

WERK DOCUMENT

THEMA: Klantvriendelijkheid

Een werkgroep van drie actieve en betrokken LOB-leden heeft begin 2022 bovengenoemde aanbeveling uit het van rapport *'De Begraafplaats van de Toekomst'* nader uitgewerkt. Naast dit werkdocument is ook een factsheet en een .ppt presentatie beschikbaar.

Het werkdocument bevat – opgedeeld in hoofdstukken – informatie om concreet mee aan de slag te gaan. Doelgroep zijn de beheerders/bestuurders van begraafplaatsen, die wèl ambitieus zijn en stappen voorwaarts willen zetten met diverse aanbevelingen, maar niet zo goed en concreet voor ogen hebben 'hoe een begraafplaats van de toekomst te worden, zijn en blijven'. Succesverhalen, praktische tips, concrete adviezen en voorbeelden van goede initiatieven, plus verwijzingen naar andere bronnen / organisaties waar meer informatie over dit thema te verkrijgen is, kunnen hierbij behulpzaam zijn.

Het is een naslagwerk geworden voor mensen met ambities, die geholpen willen worden – met uiteraard een zelf te maken 'vertaalslag' naar de eigen, lokale situatie. Elk werkdocument bevat ook een hoofdstuk 'communicatie/PR/website'.

Inhoud

1. Inleiding op klantvriendelijkheid.....	3
2. De begraafplaats van de toekomst.....	3
3. Begrippen Klantgerichtheid vs klantvriendelijkheid	5
4. Visie	6
5. Praktijkervaringen.....	6
6. Communicatie.....	8
7. Tips.....	9

1. Inleiding op klantvriendelijkheid

“Wij zien onze klanten als gasten die uitgenodigd zijn voor een feest, en wij zijn de gastvrouwen en gastheren. Het is ons werk om ieder aspect van de klantervaring iedere dag een beetje beter te maken”

Een spreuk die hangt op het kantoor van een van de leden van de werkgroep die het thema klantvriendelijkheid heeft uitgewerkt.

Het thema klantvriendelijkheid vonden wij te beperkt en niet helemaal de lading dekken. Klantvriendelijkheid gaat namelijk over het moment van direct contact met de klant en klantgerichtheid over de manier waarop je met de klant meedenkt en hoe de organisatie daarvoor wordt ingericht. Deze begrippen kunnen wat ons betreft niet los van elkaar worden gezien. In dit werkdokument hebben wij daarmee beide begrippen uitgewerkt in hun samenhang.

2. De begraafplaats van de toekomst

Eind 2020 is het rapport ‘De begraafplaats van de toekomst – van hoofd naar hart’ verschenen. Dit rapport bevat een groot aantal aanbevelingen op uiteenlopende thema’s. Hieronder treft u de aanbevelingen aan die in dit rapport zijn opgenomen met betrekking tot klantvriendelijkheid.

Iedere begraafplaats is uniek. Er is niet één pakket van aanbevelingen te formuleren dat voor alle begraafplaatsen zinvol is. De toekomst is maatwerk: wat kan en past bij jouw begraafplaats?

Sommige aanbevelingen zijn nieuw. Andere aanbevelingen worden door bepaalde begraafplaatsen al geïmplementeerd.

Wat ons betreft is er één vaste

stelregel: géén ‘Ja maar’ meer, want dat is – om maar in de sfeer te blijven – de dood in de pot. Zegt of denkt er iemand toch ‘Ja maar’, dan is dat alleen maar een extra uitnodiging om te kijken hoe iets wél gerealiseerd kan worden, ondanks de bedenkingen. Iedereen kan iets doen, hoe klein ook. Elke stap is een stap. Sommige aanbevelingen zijn snel en relatief simpel uit te voeren, sommige vragen tijd en meer moeite (financieel en/of beleidsmatig). We willen begraafplaatsbeheerders en –bestuurders uitnodigen alle aanbevelingen langs te lopen. Bekijk welke op korte termijn te realiseren zijn. Begin daarmee. Denk in mogelijkheden, niet in beperkingen.

- Plaats informatiebordjes op de begraafplaats. Denk daarbij aan dierentuinen, waar altijd bordjes staan met informatie over de dieren die er leven. Er kan informatie op staan over bijvoorbeeld de aanwezige natuur, de historische graven of over de vraag wat er gebeurt met een lichaam na het begraven (eventueel in een afgeschermd deel van de begraafplaats zodat alleen degenen die er voor kiezen ernaar kunnen kijken). Of plaats bordjes bij een proefopstelling, waar de diverse mogelijkheden die er zijn op de begraafplaats (qua begraven, asbestemming en herdenken) weergegeven worden. Of maak bordjes met ‘Wist je dat?’ Bijvoorbeeld: Wist je dat... deze boom hier al honderd jaar staat? Wist je dat... in 1932 het eerste graf op deze begraafplaats



werd gegraven?

