

Klanttevredenheidsonderzoek

Herssens Francis Business Mentorship bvba

15-07-2009



KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK

Dit instituutrapport belicht de activiteiten van Herssens Francis Business Mentorship bvba vanuit verschillende invalshoeken:

vanuit de klant (Klanttevredenheidsonderzoek)

vanuit Cedeo (Bezoekverslag en Conclusie van de onderzoeker)

INHOUDSOPGAVE

CEDEO-ERKENNING	1
1. ACHTERGROND	1
2. CRITERIA	1
3. METHODE	1
4. PROCEDURE	2
KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK	3
KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK CEDEO OPEN OPLEIDINGEN (B)	3
BEZOEKVERSLAG	7
CONCLUSIE VAN DE STICHTING CEDEO	9

Cedeo-erkenning

1. Achtergrond

Er zijn vele duizenden commerciële opleidingsinstituten die een veelvoud aan maatwerk- en open opleidingen aanbieden. Voor veel opleidingsfunctionarissen vormt dit enorme aanbod een onoverzichtelijk en, in kwalitatieve zin, ondoorgrondelijk geheel. Daarnaast zijn er enkele duizenden organisaties die zich richten op het brede terrein van bedrijfsadvies en intensieve begeleiding door middel van coaching.

Om zicht te bieden op instituten en bureaus die aantoonbaar naar tevredenheid van bedrijven en organisaties cursussen, trainingen, opleidingen, bedrijfsadvies of coaching hebben verzorgd, voert Cedeo klanttevredenheidsonderzoeken uit onder opdrachtgevers van deze diensten.

2. Criteria

Om in aanmerking te komen voor erkenning stelt Cedeo duidelijke eisen in de vorm van kwantitatieve en kwalitatieve criteria.

Kwantitatieve criteria ter borging van de continuïteit:

- De organisatie heeft meer dan vijf opdrachtgevers.
- De organisatie is minimaal drie jaar actief.
- De organisatie heeft een minimum jaaromzet van € 250.000,-.

Kwalitatieve criteria:

- De organisatie moet kunnen aangeven op welke wijze het haar aanbod ontwikkelt.
- De organisatie heeft op een bedrijfsgerichte wijze, bij meerdere organisaties, positieve resultaten geboekt. Of dit zo is, wordt gemeten aan de hand van een Klanttevredenheidsonderzoek.
- De organisatie moet in haar handelen aantoonbaar bedrijfsgericht zijn.

3. Methode

Cedeo verleent zowel een erkenning voor Maatwerk Bedrijfsopleidingen en Open Bedrijfsopleidingen, alsmede voor Coaching en Bedrijfsadvies. De onderzoeksmethoden, die aan de erkenningen ten grondslag liggen, worden hieronder nader toegelicht.

Tijdens het Klanttevredenheidsonderzoek benadert Cedeo (opleidings)functionarissen met een aantal gerichte vragen over hun ervaringen met uw organisatie. Hoe waarderen zij de samenwerkingsrelatie, de dienstverlening en de prestaties van uw organisatie? Centraal staat daarbij telkens de vraag in hoeverre het instituut erin is geslaagd geweekte verwachtingen en gedane beloften daadwerkelijk waar te maken. Pas bij een hoge mate van tevredenheid onder de ondervraagde functionarissen over de verschillende stappen in het voor-, uitvoerings-, en natraject én indien het instituut voldoet aan de vereiste basiscriteria rondom **kwaliteit**, **continuïteit** en **bedrijfsgerichtheid** (zie punt 2), komt het in aanmerking voor Cedeo-erkenning.

Cedeo stelt zich op het standpunt dat voor de aangevraagde erkenning tenminste 80% van de benaderde opdrachtgevers zich dient uit te spreken in termen van 'tevreden' tot 'zeer tevreden'.

Afhankelijk van het uitgevoerde onderzoek verleent Cedeo de volgende erkenningen:

- Cedeo-erkend "Maatwerk Bedrijfsopleidingen"
- Cedeo-erkend "Open Bedrijfsopleidingen"
- Cedeo-erkend "Coaching"
- Cedeo-erkend "Coach"
- Cedeo-erkend "Bedrijfsadvies"

Erkenningen hebben een geldigheid van 3 jaar na afgifte.

