

SMART IN PROGRESS
WERKGROEPEN 2017-2018

**AANBEVELINGEN VAN DE WERKGROEP BELAST MET HET
NADENKEN OVER HET OPZETTEN VAN CONSULTATIERUIMTEN
EN OVER HET VERBETEREN VAN DE**

IT-TOOLS

VAN SMART



OVERZICHT

VOORWOORD	3
HISTORIEK VAN DE WERKGROEPEN	3
OPDRACHT EN MISSIES VAN DE WERKGROEP	5
INLEIDING	6
AANBEVELINGEN	
1 DE COMMUNICATIE VAN DE DIRECTIE VAN DE INFORMATIEDIENSTEN MET DE GEBRUIKERSGEMEENSCHAP BEVORDEREN OM DE TRANSPARANTIE TE GARANDEREN	7
2 EEN STUURCOMITÉ oprichten	9
3 ZES GEBRUIKER-TYPES (<i>PERSONAE</i>) IDENTIFICEREN	11
4 EEN 'BASELINE' DEFINIËREN: EEN ACTUELE NULMETING VAN DE TEVREDENHEID VAN DE SMART-GEbruikers	13
5 REGELMATIGE KWANTITATIEVE ENQUÊTES UITVOEREN OM DE EVOLUTIE VAN DE GEBRUIKERSTEVREDENHEID TE EVALUEREN	15
6 KWALITATIEVE ENQUÊTES UITVOEREN BIJ DE GEBRUIKERS OM DE ZWAARTEPUNTEN VAN TOEKOMSTIGE ONTWIKKELINGEN TE IDENTIFICEREN	17
7 OBJECTIEVE EN RELEVANTE EVALUATIECRITERIA VASTLEGGEN	19
DANKWOORD	21
BIJLAGEN	23

VOORWOORD

Als coöperatief project is SMart het resultaat van een participatief proces dat opgestart werd in 2015 en dat onder de naam SMart in Progress alle stakeholders van het project samenbracht. Het proces maakte de overgang naar een coöperatie mee mogelijk en laat ook vandaag nog toe de noodzakelijke evoluties van SMart te bepalen.

SMart, altijd in beweging, evolueert parallel met de veranderingen in de samenleving en binnen de wereld van het werk. Vennoten die de diensten van SMart gebruiken, vaste medewerkers, partners en klanten: op de participatieve bijeenkomsten die de actoren van de SMart-gemeenschap samenbrengen, brengen ze allen van hun ervaringen en bekwaamheden in.

Sinds 2015 namen maar liefst 4000 personen deel aan de reflecties om de grote lijnen van het SMart-project uit te tekenen – binnen de Algemene vergaderingen en de werkgroepen, of tijdens online-raadplegingen of themabijeenkomsten in onze verschillende kantoren.

HISTORIEK VAN DE WERKGROEPEN

Aan het einde van de voorbereidende workshops voor de oprichting van de coöperatie (2015-2016), werd een reeks aanbevelingen gedaan. Zo was er onder andere de wens van de deelnemers om binnen SMart:

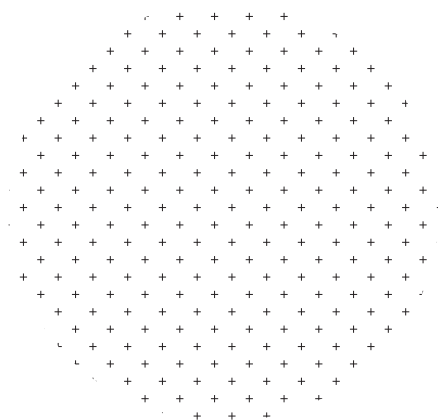
- > een ethisch comité op te richten;
- > gebruikers en partners de rol van woordvoerder voor SMart te laten opnemen;
- > de toegang tot financiële en economische informatie te regelen, in volledige transparantie;
- > reflectieruimtes op te richten om na te denken over de informaticatools die ter beschikking staan van de gebruikers.

De Algemene Vergadering keurde op 20 juni 2017 de oprichting van vier werkgroepen goed die deze instanties mee op poten moeten helpen zetten.

Er werd een oproep tot participatie gelanceerd, wat een honderdtal kandidaturen opleverde. Op basis van hun motivatie én vanuit de bekommernis een evenwicht tussen de profielen aan te brengen, werden maar liefst zestig personen geselecteerd. De werkgroepen zijn samengesteld uit verschillende types vennoten en stakeholders, afkomstig uit verschillende profielen binnen de coöperatie: gebruikers, klanten, partners, vaste medewerkers.

Elke groep kwam tussen september 2017 en maart 2018 één keer per maand samen, ontmoette experts en bezocht verwante organisaties die met soortgelijke thema's en vragen bezig zijn. De leden van elke groep wisselden intens van gedachten, gingen discussies aan, en ontwikkelden geleidelijk ook voorstellen.

