



Adamas Inloophuis  
*door kanker bewust leven*

# Bezoek Tevredenheid Onderzoek

Rapportage  
1 juli 2015



# Inhoud

- Onderzoeksopzet
- Resultaten
  - Respondenten
  - Aanbevelen
  - Verhalen
  - Imago
  - Medewerkers
  - Activiteiten
  - Communicatiemiddelen
- Conclusies



# Doelstellingen

- Het Adamas Inloophuis wil de geboden ondersteuning en begeleiding van gasten nog beter laten aansluiten bij de behoefte.
- Onderzoekdoelstellingen
  - Verhalen ophalen;
  - Evaluatie van de geboden activiteiten.



# Gastonderzoek aangevuld met spiegel

- Kwantitatief, online onderzoek onder **gasten**;
  - personen die te maken hebben (gehad) met kanker (zelf of als naaste), die recentelijk het Adamas Inloophuis hebben bezocht.
  - Respondenten zijn geworven door berichten in de nieuwsbrief van Adamas.
- Aangevuld met een **spiegelonderzoek**.
  - Vrijwilligers en coördinatoren van het Adamas Inloophuis wordt gevraagd welk beeld zij denken dat gasten hebben van hun bezoek van het Adamas Inloophuis.

Onderzoek-verantwoording	Gasten	Spiegel
Veldwerkperiode	27 mei– 23 juni	8 juni – 23 juni
Response	132 na schoning (141 personen zijn aan de vragenlijst begonnen, 9 waren te onvolledig of dubbel ingevuld).	44 na schoning (ook bruto 44), bestaande uit 42 vrijwilligers en 2 coördinatoren.



# Gebruik maken van bestaande kennis

- Onderzoekers van de Hogeschool Rotterdam hebben in 2014 een studie gedaan naar de evaluatie van inloophuisbezoek.
  - In dit onderzoek kwamen 70 respondenten voor die het Adamas Inloophuis bezocht hadden.
  - In het onderzoek zijn o.a. vragen gesteld over de evaluatie van activiteiten door gasten.
- De resultaten van de respondenten van het Adamas Inloophuis zijn opgevraagd en geanalyseerd voor dit onderzoek.



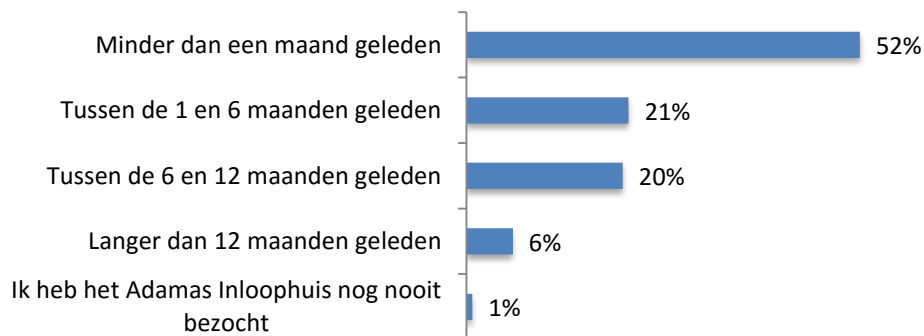
Adamas Bezoek Tevredenheid Onderzoek

# RESULTATEN



# Steekproef goede afspiegeling van recente bezoekers

## Wanneer voor het laatst bezocht?

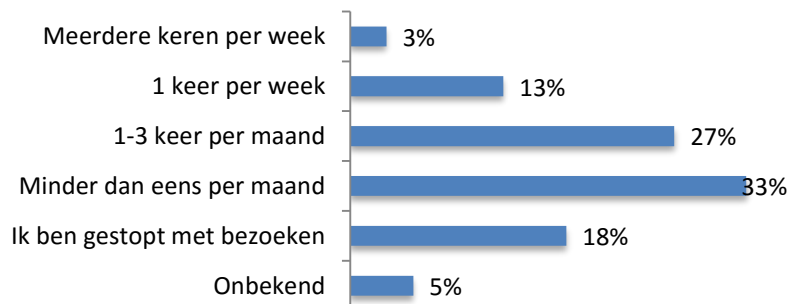


Zelf: 69%  
Naaste: 31%

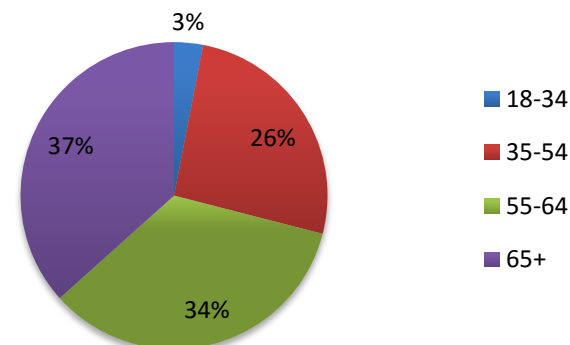


66% komt al langer dan 1 jaar bij het Adamas Inloophuis.