4. Procedure

Nadat het instituut zich heeft aangemeld voor Cedeo-erkenning, wordt de volgende procedure gehanteerd:

- Het instituut krijgt een vragenlijst toegezonden waaruit moet blijken dat het instituut voldoet aan de kwalitatieve en kwantitatieve criteria.
- Cedeo bestudeert de vragenlijst en voert het onderzoek uit.
- Cedeo bezoekt het instituut. Gedurende dat bezoek worden met de directie de uitkomsten van het onderzoek besproken, en saillante informatiepunten, door het instituut verstrekt in de vragenlijst, nader tegen het licht gehouden. Cedeo stelt daarnaast aanvullende vragen met betrekking tot zorg rondom kwaliteit, continuïteit en bedrijfsgerichtheid.
- Op basis van de vragenlijst, de geregistreerde ervaringen van opdrachtgevers en het bezoek, worden conclusies getrokken die resulteren in een advies.
- Dit advies wordt uitgebracht aan het Bestuur van de Stichting Cedeo. Dit advies kan zijn:
 - toekennen van de Cedeo-erkenning en daarmee opname in het Cedeo-register
 - geen toekenning of continuering van de erkenning.
- Het Stichtingsbestuur verleent al dan niet de Cedeo-erkenning. Bij een positieve uitspraak zijn de onderzoeksresultaten openbaar en bij Cedeo te verkrijgen.

Klanttevredenheidsonderzoek

Klanttevredenheidsonderzoek Cedeo Open opleidingen (B)

Aantal referenten ondervraagd: 10

Score tevredenheid ①	1	2	3	4	5
Voortraject②				70%	10%
Opleidingsprogramma③				70%	20%
Uitvoering			10%	70%	20%
Opleiders				70%	30%
Trainingsmateriaal			30%	60%	10%
Accommodatie④				50%	10%
Natraject			20%	80%	
Organisatie en administratie⑤				70%	10%
Relatiebeheer⑥		10%	10%	50%	10%
Prijs-kwaliteit verhouding⑦		10%		70%	
Tevredenheid opleiding / samenwerking totaal				80%	20%

- ① 1 = zeer ontevreden
2 = ontevreden
3 = noch ontevreden/noch tevreden
4 = tevreden
5 = zeer tevreden
- ② Twee referenten hebben geen zicht op het voortraject. Alles werd geregeld door hun werkgever.
- ③ Eén referent had voor de aanvang van de opleiding geen zicht op het opleidingsprogramma.
- ④ Vier trainingen zijn in-company uitgevoerd.
- ⑤ Twee referenten hebben geen zicht op de organisatie en administratie vermits hun werkgever het contactpunt is.
- ⑥ Twee referenten hebben geen zicht op het relatiebeheer. Dit verloopt via hun werkgever.
- ⑦ Twee referenten hebben geen zicht op de prijs/kwaliteit verhouding. Alles werd geregeld door hun werkgever.

Toelichting op de gegeven antwoorden:

Voortraject

De grootste groep ondervraagden kennen Francis Herssens Business Mentorschip BVBA (hierna te noemen FHBM) via mond-tot-mond reclame. Enkelen waren door hun werkgever ingeschreven. Anderen vonden informatie op het Internet, in de newsletter van FHBM, via e-mail of door het bijwonen van een voordracht gegeven door de hoofdtrainer. Redenen voor de keuze van FHBM waren: "De beschrijving van de opleiding leek interessant", "We vonden van deze trainer zeer goede tips over onderhandelen op het Internet", "Recommandaties van anderen op de website", "De no-nonsense aanpak gericht op de praktijk", "Vrienden waren heel tevreden van deze opleiding" en "Het overtuigend dynamisme van de hoofdtrainer en zijn kennis over sales." De inschrijvingen verliepen overal vlot en gebeurden meestal via e-mail. Een aantal referenten gaven aan dat ze over het hele voortraject niets konden zeggen vermits alles rechtstreeks via hun werkgever, de directiesecretaresse of het HR departement was verlopen.