Het resultaat van hun reflecties kan u ontdekken in de vier cahiers. Zij vormen het eindpunt van urenlange discussies en vlijtig redactiewerk. In maart 2018 worden vierendertig aanbevelingen voorgelegd aan de Raad van bestuur, die de voorstellen zal analyseren, aanvullen en wijzigen. De Raad zal de resultaten op 19 juni 2018 presenteren tijdens de Algemene vergadering van de coöperatie.



OPDRACHT EN MISSIES VAN DE WERKGROEP

Het is geen verrassing dat de IT-tool centraal staat binnen SMart. Wanneer de tool goed doordacht wordt, kan het de gebruiker bijvoorbeeld bevrijden van lastige (repetitieve, zware) taken door ze te automatiseren. Omgekeerd kan het veel 'parasitaire' handelingen genereren (herinvoering van gegevens die al elders werden ingevoerd, handmatige verificatie om uitzonderingen te verwerken, enz.) die bijna altijd te wijten zijn aan de manier waarop de tool ontworpen werd: applicatie-architectuur, code, al dan niet uitgevoerde tests...

In heel veel bedrijven hebben IT-diensten vaak – ook hierop vormt SMart geen uitzondering – een achtergrondfunctie. Informatici werken vaak geïsoleerd van de rest van het bedrijf, of zelfs in afzonderlijke gebouwen, ver van de gebruikers.

DE MISSIES VAN DE WERKGROEP

Vandaag, en meer nog sinds de overgang naar een coöperatie, is het noodzakelijk om samen dialoogruimtes te creëren tussen informatici en gebruikers (vennoten-gebruikers of vaste werknemers) om die laatste zo te betrekken bij de verbetering van de IT-tools. De werkgroep zal die ruimtes definiëren, net als de missies en het mandaat van de leden die eraan zullen deelnemen, de werkmethoden, enz.

SMart moet, op de achtergrond, feedback kunnen verzamelen van de gebruikerservaringen met de aangeboden IT-tools en zich ook een beeld kunnen vormen van de toekomstige ontwikkelingen die voor de gebruikers het relevantst zijn.

INLEIDING

Op basis van de opdracht waaraan de vorige pagina's herinnerden, concentreerde de groep zich op de oprichting van een stuurcomité dat belast is met het toezicht op de implementatie en follow-up van de aanbevelingen die aan SMart gedaan werden.

De voorstellen van de groep – gaande van de creatie van een baseline (een actuele nulmeting van de gebruikerstevredenheid) tot en met kwalitatieve en kwantitatieve enquêtes – laten zien dat er een band nodig is met de verschillende gebruikersgemeenschappen van de IT-tools die SMart aanbiedt.

De groep wilde de communicatie tussen de IT-afdelingen van SMart en de gebruikersgemeenschappen bevorderen. De creatie van een typologie van profielen (personae) was een essentieel element in de aanpak van de groep en heeft het mogelijk gemaakt om op elk moment van de reflectie aandacht te hebben voor elk type gebruiker van de SMart-IT-tools.

Tot slot presenteert de werkgroep enkele methodologische elementen die essentieel zijn voor dit soort aanpak. Ze stelt voor dat SMart nadenkt over de verbetering van de toekomstige IT-tools – die een essentiële drijvende kracht vormen in het dagelijks beroepsleven van duizenden vennoten.

**DE WERKGROEP BELAST MET DE REFLECTIE
ROND HET VERBETEREN VAN DE IT-TOOLS
BEVEELT SMART HET VOLGENDE AAN:**



DE COMMUNICATIE VAN DE INFORMATICA-AFDELING NAAR DE GEBRUIKERS BEVORDEREN EN TRANSPARANTER MAKEN

Op dit moment is er geen middel om de feedback en de uitwisselingen tussen de gebruikersgemeenschap en SMart – meer specifiek de IT-afdeling – te formaliseren. Er bestaan ook geen communicatiekanalen van de informatica-afdeling, of van het operationeel management rond de evolutie van onze IT-tools richting gebruikers: interne prioriteiten, status van grote projecten, enz.

In deze context beveelt de werkgroep als eerste prioriteit aan om gestructureerde communicatiekanalen te installeren om de IT-ontwikkelingen van SMart transparanter te maken.

UITDIEPING

Deze kanalen kunnen permanent zijn, of meer ad hoc, op geregelde tijdstippen worden ingezet. De vorm moet nog vastgelegd worden. Op het extranet bijvoorbeeld, middels de creatie van een specifieke nieuwsbrief...

Uit **aanbeveling 2** blijkt dat het instellen van een stuurcomité het beheer van gebruikersfeedback mogelijk maakt. Het moet op zijn minst deelnemen aan de reflectie rond dit punt, in samenwerking met de Raad van bestuur, de IT-afdeling en het operationeel management, en de communicatiedienst.