## Hoe vaak bezoekt u het Adamas Inloophuis?



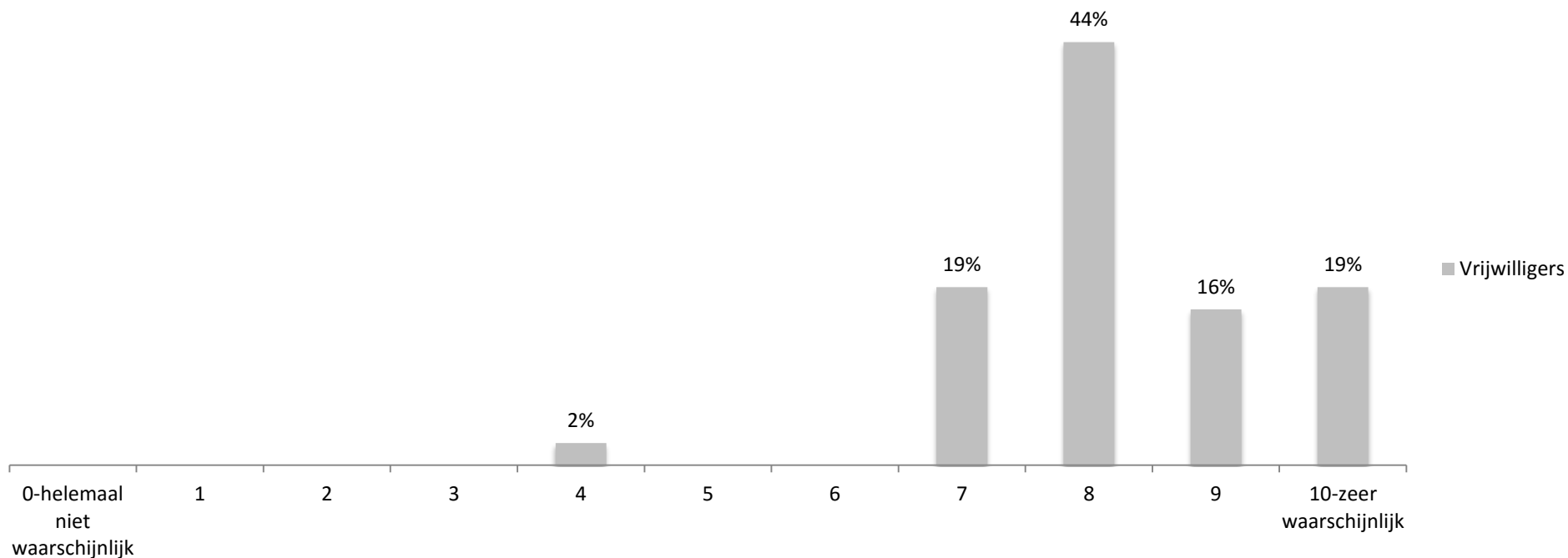
## Leeftijd (gemiddeld: 59 jaar)