Opleidingsprogramma

Deelnemers krijgen informatie over de opleidingen via de newsletter van FHBM die hen per e-mail wordt toegestuurd. Reacties hierop zijn: "Alles staat duidelijk vermeld in de newsletter" en "Hij sprak fel aan." Voor iedereen was de inhoud van het opleidingsprogramma vooraf voldoende duidelijk alhoewel sommigen dit pas te zien kregen bij aanvang van de training. Eén referent meldt: "De inhoud van het lesprogramma stond duidelijk uitgelegd in de newsletter en sprak me aan." Enkele respondenten namen telefonisch contact met de trainer om meer uitleg te krijgen over het programma. In de bevestiging van inschrijving via e-mail staat alles heel duidelijk beschreven. Een afnemer van een in-company training citeert: "De trainer paste de inhoud van de opleiding aan volgens onze aanwijzingen zodat dit eerder een tailor-made training werd." De prijsopgave is steeds correct en duidelijk. Toelichtingen hierover zijn: "De prijs is zoals beschreven stond", "Hij houdt er zich rigoureuus aan" en "Prijzafspraken zijn ok." Een aantal respondenten geven aan dat ze enkel bij aanvang van de training het programma voor de éérste maal zagen en niets over de prijs wisten daar alles door hun werkgever was geregeld. Maar ze vinden dit niet storend.

Uitvoering

De opleidingen verlopen zeer interactief met een goede afwisseling tussen theorie en praktijk en met nadruk op praktijkvoorbeelden. De theorie wordt uitgelegd aan de hand van een Powerpoint-presentatie. Als didactische werkvorm neemt het rollenspel een belangrijke plaats in de opleiding. Elke deelnemer krijgt de kans om verschillende rollen te spelen en ook de trainer neemt hieraan deel. Meerdere geven aan dat bij dit rollenspel de verschillende arbeidssectoren van de deelnemers aan bod komen. Uitspraken over de opleiding zijn: "Er werd ingespeeld op ieders werksfeer", "De theorie uit de cursus werd dadelijk omgezet naar de praktijk", "Het was geen verhaal uit een boekje van een Amerikaanse goeroe", "Het voelde niet aan als echt les krijgen", "Het was voorbij voor je het wist", "Iedereen was zeer geboeid", "Over elk rollenspel dienden we allemaal mee na te denken en commentaar te geven" en "Er werd heel vaak teruggekoppeld." Twee afnemers van een training op maat geven aan dat de briefing zeer goed wordt opgevolgd en de trainer aan elke deelnemer persoonlijk aandacht geeft. Over deze persoonlijke benadering wordt door anderen het volgende gezegd: "Er werd goed rekening gehouden met deelnemers met en zonder commerciële ervaring" en "Niveaueverschillen werden zeer goed opgevangen." Voor vragen en opmerkingen is er voldoende aandacht. Zelfs tijdens de pauzes en na afloop was er steeds tijd om vragen te stellen. Tussendoor vinden er regelmatig mondelinge evaluaties plaats. Eén afnemer van een training op maat vindt de opleiding erg éézijdig met veel te weinig interactie. Hij betreurt dat er enkel met een Powerpoint-presentatie wordt gewerkt en er geen rollenspel plaatsvindt. Vandaar zijn score drie op dit onderdeel.

Opleiders

Alle respondenten zijn unaniem lovend over de kwaliteiten van de hoofdtrainer van FHBM. Het volgende illustreert dit: "Hij is een professioneel, enthousiast, dynamisch en zeer ervaren persoon die het goed kan brengen", "De trainer heeft alle watertjes doorzwommen", "Hij staat dicht bij de mensen en past zich aan de omgeving aan", "Mensen gaan mee in zijn verhaal", "De trainer vraagt wie wat doet en speelt daar op in", "Hij is geëngageerd, gemotiveerd en onderlegt in de materie", "Hij betreft iedereen, ook jonge en dynamische deelnemers", "De trainer boeit iedereen constant" en "Hij is één van de aangenaamste trainers die ik heb meegemaakt." De meertaligheid van de hoofdtrainer wordt een paar maal als een groot pluspunt aangehaald. Eén referent spreekt over twee trainers die hij als volgt omschrijft: "De ene trainer is heel boeiend want hij laat de mensen zelf ontdekken en speelt hier op in. De andere trainer zal meer voordoen, vanuit eigen ervaring praten en is minder luisterend. Ik geef de voorkeur aan de éérste."

