnemers achteraf aangaven dat ze de uitvoering zelf hadden kunnen doen om kosten te besparen. Faciliteer 'doe-het-zelfen', maar zorg dat experts snel kunnen worden ingeschakeld tijdens een moeizaam proces.
- Laat verschillende type maatregelen door één uitvoerende partij coördineren.
 - ✓ Uit interviews blijkt dat deelnemers het liefst alle uitvoering onderbrengen bij één partij, maar niet tegen elke prijs.
- Zorg voor goede nazorg met behulp van een 'service call'.
 - ✓ Deelnemers voelen zich soms onzeker in het omgaan met de nieuwe apparatuur. Een 'service call' met tips & trucs is prettig en geeft zekerheid over juist gebruik.
- Verhoog loyaliteit van deelnemers door ze op logische momenten te benaderen
 - ✓ Als deelnemers de eerste stap in maatregelen hebben gezet, leidt dit vaak tot meer duurzaamheidsbewustzijn. De stap naar nieuwe, andere maatregelen wordt steeds kleiner. Gebruik nieuws rondom verduurzaming als natuurlijk moment om in contact te blijven met deelnemers.



© copyright Flow resulting

Colofon

**Marc Westeneng / Julian Bongaards /
Marianne van Elst**

- T** 030 – 296 1111
- M** m.vanelst@flowresulting.nl
- E** 06-83 70 66 63

Vondellaan 34
3521 GH Utrecht
www.flowresulting.nl