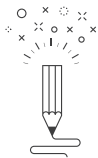
AANDACHTSPUNTEN

Er is geen unanimité binnen de werkgroep over het feit of het effectief het comité is dat dit soort communicatie moet beheren.

En hoewel er weinig argumenten werden uitgewerkt rond deze vraag, toch wenst de groep dat SMart deze communicatiekwestie aankaart.



A series of horizontal dotted lines for writing, starting from the top right of the pencil illustration and extending across the page.



EEN STUURCOMITE OPRICHTEN

De oprichting van zo'n comité zal ons in staat stellen ervoor te waken dat de aanbevelingen die volgen, uitgevoerd worden.

De werkgroep beveelt aan een stuurcomité in het leven te roepen dat tot doel heeft de implementatie van de aanbevelingen van onze werkgroep te waarborgen: vanaf het creëren van de *baseline* tot het toezicht op kwantitatieve metingen en kwalitatieve enquêtes (aanbevelingen 4, 5 en 6).

Op basis van de verzamelde informatie rond het gebruik van onze tools, zal het stuurcomité bovendien aan de Raad van bestuur voorstellen doen om de tools te verbeteren.

UITDIEPING

Samenstelling van het comité

De werkgroep is niet unaniem over de vraag wie in dit comité zetelt. De Raad van bestuur zal moeten beslissen in functie van de nodige expertise, geschatte budgetten en implementatietermijnen.

A priori zal het comité uit een tiental personen bestaan.

In dit stadium heeft de werkgroep twee opties:

1. Ze zal bestaan uit minstens één vertegenwoordiger van de 6 gebruikersprofielen die de groep heeft geïdentificeerd (zie aanbeveling 3). Voorts kan ze ook samengesteld zijn uit vrijwilligers 'van welk profiel ook': vennoot of niet, vennoot met of zonder activiteit, opdrachtgever, partner, vaste medewerker, enz. Het enige criterium is gemotiveerd zijn om een goed beheer van

de gebruikersfeedback te garanderen. Met andere woorden, de *interface* zijn tussen SMart en alle gebruikers van de IT-diensten.

2. Ze zal bestaan uit twee vertegenwoordigers van de 6 gebruikersprofielen die de groep heeft geïdentificeerd. Deze zullen in paren werken. Voordeel: als de ene afwezig is, kan de andere de missie binnen het comité verzorgen.

Werking

SMart zal vergaderlokalen ter beschikking stellen aan het comité.

Het comité komt minimaal 4 keer per jaar bijeen (geen maximum).

Om zijn missie goed uit te voeren zal het comité regels moeten ontwikkelen rond het omgaan met eigen leden die afwezig zijn of stoppen.

Missies

Het stuurcomité zal de info die via kwantitatieve metingen en kwalitatieve enquêtes werd verzameld als volgt verwerken:

- > Het comité zal voorstellen voor verbeteringen voorleggen aan de Raad van bestuur. Die voorstellen moeten vooraf gelegitimeerd, en dus beargumenteerd worden.
- > Doorsturen van de voorstellen naar het directiecomité. Het financieel en operationeel management kan tussenkomen in het rangschikken van de prioriteiten;
- > Evaluatie, met de administratieve, financiële en IT-diensten, van de haalbaarheid qua menselijke en budgettaire middelen.

Werking

Het comité zal verantwoordelijk zijn voor de follow-up en controleren wat geïmplementeerd werd of niet. Het comité kan zich op methodologisch vlak laten begeleiden en moet ten minste vergezeld zijn van een bezoldigde secretaris (om de logistiek verzekeren, net als het opstellen van documenten die voortvloeien uit de vergaderingen) en eventueel een animator/facilitator. Het comité zal een jaarverslag uitbrengen dat opgenomen zou kunnen worden in het jaarverslag van SMart. Het comité rapporteert aan de Raad van bestuur, die het comité na één jaar evalueert (leden, functioneren...). Comitéleden zullen op zijn minst hun reiskosten terugbetaald krijgen. Het comité wordt een budget toegewezen voor de taken die uitbesteed of uitgevoerd moeten worden. Kwantitatieve metingen bijvoorbeeld of kwalitatieve enquêtes, secretariaatskosten, het organiseren van vergaderingen, enz.



AANDACHTSPUNTEN

De werkgroep benadrukt het belang van objectieve methoden voor het verzamelen van informatie. Het is cruciaal dat de toekomstige door het comité verzamelde informatie betrouwbaar is: hiervoor staat het comité garant.

Het comité moet erop letten dat de kwantitatieve metingen en kwalitatieve enquêtes slechts een minimale bias hebben (zie [aanbevelingen 5 en 6](#)).

Er moet rekening gehouden worden met de interesses en bijzonderheden van elke categorie gebruikers.

Het comité zal deelnemen aan de analyse van de resultaten om zo de onpartijdigheid te waarborgen.