Trainingsmateriaal

Het lesmateriaal bestond uit een syllabus en vaak ook een kopie van de gebruikte Powerpoint-presentatie. Tijdens alle lessen werd er hoofdzakelijk gewerkt met een Powerpoint-presentatie. Twee deelnemers gaven ook het gebruik van een videofilm op als lesmateriaal. De presentatie werd door de deelnemers als volgt beoordeeld: "De Powerpoint-presentatie was een goede leidraad doorheen de hele les", " Deze presentatie was de theoretische verduidelijking van al de praktische voorbeelden die we kregen" en "Het lesmateriaal was een goede ondersteuning tijdens de les." Eén respondent had ook een blad met praktische tools meegekregen en noemde dit "Een schatkist aan informatie". De meeste hebben het lesmateriaal nadien nog ingekeken. Twee deelnemers vonden de syllabus veel te algemeen en helemaal niet praktisch bruikbaar vandaar hun score drie voor dit item. Een andere deelnemer kreeg als lesmateriaal enkel de Powerpoint-presentatie mee en beschrijft dit als "droge kost". Vandaar zijn score drie voor het lesmateriaal.

Accommodatie

Vier referenten hebben gebruik gemaakt van een eigen locatie. De andere waren allen tevreden over de trainingslocatie die FHBM had gehuurd. De trainingen van FHBM vonden plaats in een hotel net buiten het stadscentrum. Het was goed bereikbaar, makkelijk te vinden en er was steeds voldoende parkeerruimte. Het hotel werd omschreven als "Een echt goed seminariehotel", "Een mooi hotel" en "Een zeer verzorgd en proper hotel." De lokalen waren aangenaam en beschikten over alle accommodatie die nodig is in een seminarielokaal." Schrijfgierief werd ter beschikking gesteld van de deelnemers. Over de catering was iedereen lovend en reageerde als volgt: "Alles was goed verzorgd", "Er was steeds lekker eten, ook tijdens de pauze" en "Zowel de catering als de vergaderzaal waren in orde", "Zelfs 's morgens bij onze aankomst werden we ontvangen met koffiekoekjes." Geen enkele deelnemer bleef overnachten. Twee onder hen geven als enig minpuntje aan dat ze lang in de auto dienden te zitten, daar de trainingslocatie ver van hun woonplaats verwijderd was.

Natraject

Eén referent deelt mee een getuigschrift ontvangen te hebben na afloop van de training. De overige hebben geen certificaat of getuigschrift ontvangen en zeggen ook geen test of examen afgelegd te hebben. Alle deelnemers hebben op het einde van de training een evaluatieformulier ingevuld. De meeste onder hen geven ook aan dat er een mondelinge evaluatie was samen met alle deelnemers en de trainer. De afnemers van een training op maat geven aan dat na afloop de trainer met de leidinggevenden van hun bedrijf een debriefing heeft gehouden. Eén van hen vermeldt dat de trainer twee weken na de training op persoonlijke coaching is gegaan met de deelnemers. De meeste deelnemers vinden dat de gestelde opleidingsdoelen zijn bereikt en merken dit ook in de praktijk. Ze verwoorden dit als volgt: "Ik ben assertiever tijdens gesprekken en kijk naar mijn gesprekspartner", "Ik heb leren luisteren", "Eén keer per maand kijk ik nog eens mijn notities na", "Nuttig bij het opstellen van prijsoffertes", "Praktisch toepasbaar in een telefoongesprek" en "Uit de metingen die we zelf deden, voor en na, bleek duidelijk het positieve resultaat van deze training." Eén deelnemer geeft hier score drie omdat het gestelde doel volgens hem niet werd bereikt: "Het was niet praktisch genoeg, te theoretisch. Ik had liever meer praktische tips gekregen." Eén respondent die hier ook score drie geeft vindt de debriefing over de opleiding niet voldoende. Hij zou het op prijs stellen indien de trainer een opvolging van de deelnemers zou doen enkele maanden na de opleiding.