# Verwachting van vrijwilligers redelijk ambitieus...

## Verwachting van vrijwilligers van de aanbeveelscore van gasten



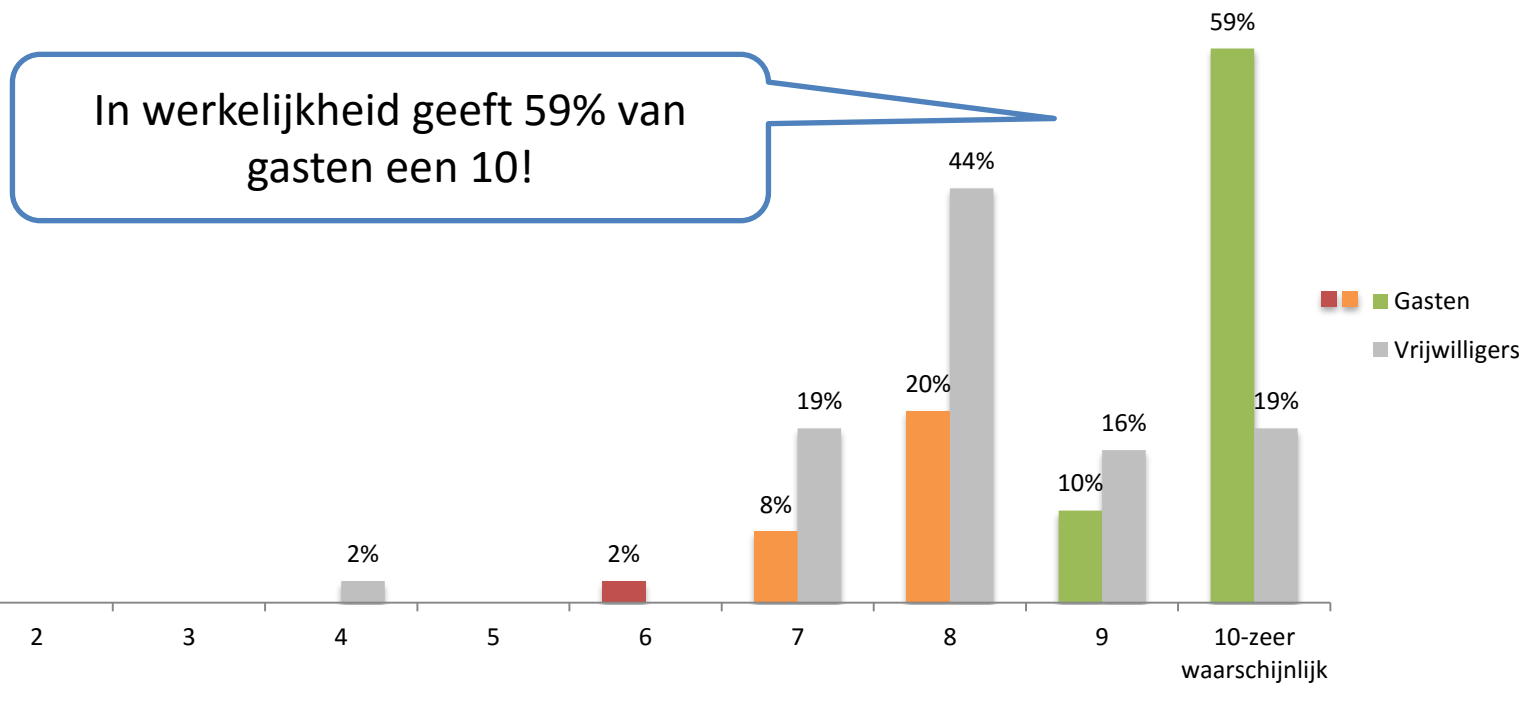
Gemiddeld verwachten vrijwilligers dat gasten een 8,3 geven.

*Vraag: Hoe waarschijnlijk is het dat u een bezoek aan het Adamas Inloophuis zou aanbevelen aan iemand in uw (directe) omgeving die net als u met kanker te maken heeft of krijgt? Basis: alle respondenten (n=132).*





# Gasten zijn nog veel meer geneigd een bezoek aan te bevelen dan vrijwilligers denken!



Gemiddeld komt de score uit op 9,1. Naasten geven een iets hogere aanbeveelscore dan mensen die zelf met kanker geconfronteerd worden (9,4 t.o.v. 9,0 gemiddeld).

*Vraag: Hoe waarschijnlijk is het dat u een bezoek aan het Adamas Inloophuis zou aanbevelen aan iemand in uw (directe) omgeving die net als u met kanker te maken heeft of krijgt? Basis: alle respondenten (n=132).*



# Gasten vertellen waardevolle verhalen over Adamas (i)



Vrijwilligers schatten goed in wat gasten de belangrijkste sterke punten van Adamas vinden.

*Vraag: U geeft aan dat u een bezoek aan Adamas waarschijnlijk zal aanbevelen. Welk verhaal zou u aan uw bekende vertellen over waarom u een bezoek aan het Adamas Inloophuis aanbeveelt? Basis: respondenten die een 8, 9 of 10 geven op de aanbevelvraag (n=118).*



# Gasten vertellen waardevolle verhalen over Adamas (ii)

(Gast) “Dat je Adamas als organisatie als een **warme deken** zal ervaren. Dat je er altijd **hartelijk wordt ontvangen** en dat de gastvrouwen altijd **vriendelijk** en **hulpvaardig** zijn. Dat er **bijzondere faciliteiten** aanwezig zijn en van alles en voor een ieder **georganiseerd** wordt. Kort om; een prachtig inloophuis.”

(Gast) “Het Adamas Inloophuis is een **warm bad**. Je kunt er je verhaal kwijt, maar als je daar geen zin in hebt, dan kun je er ook **gewoon 'zijn' of leuke dingen doen**. Er is een **gevarieerd aanbod** van workshops. **Mooie lichtpuntjes** als je leven even wat grauwer is dan je zou willen.”