De werkgroep heeft aandacht voor wetenschappelijke UX-designtechnieken (user experience design). Dit gedeeltelijk dankzij de interventie en documentatie van gastexpert Alexandre Dehon (zie bijlagen). Toch kunnen de comitéleden, uitgenodigde experts of gemandateerde consultants ook uit andere 'scholen' komen, als die relevant blijken voor het behandelen van de gebruikersfeedback.

De werkgroep wenst een voorbehoud te maken bij de permanente aanwezigheid van directieleden (operationeel management of IT-diensten) binnen het stuurcomité. Aan de andere kant zou het een goed idee zijn hen gericht uit te nodigen op de vergaderingen van het comité.



ZES TYPES GEBRUIKERS (*PERSONAE*) IDENTIFICEREN

De IT-tools zijn bedoeld voor gebruikers met verschillende profielen, waardoor de IT-afdeling van SMart met een aantal problemen wordt geconfronteerd.

De werkgroep heeft zes types geïdentificeerd, die ze definieert als *personae*. Deze types zijn 'ideaaltypische' gebruikerscategorieën.

De werkgroep beveelt aan om deze manier van categorie-indeling toe te passen om de tevredenheid rond het gebruik van de tools en de evolutie van de tools te evalueren.

UITDIEPING

De 6 hoofdcategorieën van gebruikers:

1. Intensief lid ('bedrijfsleider')
2. Occasioneel lid ('geïsoleerde werknemer')
3. Opdrachtgever/klant
4. Projectbegeleider bij SMart
5. Intern administratief SMart-personeel (jurist, hr, financieel...)
6. Bezoeker van de website (extranet)

De 6 geïdentificeerde *personae* moeten beschouwd worden als een referentietypologie die SMart kan gebruiken voor het creëren van reflectie- en consultatieruimtes van IT-tools.

Deze categorieën kunnen alle partijen betrokken bij het verbeteren van de Smart-diensten (binnen elke directie) helpen, want zo kunnen alle mogelijke profielen en soorten gebruik in overweging genomen worden.







EEN 'BASELINE' DEFINIËREN: EEN ACTUELE NULMETING VAN DE TEVREDENHEID VAN DE SMART-GEBRUIKERS

Een van de taken van de werkgroep is het voorstellen van een kader waarbinnen alle gebruikersfeedback (ervaringen, (on)tevredenheid) over de IT-tools die SMart ter beschikking stelt van haar gebruikersgemeenschap verzameld kan worden.

Het voorstel van de werkgroep is om te beginnen met een nulmeting: een inventaris van de mate van tevredenheid over de IT-tools van SMart.

Die eerste evaluatie dient als ijkpunt voor daaropvolgende metingen, die met regelmatige tussenpozen worden uitgevoerd ([aanbeveling 5](#)).

Het gaat erom te vertrekken vanaf een nulpunt, voordat welke evolutie dan ook gekwantificeerd kan worden. Dit zal een manier zijn om feedback rond de ondernomen acties te verzamelen.

Dit zal het mogelijk maken om een dialoog aan te gaan (of opnieuw aan te gaan) rond de IT-oplossingen die SMart aan haar gebruikers voorstelt.

UITDIEPING

Voorafgaande tests

Vooreerst is het nuttig om duidelijke werkhypothese te formuleren en te weten wat precies gemeten moet worden.

Het opstellen van de vragenlijst moet voorafgegaan worden door een fase van kwalitatieve interviews. Uit die semi-structurende interviews worden de relevante vragen gepuurd die in de reguliere enquêtes gesteld zullen worden. De vragenlijst moet getest en aangepast worden – indien nodig, meerdere keren – voordat ze op grotere schaal wordt gelanceerd. De groep beveelt aan vertegenwoordigers van de 6 personen te consulteren voor die voorafgaande tests.

Uitvoering

Het team dat met het onderzoek belast is, zal ervoor zorgen dat de bias die met dit soort metingen gepaard gaat absoluut geminimaliseerd wordt. Een haloencontaminatie-effect bijvoorbeeld of een 'centrale tendens'-bias, een conformisme-bias, een bias gelinkt aan de volgorde van de vragen, het lengte-effect van de vragenlijst, enz.

De vragenlijst moet zo kort mogelijk zijn om een hoge respons te verkrijgen.

De vragenlijst zal massaal worden verzonden om een betrouwbare statistische analyse mogelijk te maken.

De metingen moeten de volgende 3 gebieden bestrijken:

> De extranet-infosites van Smart, dat wil zeggen het informatieve en documentaire gedeelte van de IT-diensten en -tools.¹ En ook – uiteindelijk – alle Europese sites.² Evenals de sociale netwerken van de coöperatie.³

> Het 'productieve' gedeelte van de Smart-tools, de persoonlijke ruimte: het gedeelte waar de leden hun documenten en transacties invoeren.⁴ En ook – uiteindelijk – alle Europese 'persoonlijke ruimtes'.