Organisatie en administratie

Over de organisatie en administratie van FHBM geven de deelnemers aan dat dit vlot verloopt. Niemand had hierover klachten. Enkele ondervraagden vermelden dat de facturen zeer goed gedetailleerd zijn en dat alles conform afspraak verloopt. Twee deelnemers kunnen zich over dit punt niet uitspreken vermits alle contacten met FHBM via hun werkgever verlopen.

Relatiebeheer

Het opleidingsinstituut verstuurt regelmatig via e-mail een newsletter. Volgens de meeste is dit voldoende om op de hoogte te blijven van de aanbiedingen. Eén respondent gaf aan regelmatig te worden gebeld door de hoofdtrainer. Een andere werkt op continue basis met FHBM en wil dit zeker nog zo houden voor de twee komende jaren. Anderen melden dat ze zelf contact opnemen met FHBM indien ze meer informatie wensen over een training. Bij een aantal deelnemers verlopen alle contacten met het instituut via hun werkgever. Vier ondervraagden delen mee niets meer gehoord te hebben van FHBM sinds de training. Twee onder hen vinden dit geen probleem. Voor één ervan is dit wel een rede om hier een score drie te geven. De vierde respondent is sterk teleurgesteld en geeft score twee omdat zijn werkgever wel informatie van FHBM ontvangt maar hij persoonlijk nog nooit. Men is zeer tevreden dat hun contactpersoon bij FHBM de hoofdtrainer is en er geen tussenpersonen zijn.

Prijs-kwaliteit verhouding

Unaniem geeft men aan dat de prijzen marktconform zijn. Wel wijzen de meeste referenten op het feit dat dit soort trainingen heel duur zijn en citeren: "Ongeveer dezelfde prijs als de anderen. Niet goedkoop maar wel marktconform" en "Marktconform maar allemaal absurde prijzen". Eén respondent meldt dat hij extra korting krijgt vermits hij veel trainingen bij FHBM afneemt. Eén deelnemer gaf op dit onderdeel een score twee omdat hij vindt dat de prijs lager moet zijn of minstens bespreekbaar en zegt: "Beschouw dit als een praktische toepassing van zijn cursus."

Tevredenheid opleiding / samenwerking totaal

Alle deelnemers zijn tevreden tot zeer tevreden over de opleidingen van FHBM en de samenwerking hiermee. Meermaals wordt de hoofdtrainer als sterkste punt van FHBM aangehaald. Zij verwoorden hun tevredenheid als volgt: "Een sterke trainer met veel praktijkervaring", "Een lesgever die boeit", "De hoofdtrainer denkt zeer klantgericht" en "FHBM speelt kort op de bal. Het is een klein, persoonlijk en direct instituut waar de trainer zelf de contactpersoon is en alles regelt." Als verbeteringen worden volgende suggesties gedaan: "Prijs wat laten dalen", "Video met praktijkvoorbeelden tonen", "Meer didactische materialen gebruiken want enkel een Powerpoint-presentatie is wat saai" en "Nog meer tips geven uit dagdagelijkse situaties zoals vermeld op website." Alle deelnemers zeggen het instituut aan te bevelen voor de standaardopleidingen en meerdere hebben dit al gedaan.

Bezoekverslag

Dit bezoekverslag is opgesteld door Cedeo. Het vormt een samenvatting van het gesprek dat opleidingsadviseur Mevrouw M. D'Hooghe voerde met Herssens Francis Business Mentorship bvba op 15-07-2009.