(Gast) “**Fijne vrijwilligers**, en na een cursus smaak van het leven (uitgelegd wat het inhoud). Het verdriet en acceptatie van de ziekte van mijn partner **geaccepteerd** en kan er nu meer mee omgaan. Top.”

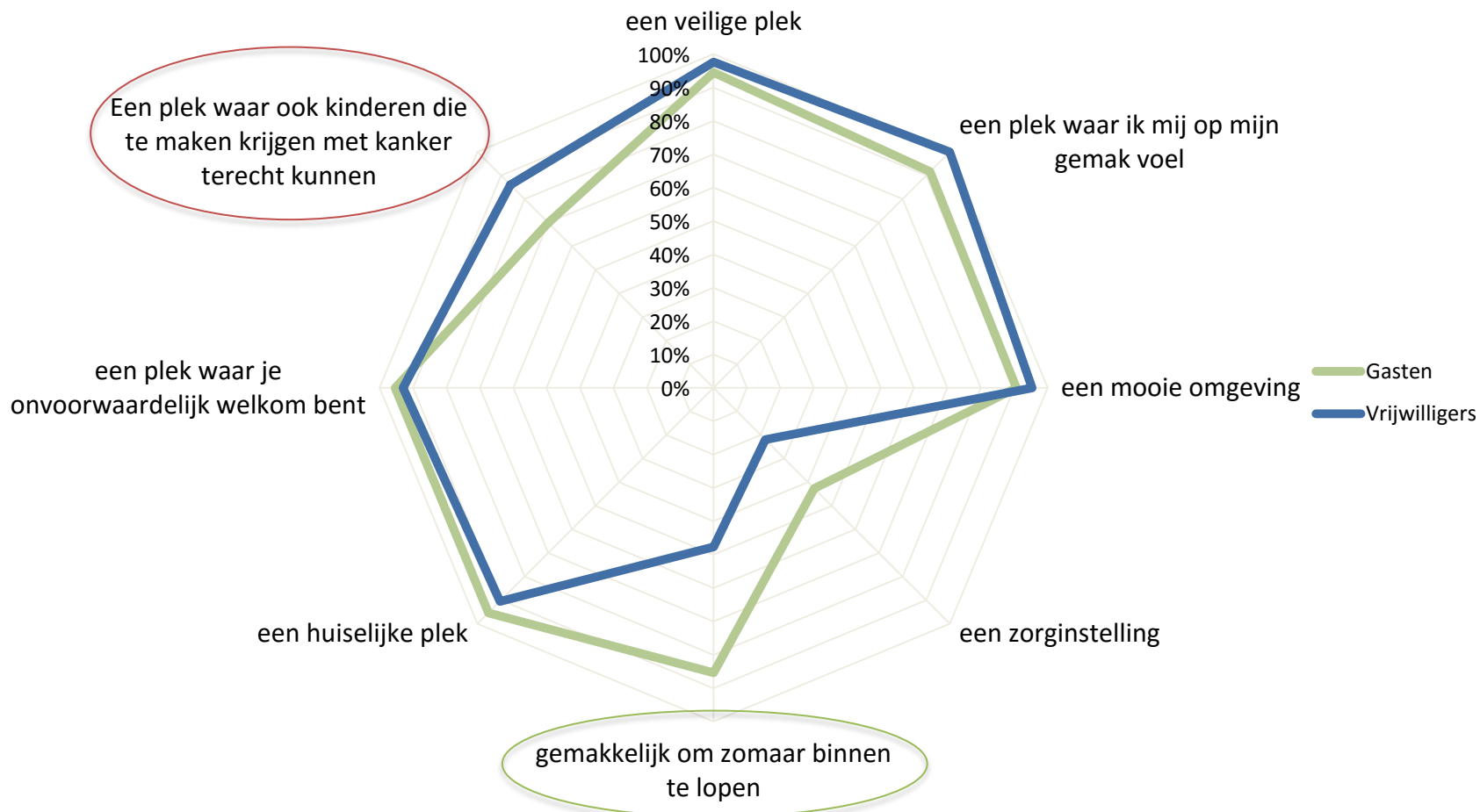
(Vrijwilliger) “je vindt er een **luisterend oor**, je hebt **leuke activiteiten** te doen, je komt in een **warm bad** er is **oprechte interesse** in jou. je kan er je verhaal kwijt.”