> Het 'productieve' gedeelte van de Smart-tools, dat door het Smart-personeel wordt gebruikt.⁵ En ook – uiteindelijk – alle Europese tools.



AANDACHTSPUNTEN

Deze momentopname zal niet alleen in België gemaakt moeten worden, maar ook binnen de Europese dochterondernemingen van Smart. De enquêtes zullen waarschijnlijk aangepast moeten worden om de lokale situaties beter te kunnen dekken. De aanpassing zal niet alleen gebeuren op taalniveau maar ook op inhoudelijk niveau.

De groep dringt erop aan dat professionals de leiding over de enquête nemen. Zij zullen zorgen voor de betrouwbaarheid van de formulering van de vragen, van de manier waarop ze worden gepresenteerd; van hun volgorde in de lijst; van de steekproeftrekking; van de analyse van de resultaten.

Vorbereidende interviews en voorafgaande tests zullen plaatsvinden op vrijwillige basis. De werkgroep stelt voor dat begeleiders de oproep tot kandidaatstelling ondersteunen. Zij zullen de link zijn tussen het onderzoeksteam en de deelnemers. De deelname aan de enquête – of aan de enquêtes, indien ze, afhankelijk van de locaties of het land, verschillende vormen aannemen – zal alleen succesvol zijn als er nog aanmoedigende etappes volgen. Bijvoorbeeld: een communicatie- en informatieplan gericht aan de gemeenschap van begeleiders, berichten op de bevroegde sites, e-mails, posters, evenementen die gericht zijn aan de ondervraagden, enz.



DOCUMENTATION > Bijlage 2

¹ <https://smartbe.be>, <http://www.smartagora.com/nl/>

² <http://smart-eu.org/>, <http://smartfr.fr>, <http://smart-de.org/>, <http://smart-ib.coop/>, <http://smart-it.org/>, <http://smarthu.org/>, <http://smart-nl.org/>, <http://www.smart-at.org/>, <http://smartse.org/en/home/>

³ www.facebook.com/smartbefr/, <https://www.facebook.com/smartbevlaanderen/>, www.instagram.com/smart.coop/, https://twitter.com/smartbe_fr, <https://twitter.com/smartvlaanderen>, <https://www.youtube.com/user/smartbesmart>

⁴ <http://account.ubik.be>, <https://tools.ubik.be>, <http://desk.smartbe.be>

⁵ Tools gebruikt door de begeleiders bij Smart (sam, ctq), <http://desk.smartbe.be>



REGELMATIGE KWANTITATIEVE ENQUETES UITVOEREN OM DE EVOLUTIE VAN DE GEBRUIKERSTEVREDENHEID TE EVALUEREN

Deze aanbeveling is een aanvulling op de vorige.

Ze vervolledigt de missie door een kader te bieden voor het verzamelen van feedback over gebruikerservaringen met, en gebruikerstevredenheid over de IT-tools die SMart aanbiedt.

UITDIEPING

Evolutie van de baseline

Het meten van de gebruikerstevredenheid moet met regelmatige tussenpozen worden herhaald om te evalueren hoe ze evolueert. Natuurlijk zullen deze metingen worden uitgevoerd onder omstandigheden en met een methodologie die doorheen de tijd constant zijn. Het zal nodig zijn om dezelfde steekproeven te raadplegen als die die geïdentificeerd werden tijdens de creatie van de baseline.

De kwantitatieve metingen moeten zes maanden of een jaar na de baseline worden gelanceerd.

De periodiciteit van de enquêtes wordt overgelaten aan het oordeel van het stuurcomité.

Deze kwantitatieve metingen zullen gebaseerd worden op de (vrij korte) vragenlijst van de baseline maar kunnen in de loop van de tijd evolueren om andere realiteiten te identificeren.

Het doel is niettemin een continue en relevante follow-up uit te kunnen voeren.

Net als bij de nulmeting zal het onderzoeksteam alles in het werk stellen om de eventuele bias die verbonden zijn met dit type meting te minimaliseren.

Om deze metingen verder uit te werken, zal SMart zeker een beroep moeten doen op externe professionals.



AANDACHTSPUNTEN

De perimeter zal vergelijkbaar zijn met die van de enquête die de baseline definieert.

De groep dringt er opnieuw op aan dat professionals de leiding nemen over het onderzoek. Zij zorgen voor de betrouwbaarheid van de formulering van de vragen, van de manier waarop ze worden gepresenteerd, van hun volgorde in de lijst, van de steekproeftrekking en van de analyse van de resultaten.