Algemeen

Het bedrijf Herssens Francis Business Mentorship BVBA (hierna HFBM genoemd), opgericht door de heer Francis Herssens in 2002, is gevestigd in Schoten. De organisatiestructuur bestaat uit één zaakvoerder, die tevens de hoofdtrainer is, en af en toe doet men beroep op één freelance trainer voor de opleiding 'Coaching'. De kernactiviteit is vorming en persoonlijke coaching van commerciële en zaakvoerders. Hij heeft zich hoofdzakelijk toegelegd op alle vormen van verkoopstechnieken, aansturen van commerciële en cross industries.

Francis Herssens is Licentiaat in de Toegepaste Economische Wetenschappen, UFSIA. Hij bekleedde directieposities als Bestuurder in de Ford Motor groep onder andere als Algemeen Commercieel Directeur België/Luxemburg, Marketing Manager België en Verkoopdirecteur B2B Benelux. Voordien was hij actief in vier bedrijven van de Ford groep in België, UK en Nederland in disciplines zoals credit en leasing, boekhouding, thesaurie, bedrijfsbeleid, vorming, klanttevredenheid, advertising, sales promotion, consultant dealerbeheer op retail vlak, marketingsystems en verkoopafgevaardigde B2B.

Hij volgde verschillende bijscholingen bij de Belgische Kamer van Rekenplichtigen en het VEV. Zo nam hij deel aan marketingprogramma's en tal van cursussen op het vlak van persoonlijke vaardigheden, project management en klanttevredenheid in België, UK en USA.

Zijn loopbaan met zeer gevarieerde disciplines op niveau van specialist, maakt dat hij zich vandaag positioneert als Business Development Mentor. Zijn toegevoegde waarde ligt hem in het laten samenkomen van verkoop, marketing, bedrijfsbeleid en menselijke prestaties in complexe business omgevingen. Hij is actief in het re-engineeren én in het implementeren, van werkbare en resultaatgerichte commerciële plannen. Effectiviteit en efficiëntie in functie van de productiviteit zijn de kern van zijn benadering. Concreet begeleidt hij bedrijven in verkooptechnieken, salesmanagement, persoonlijke vaardigheden en merge/change-oefeningen. Op die manier levert hij een significante bijdrage in het verwezenlijken van bepaalde uitdagingen in bedrijven. Hij is drietalig, met Nederlands en Frans als moedertalen. Tevens heeft hij jaren in Londen gewerkt en gewoond. Dit laat hem toe coherente programma's uit te werken voor organisaties in de drie talen. Op het gebied van training en opleiding is hij reeds vijftien jaren actief als trainer-consultant, gespecialiseerd in commerciële vaardigheden.

HFBM is business partner met het opleidingsinstituut Walter Spruyt Sales Coach BVBA van "Salesguide". Zo kunnen zij de know how met elkaar delen, weliswaar onder een afzonderlijke bedrijfsvoering.

Het opleidingsinstituut richt zich hoofdzakelijk op grotere KMO's, alle takken van bedrijvigheid en enkel naar commercieel beheer toe.

Kwaliteit

Het kernpunt in zijn visie op opleiden vertrekt vanuit het bewustwordingsproces en het aanleren van vaardigheden en technieken. Dit houdt in dat de deelnemer zich bewust wordt van wat hij doet en wat het effect hiervan is. De vaardigheden en technieken die hij hen aanleert is een middel tot "change", geen doel op zich en moet steeds passen in een strategie.

Tijdens een gesprek met de opdrachtgever gaat Francis Herssens na hoe hij het bedrijf van dienst kan zijn. Alvorens met de opleiding te starten heeft hij intakegesprekken met de deelnemers en vindt er ook een voor-observatie op de werkplek plaats.

Voor de ontwikkeling van de opleidingen en het cursusmateriaal werkt HFBM samen met het opleidingsinstituut "Walter Spruyt Sales Coach BVBA". Het ontwerp gebeurt op basis van terreinobservaties en academische omkadering. Zij publiceren tevens handboeken over de onderwerpen.

Pilots gebeuren voor de offerte in afspraak met de opdrachtgever, ondermeer mystery shopping, studie van de businesstak op basis van business cijfers, meegaan of aanwezig zijn op real-life situaties en diepgaande terugkoppeling voor enig verder vervolg.