(Gast) “Als je ziek bent en thuis bent is er veel te doen. Langzaam aan ben ik mijn leven weer aan het oppakken en er zijn maar weinig avond workshops/activiteiten. Zou fijn zijn als er **meer voor 's avonds** geregeld kan worden.”

*Vraag: U geeft aan dat u een bezoek aan Adamas waarschijnlijk zal aanbevelen. Welk verhaal zou u aan uw bekende vertellen over waarom u een bezoek aan het Adamas Inloophuis aanbeveelt? Basis: respondenten die een 8, 9 of 10 geven op de aanbevelvraag (n=118).*



# Gasten vinden Adamas gemakkelijk om binnen te lopen, maar minder voor kinderen

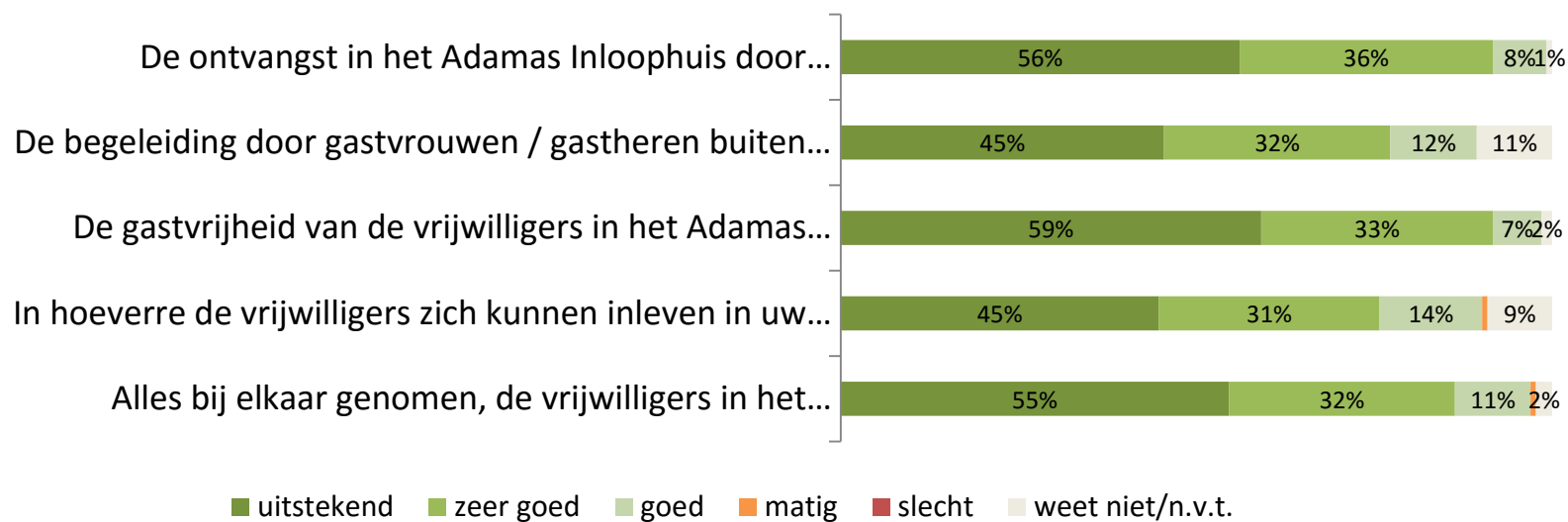


Vraag: De volgende vraag gaat over de uitstraling van het Adamas Inloophuis. In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? Het Adamas Inloophuis is... (e.g. een veilige plek). Basis: alle respondenten (gasten n=132, vrijwilligers n=44)).

Weergegeven is heht percentage (helemaal) mee eens.