Vorbereidende interviews en voorafgaande tests zullen plaatsvinden op vrijwillige basis. De werkgroep stelt voor dat begeleiders de oproep tot kandidaatstelling ondersteunen. Zij zullen de link zijn tussen het onderzoeksteam en de deelnemers. De deelname aan de enquête – of aan de enquêtes, indien ze afhankelijk van regio of land verschillende vormen aannemen – zal alleen succesvol zijn als er nog aanmoedigende etappes volgen. Bijvoorbeeld: communicatie- en informatieplan gericht aan de gemeenschap van begeleiders, berichten op de bevraagde sites, e-mails, posters, evenementen die gericht zijn aan de ondervraagden, enz.



DOCUMENTATIE > Bijlage 2



KWALITATIEVE ENQUÊTES UITVOEREN BIJ DE GEBRUIKERS OM DE TOEKOMSTIGE ONTWIKKELINGSPISTES TE IDENTIFICEREN

Een van de taken van de werkgroep bestaat eruit te helpen bij het definiëren van de toekomstige ontwikkelingen die voor de gebruikers het relevantst zullen zijn.

UITDIEPING

De werkgroep beveelt het gebruik aan van kwalitatieve methoden.

Ze beveelt aan om voor deze interviews een beroep te doen op vertegenwoordigers van de zes geïdentificeerde types (persona's).

Zoals hierboven vermeld, zal de aanpak gericht zijn op de acties die ondernomen moeten worden.

Het overwegen van de behoeften van de gebruikers is noodzakelijk vanaf het begin van een projectontwerp.

Door gebruikers vanaf het begin te betrekken, beperkt men al te veel opeenvolgende versies (versie 1, 2, 3...), wat tijdrovend is en extra kosten genereert – en minder efficiënt is.

Er bestaan verschillende methoden.

Hieronder een niet-limitatieve lijst:

- > Focusgroepen op basis van de typologie van de zes persona's: fysieke bijeenkomsten van representatieve gebruikers (intern, extern, verschillende profielen).
- > Individuele interviews.

> Observatiesessies.

> Interne/externe vergaderingen om te luisteren naar ieders problematiek (type Midi-SMart).

De werkgroep beveelt externe adviseurs aan om de hoofdlijnen op te maken van de vragen die gesteld moeten worden. Samen met deze experts moet het minimum aantal deelnemers vastgelegd worden. Het verloop van de interviews en de analyse van de resultaten kan intern worden gedaan.

Professionals verkiezen een methode waarbij de interviews worden afgenomen in de 'natuurlijke' omgeving van gebruikers van de tool: bij vennoten, bij partners, in SMart-kantoren, eventueel tijdens evenementen...

Er wordt zo snel mogelijk gestart met de interviews. De periodiciteit van de enquêtes wordt overgelaten aan het oordeel van het stuurcomité. Het belangrijkste is een constante proactiviteit te handhaven en een open communicatiekanaal te behouden dat permanent geactiveerd kan worden.



AANDACHTSPUNTEN

De werkgroep staat erop dat het team dat verantwoordelijk is voor de kwalitatieve enquêtes zal letten op het minimaliseren van de eventuele bias die verbonden is met dit type meting.

De formulering of de toon van de vragen bijvoorbeeld, de manier waarop de interviewer zal reageren op de antwoorden van de deelnemers, hoe met stiltes wordt omgesprongen, de groepsdynamiek, enz. De analysemethoden moeten uitgevoerd worden volgens de regels van de kunst om te voorkomen dat de resultaten beïnvloed worden (bias).

De werkgroep heeft geen inschatting gemaakt van de kosten, middelen of hulpbronnen die nodig zijn om de interviews uit te voeren.



DOCUMENTATIE > Bijlage 3



OBJECTIEVE EN RELEVANTE EVALUATIECRITERIA VASTLEGGEN

De werkgroep benadrukt het belang van het selecteren van relevante indicatoren voor toekomstige metingen en evaluaties, voorgesteld in [aanbevelingen 4, 5 en 6](#).

Metten, OK. Maar wat meten?

Inderdaad, als SMart zich elke zes maanden de vraag stelt: 'Wat vindt u onze tools?', ontstaat het risico dat we het ons te gemakkelijk maken en ons tevreden te stellen met 'Ik vind ze goed'?

Vandaar het belang van het uitwerken van de sleutelementen binnen de vragen.

UITDIEPING

De werkgroep heeft veel gediscussieerd over de evaluatiecriteria (efficiëntie, toegankelijkheid, performance, snelheid, betrouwbaarheid...). Vervolgens voelde men de noodzaak om deze criteria verder te verduidelijken (efficiëntie: laten de ICT-tools van SMart de gebruikers toe om hun taken uit te voeren?)

Ondanks deze verkenning en de rijke discussies die volgden, is de groep ontevreden met het resultaat. Het lijkt hen niet rijp en professioneel genoeg.

De werkgroep is het er echter unaniem over eens dat er absoluut criteria moeten worden gebruikt als richtlijn voor toekomstige stemmingspeilingen (baseline, kwantitatieve metingen, kwalitatieve enquêtes).