Nieuwe ontwikkelingen worden grondig onderzocht op compatibiliteit en kwaliteit alvorens ze te integreren in de opleidingen. Zij gebeuren in functie van marktverschuivingen, op basis van ad hoc aanvragen en tendensen. Tevens schrijft, Francis Herssens samen met Walter Spruyt, over hun waarnemingen tendens-artikels in magazines. Momenteel is er een sterke vraag naar offerteopvolging, het maken van afspraken en prijsverdediging.

Er wordt door HFMB freelance trainers aangetrokken voor specifieke cursussen, namelijk 'Coaching'. Hun inwerktraject beslaat negen maanden waarbij zij alle opleidingen van HFMB dienen te volgen en zelf een aantal modules aan de deelnemers dienen te geven waarna een feedbackgesprek met Francis Herssens volgt. De kwalitatieve prestatienormen van de trainers worden gemeten aan de hand van evaluatieformulieren die de deelnemers invullen en door de hoofdtrainer die af en toe de lessen gaat bijwonen. De freelance trainers dienen niet te voldoen aan kwantitatieve prestatienormen en dragen ook geen omzetverantwoordelijkheid.

HFMB zorgt voor een goede kwaliteitsbewaking. Dit gebeurt door het laten invullen van evaluatieformulieren, nagesprekken met de klanten en feedbackrapporten. Indien nodig wordt er bijgestuurd. Het intern doel van elke training is op basis van afdoende resultaten repeat business of referenties te bekomen.

Het bedrijf kan een hoge klanttevredenheid voorleggen. Eventuele klachten komen rechtstreeks bij de zaakvoerder terecht en worden onmiddellijk ter plaatse bij de betreffende klant besproken. Deze worden snel en in het voordeel van de klant opgelost.

Continuïteit

HFMB verwerft opdrachten door mond-aan-mond reclame, visibiliteitsmanagement en repeat business.

Het aanbod van de opleiding- en adviestrajecten wordt aangepast op basis van markttendensen, ad hoc aanvragen en de feitelijke situatie.

Ontwikkelingen in de markt worden gevolgd via vakliteratuur, financiële dagbladen, bankiers, lezingen en vooral door de markttendensen waar te nemen. Deze worden steeds op het juiste moment in de opleidingen aangepast.

Om de continuïteit te waarborgen gaat HFMB niet streven naar volume, maar wel naar diepgang en moeilijkere uitdagingen, en zijn imago als veranderingstrigger in plaats van trainer en specialist in de "moeilijke aspecten" van de verkoop vooropstellen.

Op basis van het door Cedeo uitgevoerde klanttevredenheidsonderzoek, het gesprek ter plaatse en de daarbij verstrekte informatie over de orderportefeuille, acht Cedeo het opleidingsinstituut HFMB voor de komende jaren voldoende geborgd.

Bedrijfsgerichtheid

Afstemming op het bedrijfsbeleid en de bedrijfsdoelstellingen gebeurt door een maandprestatiestaat en een jaaranalyse op productniveau. De implementatiebevordering gebeurt door regelmatige aanwezigheid van een "wild observator" in de cursussen.

HFMB onderscheidt zich van anderen op volgende punten:

- Verkoop, ontwerp, concept en uitvoering gebeurt door één persoon, namelijk de zaakvoerder.
- Gedrevenheid in groepsanimatie, durven confronterend te zijn zonder confrontatie op menselijk vlak.
- Strategische beslissingsvorming.

Dit zijn tevens ook de sterke kanten van het instituut. Een zwakke kant is het gebrek aan administratieve support en het feit dat de werkzaamheden moeilijk te delegeren zijn waardoor alles op de zaakvoerder terechtkomt.

Conclusie van de Stichting Cedeo

Op basis van de positieve uitslag van het uitgevoerde Klanttevredenheidsonderzoek is het instituut toegestaan voor de periode van drie jaar het predikaat 'Cedeo-erkend' te voeren.

Daarnaast heeft het instituut recht op:

- De mogelijkheid om gebruik te maken van de vermelding 'Cedeo-erkend' voor PR-activiteiten
- Positieve advisering via de opleidingshulpdesk
- Opname op de website van Cedeo