# Gasten zijn erg enthousiast over de vrijwilligers!

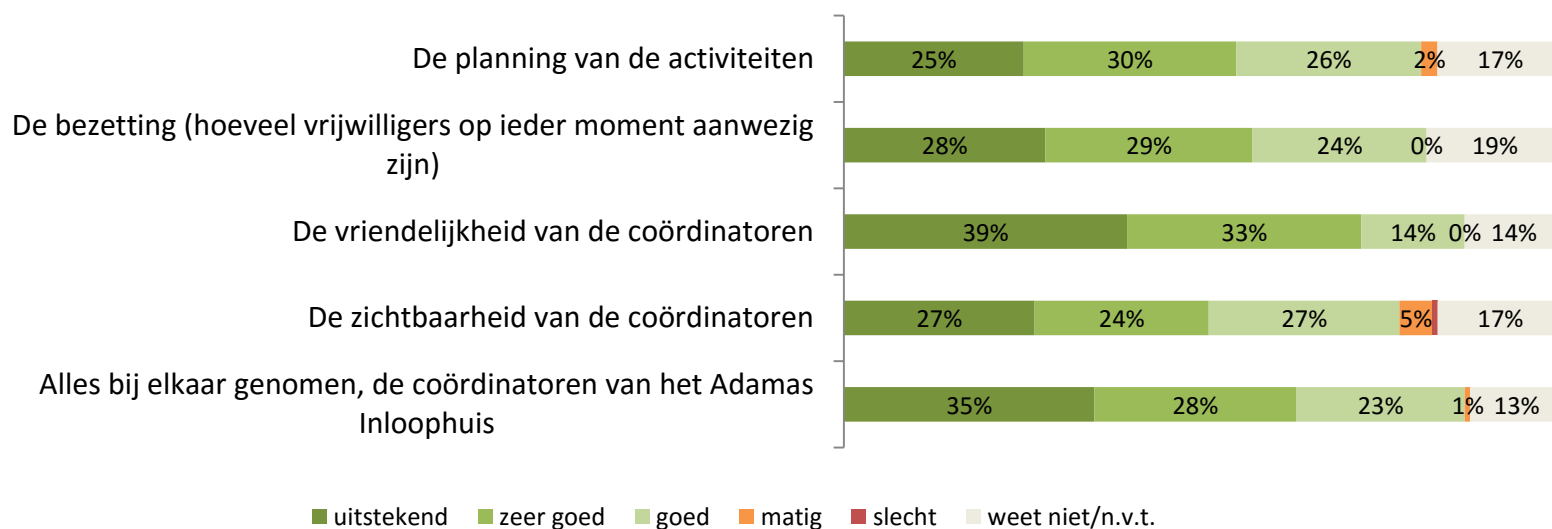


Ten opzichte van de verwachting van de vrijwilligers (spiegelonderzoek) valt op dat gasten vooral vaker 'uitstekend' kiezen i.p.v. 'goed': zij zijn dus enthousiaster dan de medewerkers denken!

Vraag: Hoe beoordeelt u de volgende aspecten van de dienstverlening door de **vrijwilligers**? Basis: alle gasten (n=132).



# Meeste gasten enthousiast over coördinatoren, een klein deel geeft geen oordeel vanwege onbekendheid



Ook hier geldt dat gasten vaker ‘uitstekend’ kiezen dan ingeschat in het spiegelonderzoek. Bij de coördinatoren valt verder op dat het percentage ‘weet niet’ hoger is dan ingeschat in het spiegelonderzoek.

Vraag: Hoe beoordeelt u de volgende aspecten van de dienstverlening door de **coördinatoren**? Basis: alle gasten (n=132).



# Uitstap naar Visser (2014)

Activiteit	Rapportcijfer	# beoordelingen
Evenement (modeshow, kerstmarkt e.d.)	9.1	12
Jongerenbijeenkomsten	9.0	2
Partnerbijeenkomsten	9.0	1
Koken	8.8	10
Informatie	8.7	18
Mindfulness	8.7	16
Themabijeenkomsten / lezingen / presentaties	8.7	19
Massage	8.7	15
Ontmoetingsactiviteiten (inloopochtend, koffie/thee drinken, samen eten e.d.)	8.7	34
Sportieve activiteiten (wandelen, zwemmen e.d.)	8.6	11
Ontspanningsactiviteiten (yoga, meditatie, tai chi, bewegen op muziek, aromatherapie e.d.)	8.6	22
Documentatiecentrum	8.5	2
Creatieve activiteiten (schilderen, koor, fotografie e.d.)	8.5	33
Rouwverwerkingsgroep	8.3	4
Telefonisch spreekuur	8.0	1
Verkoop artikelen	8.0	2



In het huidige onderzoek blijkt dat bij sommige respondenten de Mindfulness ('zweverig') en creatieve workshops niet aanslaan.

*Deze gegevens komen van de respondenten uit het onderzoek van Visser et al., 2014, die het Adamas Inloophuis hebben bezocht (n=70).*