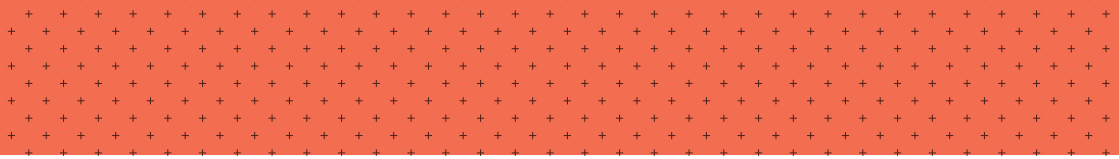
Zodra de evaluatiecriteria zijn gekozen, is enige standvastigheid nodig om trends doorheen de tijd te ontwaren.



AANDACHTSPUNTEN

Omdat men hier aan een centraal punt raakt, beveelt de groep ten sterkste aan het definiëren van deze criteria over te laten aan de professionals die zullen werken op de baseline, de kwantitatieve metingen en de kwalitatieve enquêtes.

Het stuurcomité zal hun keuze steunen.



MEER INFO EN BRONNEN VAN DE WERKGROEPEN OP:
www.smartbe.be/nl/bronnen-4-werkgroepen/

DANKWOORD

SMart bedankt alle deelnemers aan de reflectiegroep rond het raadplegen van de gebruikers en de verbetering van de informaticatools.

We zijn in het bijzonder dankbaar voor ieders vrijwillige en onbezoldigde (laten we dit nogmaals benadrukken!) inzet in het proces.

De groepen werkten samen aan het realiseren van hun doelstellingen en werden telkens ondersteund door een team bestaande uit een coördinator en een secretaris, plus twee leden van de Raad van bestuur.

De groep zelf stond zowel in voor de werkmethode als voor de organisatie van de vergaderingen en ontmoetingen met experts.

DE DEELNEMERS

Massimo BONGIORNO, infograficus, tools developer

Benoît CARDON, projectmedewerker bij SMart

Karl DELANDSHEERE, web developer, infograficus, fotograaf

Lieza DESSEIN, projectmedewerkster bij SMart

Stephane DIERICKX, analyst-developer bij SMart

Michaël LECERF, designer, web developer

Silvia MANDRIOLI, vertaalster

Benoît MANSION, auteur, componist, tolk

Bernard MORIAU, projectbegeleider bij SMart

Gwenaël MOUTHUY, IT-consultant et management coach

Thibaut SABBE, projectmedewerker bij SMart

GASTEXPERTS

Alexandre DEHON, Anaïs digital

DE LEDEN VAN DE RAAD VAN BESTUUR

Joëlle BOUCHER, developer bij SMart

Marie-Françoise WIRIX, medewerkster financiële en administratieve opvolging bij SMart

HET COÖRDINATIETEAM

Nathalie DUYNCKAERTS, verantwoordelijke kwaliteit bij SMart

Stefano VICENZI, directeur informaticadiensten bij SMart

ZE KWAMEN 6
KEER SAMEN EN
VERGADERDEN IN
TOTAAL 15 UUR



WISSELDEN 100
E-MAILS UIT, 4
FRAMADATES, EN 1
FRAMAPAD

ZE ATEN 15 WRAPS
VAN JEAN-LOUIS



2
COUSCOUSCHOTELS
VAN HAFIDA



15 TAPAS VAN
FELIPE VEGA



EN DRONKEN
PER PERSOON
GEMIDDELD BIJNA
24 LITER WATER



EN 2 À 3 GLAZEN
WIJN

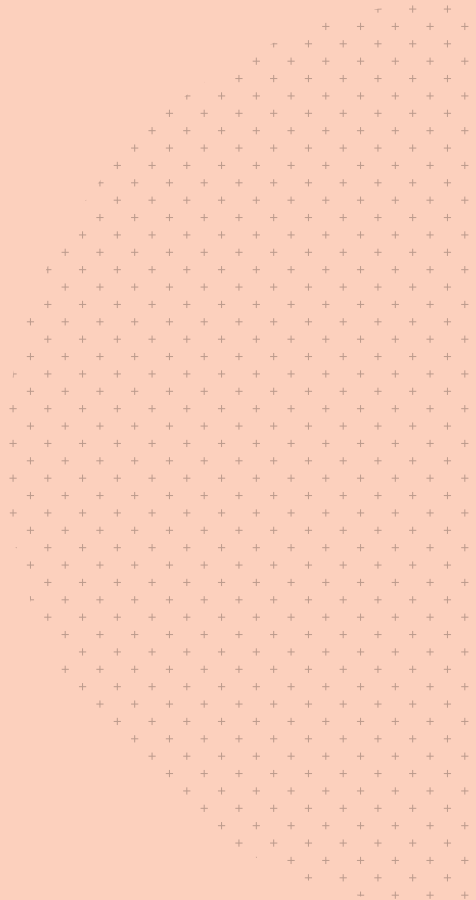




A series of horizontal dotted lines for writing, starting from the first line below the pencil illustration and extending across the page.