# Visser 2014: verbetermogelijkheden bij meebeslissen en effect van activiteit



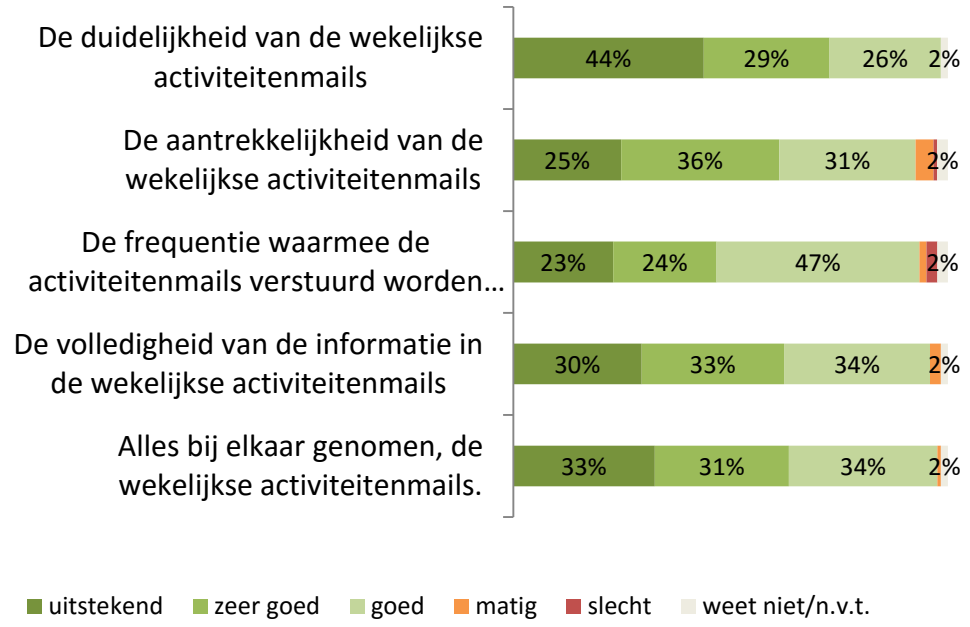
Deze gegevens komen van de respondenten uit het onderzoek van Visser et al., 2014, die het Adamas Inloophuis hebben bezocht (n=tussen de 62 en 66 per vraag).





# Wekelijkse activiteitenmail bekend en gewenst

Bekendheid: 93%



Gasten zijn enthousiaster over de wekelijkse activiteitenmails dan vrijwilligers denken!

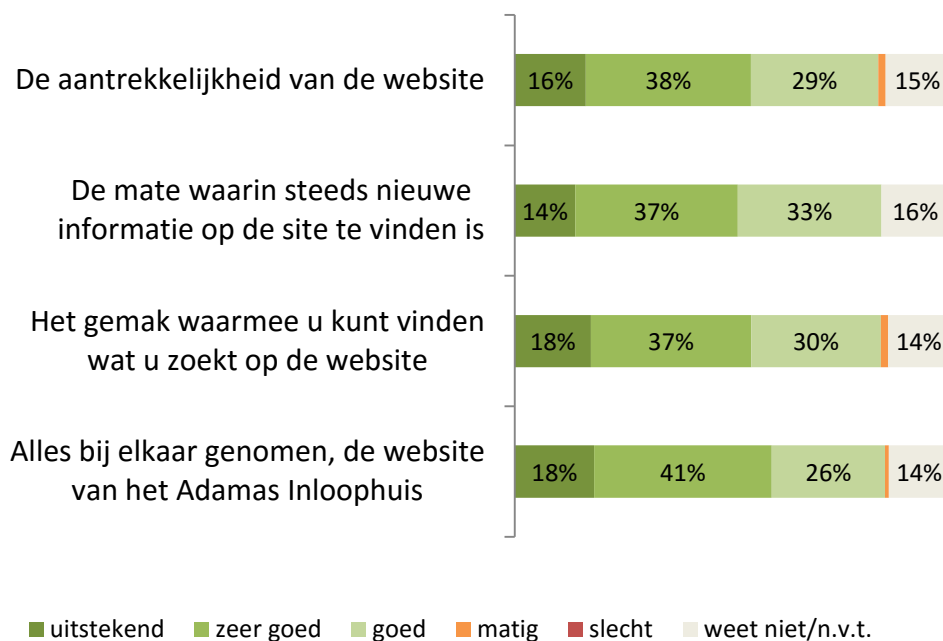


Vraag: Hoe beoordeelt u de volgende aspecten van de wekelijkse activiteitenmails? Basis: alle respondenten die aangeven de activiteitenmails te kennen (gasten n=121, vrijwilligers n=44).



# Website bekend en handig

Bekendheid: 89%



Vrijwilligers schatten de beoordeling van de website goed in.

Vraag: Hoe beoordeelt u de volgende aspecten van de website? Basis: alle respondenten die aangeven de website te kennen (gasten n=116, vrijwilligers n=44).



# Facebook pagina heeft nog onvoldoende gezicht

Bekendheid **40%**



Vrijwilligers schatten niet goed in dat gasten voor een groot gedeelte onbekend zijn met de Facebook pagina.

Gasten die wél bekend zijn met de Facebook pagina zijn iets jonger dan gemiddeld (55 jaar).

*Vraag: Hoe beoordeelt u de volgende aspecten van de Facebook pagina? Basis: alle respondenten die aangeven de website te kennen (gasten n=116, vrijwilligers n=44).*



# Suggesties van vrijwilligers voor de Facebook pagina

“

- De facebookpagina is leuk. Steeds nieuwe informatie. Echt super!!!
- Het is niet handig dat er meerdere facebook pagina's zijn van het Adamas Inloophuis.
- Filmpjes zijn helemaal top, duidelijk en helder! Waardevol om twijfelende mensen misschien toch te laten komen wanneer ze het nodig hebben. Beeld materiaal zegt soms zoveel meer dan alleen woorden.
- Het lijkt een beetje een pagina die bestemd is voor Adamas medewerkers en minder voor gasten/bezoekers van de pagina.
- Ik denk dat "Adamas werkt..." echt een topmarketing activiteit is. Mensen krijgen meteen gevoel bij het Adamas Inloophuis. Hulde voor wie dat bedacht heeft.
- ik vind Facebook een manier om "iets" onder de aandacht te brengen, niet om iets "op te zoeken" hier is de website voor is mijn mening.
- nog meer video's!! die scoren heel hoog en laten het Adamas sfeer proeven!

”

Adamas Bezoek Tevredenheid Onderzoek

# **CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN**



# Adamas biedt meerwaarde (i)

## **Gasten zijn ware ambassadeurs voor het Adamas Inloophuis**

- Gasten zijn zeer bereid om een bezoek aan het Adamas Inloophuis aan te bevelen.
  - De score is ongeveer gelijk aan de (Amerikaanse) benchmark voor zorginstellingen.
  - Naasten geven de hoogste score.
- De waardering van gasten is nog hoger dan de verwachting van vrijwilligers.

## **Iedere gast heeft een uniek en inspirerend verhaal**

- Gasten hebben individuele verhalen over de steun die zij vinden bij het Adamas Inloophuis. Belangrijke thema's zijn contact met lotgenoten, warme sfeer, liefdevolle vrijwilligers, verhaal kwijt kunnen.

## **Het Adamas Inloophuis is gemakkelijk om binnen te lopen – maar niet voor kinderen**

- De drempel om binnen te komen blijkt voor gasten minder hoog dan vrijwilligers verwachten.
- Daarentegen zijn gasten het minder vaak dan vrijwilligers eens met de stelling dat kinderen ook goed bij het Adamas Inloophuis terecht kunnen.



# Adamas biedt meerwaarde (ii)

## **De vrijwilligers en coordinatoren zijn essentieel voor het succes van het Adamas Inloophuis**

- Het oordeel over de vrijwilligers en coördinatoren is zeer positief.
  - Een klein deel van de respondenten is onvoldoende bekend met de coordinatoren om hen te beoordelen.

## **Alle activiteiten worden goed gewaardeerd – door de juiste doelgroep**

- Het oordeel over de activiteiten varieert van 8,0 tot 9,1.
- Niet elke activiteit spreekt iedereen aan, zo worden in de open antwoorden een aantal individuele suggesties gegeven.

## **Online media gewaardeerd, verbeterkansen bij inzet social media**

- De activiteitenmails en de website zijn voor de grote meerderheid bekend en gewaardeerd.
- De Facebook site is nog onvoldoende bekend.



# Zet de hoge aanbeveelintentie in om organisatiedoelstellingen te behalen

## **Deel de resultaten plenair met vrijwilligers**

- De resultaten zijn een cadeautje: ze overtreffen de verwachtingen van vrijwilligers.
- Bewustwording van het effect van hun handelen werkt motiverend.

## **Organiseer een workshop met de coördinatoren om de verhalen van gasten te duiden**

- Door de centrale thema's uit de verhalen van gasten te halen, krijgt het Adamas Inloophuis precies de juiste input voor communicatie naar de buitenwereld.
- Hierbij kunnen ook de vragen over de activiteiten worden geanalyseerd (zie bloemlezing):
  - Welke activiteit is voor u het meest waardevol?
  - Welke het minst?
  - Welke activiteiten mist u bij Adamas Inloophuis?

## **Maak voor de werving van nieuwe gasten gebruik van bestaande gasten**

- Een persoon die een product of dienst aanbeveelt, vertelt dit gemiddeld aan drie tot zeven mensen.
- Als gasten inderdaad hun bezoek aanbevelen, leidt dit tot een verveelvoudiging van het bereik van het Adamas Inloophuis in de regio.