BIJLAGEN

IT-TOOLS



BIJLAGE 1

DOCUMENTATIE BIJ AANBEVELING 3

Definitie van 'personae' in de presentatie van Alexandre DEHON (pagina 76).

Te raadplegen op <http://smartbe.be/nl/bronnen-4-werkgroepen>

User Centered Design Canvas :

Understand the target user.

Define product/market fit.

Adjust the business to the user and market need.

Determine the competitive advantage.

Create Unique Value Proposition.

Improve the brand communication strategy.

<https://ucdc.therecangles.com/>

BIJLAGE 2

DOCUMENTATIE BIJ AANBEVELINGEN 4 EN 5

Sectie 'EVALUATIE' in de presentatie van Alexandre DEHON (pagina's 89-115).

- > Gebruikerstests (varianten, biometrie, 5-secondentest, user journey)
- > Schalen: bruikbaarheid; UX; UX (UEQ)
- > Voltooiing van de zin
- > Gevoelsanalyse
- > Cards sorting
- > Tree testing
- > Analytics
- > A/B testing
- > Analyse van de temporele UX
- > Evaluaties van experts
- > Beslissingsmatrices

Te raadplegen op <http://smartbe.be/nl/bronnen-4-werkgroepen>

Grootte enquêtesteekproef: naar hoeveel personen moet ik mijn enquête eigenlijk versturen?

- > Wat is uw populatie?
- > Hoe nauwkeurigheid moet de steekproef zijn?
- > Hoe groot moet de steekproef zijn?
- > Zullen de ondervraagde personen antwoorden?
- > Naar hoeveel personen moet ik mijn enquête dus sturen?

<https://fr.surveymonkey.com/mp/sample-size/>

Vijf te mijden valkuilen bij het schrijven van klanttevredenheidsonderzoeken:

- > restrictieve meerkeuze;
- > vragen in twee delen met slechts één antwoordkeuze;
- > een antwoord op elke vraag eisen;
- > te veel vragen;
- > onderweg het echte objectief kwijtspelen.

Vijf tips voor geweldige enquêtes die volgen op de reacties van klanten

- > blijf onpartijdig;
- > vermijd hypothetische formuleringen;
- > stel eenvoudige vragen;
- > stel geen onnodige vragen;
- > 'In welke mate...?'

<https://fr.surveymonkey.com/mp/customer-satisfaction-survey-questions/>

Enquêtes: belangrijkste bias bij het formuleren van vragen:

<http://icp.ge.ch/sem/cms-spip/spip.php?article1765>

BIJLAGE 3

DOCUMENTATIE BIJ AANBEVELING 6

Sectie 'BIJDRAGEN VAN DE METHODE' in de presentatie van Alexandre DEHON (pagina 57-64)

- > Een proces van herhaling helpt om tegemoet te komen aan de behoeften van de gebruiker.
- > Gebruikersgericht ontwerp (product, team, gebruiker).
- > De troeven van een gebruikersgerichte ontwerpmethode.
- > Impact op uw budget.
- > De uitdagingen van UX (klantenbinding en succes, productiviteit, efficiëntie).

Sectie 'EXPLORATIE' in de presentatie van Alexandre DEHON (pagina's 73-83).

- > Interviews met belanghebbenden.
 - > Interview rond behoeften.
 - > Interview rond behoeften: observatie.
 - > Interview rond behoeften. personae.
 - + Competitieve analyse.
 - + Competitieve analyse: microfeedback.
 - + Focusgroep.
 - + Vragenlijsten (verkenkend).
- Te raadplegen op <http://smartbe.be/nl/bronnen-4-werkgroepen>

SMART IN PROGRESS WERKGROEPEN 2017-2018

Tijdens de Algemene vergadering op 20 juni 2018 stemden de vennoten van de coöperatie voor de oprichting van 4 participatieve werkgroepen met verschillende types vennoten en stakeholders. Opdracht van de groepen: een kader uitdenken voor een ethisch comité; de missies en de organisatie van de SMart-vertegenwoordiging bepalen; de financiële en economische informatie van de coöperatie bevorderen en – tot slot – overleg en reflectie rond de IT-tools van SMart aanbieden.

De groepen vrijwilligers werden gevormd op basis van hun motivatie. Niet minder dan zestig vennoten/gebruikers van onze diensten, klanten, vaste medewerkers en partners kwamen tussen september 2017 en maart 2018 één keer per maand samen. Onder begeleiding van experts wisselden ze uitvoering van gedachten over de uitdagingen van de thema's en hoe dit in de praktijk binnen de SMart-coöperatie kan georganiseerd worden.

In dit cahier vindt u de aanbevelingen van de werkgroep die nadacht over het bevorderen van de IT-tools van SMart.

smartinprogress@smartbe.be