- Vraag je af: hoeveel ruimte is er voor de bezoekers om zelf iets te doen? In de uitvaartbranche groeit gestaag de behoefte aan het zelf regelen van delen van een uitvaart. Welke ruimte kan de begraafplaats daarin geven? Mogen nabestaanden zelf een grafmonument maken? Beweeg mee met wensen, zolang het binnen de wettelijke ruimte valt. Die ruimte is er in veel gevallen. Zeg geen 'nee' tegen wensen omdat je ze niet snapt, of er geen zin in hebt. De begraafplaats is van de bezoekers, niet van de beheerder. Toch?
- Iedere keer als je denkt of zegt 'Dat willen mensen niet' vraag jezelf dan af: 'Is dat echt zo?' Heb je alle nabestaanden en rechthebbenden gevraagd? Of zit er weerstand bij jezelf?
- Op sommige dagen is het druk op de begraafplaats, bijvoorbeeld met de kerstdagen. Geef een mobiele barista de mogelijkheid koffie en chocomelk te verkopen bij de ingang. Het is rondom de kerstdagen vaak koud; mensen kunnen dan met een lekkere warme koffie over de begraafplaats wandelen. Of bied zelf koffie en thee aan, al dan niet tegen een vrije gift;
- Pas verouderde regels/statuten aan waar mogelijk, en ook zo snel mogelijk. Het gaat dan om regels en statuten die klantgerichtheid richting nabestaanden en werkbaarheid met andere professionals (zoals uitvaartondernemers) in de weg staan, en die niet wettelijk verplicht zijn.
- Zorg voor 100% bereikbaarheid, via mobiel en online (mailadres), en antwoord snel als er een telefoontje of mailtje komt.
- Geef de begraafplaats letterlijk een gezicht: bijvoorbeeld door een bord met foto's en namen van personeelsleden bij de entree op te hangen, plus de bijhorende functie en een (mobiel) telefoonnummer te noemen (Dit zie je bijvoorbeeld in scholen en ziekenhuizen ook).
- Maak de entree klantvriendelijk. Maak de entree uitnodigend: je bent welkom. Dus: haal bordjes met verboden en/of regels weg, open de poorten, plaats een kaarsje en/of bloemen en verlicht de entree indien mogelijk. Kleine wijzigingen kunnen groot effect sorteren.

3. Begrippen klantvriendelijkheid vs klantgerichtheid

Klantvriendelijkheid is een breed begrip en hangt nauw samen met klantgerichtheid. In dit hoofdstuk lichten wij de begrippen toe.

Klantgerichtheid is onze houding en geeft de mate van interesse weer die wij hebben voor de klant en de wil om hem perfect te helpen.

Klantvriendelijkheid is de manier waarop we deze klantgerichtheid laten zien en overbrengen. Belangrijk hierbij is om goed voor ogen te houden wie de klant is. Een klant is niet alleen degene die voor een graf komt. Een klant kan ook de bezoeker van de begraafplaats zijn, een vrijwilliger, een steenhouwerij maar ook een interne klant zoals een collega of een wethouder/bestuurder.



Een klant is de afnemer van bepaalde goederen of diensten. Zoals een graf, een urnenplek, maar ook diensten zoals een uitvaart, het plaatsen van een grafmonument etc. Klanten kunnen worden onderscheiden in vaste klanten, potentiële nieuwe klanten en (nog) onbekende klanten. Daarnaast is vaak sprake van externe klanten (nabestaanden, steenhouwerijen, historische kring etc.) en interne klanten (bestuur, wethouder, collega's)

Klantvriendelijkheid zegt alleen maar iets over hoe je klanten bejegt. Je kan klantvriendelijk zijn, maar daarom nog niet klantgericht. Maar als je klantgericht bent, breng je dit per definitie klantvriendelijkheid over. Als je met iemand in contact komt, die je direct en ongevraagd heel vriendelijk overlaad met goed bedoelde informatie (= klantvriendelijk), kan het zijn dat deze alleen maar antwoord wil hebben op een heel gerichte vraag. Als je na de groet begint met te zeggen wat je voor hem of haar kunt doen, kan je de persoon snel helpen. Je bent nog steeds vriendelijk, maar daarnaast ook klantgericht.

Klantgerichtheid is hoe je de werkwijze van jouw organisatie zodanig hebt vorm gegeven dat klanten in alle situaties altijd het gevoel hebben uiterst welkom te zijn. Klantgerichtheid is de vanzelfsprekendheid waarmee de medewerkers van jouw onderneming altijd en onder alle omstandigheden aandacht geven aan klanten, naar hen willen luisteren en bereidt zijn het werk om die klanten voortdurend serieuze aandacht te geven.

4. Visie

Klantvriendelijkheid is, zoals in het vorige hoofdstuk is aangegeven, hoe je omgaat met de klant op het moment van contact. De meeste medewerkers van een begraafplaats hebben geen moeite met klantvriendelijk zijn. Klantgerichtheid daarentegen ontstaat niet spontaan. Het is belangrijk om hier als team over na te denken. Waar wil je als organisatie voor staan en wat moet je geregeld hebben als je klantgericht en klantvriendelijk wilt zijn? De volgende aandachtspunten zijn dan van belang:

- Duidelijke visie over de positie van de klant binnen onze organisatie. Het is de begraafplaats van de bezoeker/klant, de klant is koning.
- Continu sturen op verbetering, altijd feedback halen bij uitvaartverzorgers, bezoekers en inspelen op veranderingen op het vakgebied. Onderhoud contacten met collega's en doe bij elkaar ideeën op.
- U hebt (oprechte) interesse in de klant. De klant staat centraal, gesprekken voeren met nabestaanden en enquêtes voeren

Besprek deze aandachtspunten met het team en bepaal met elkaar welke stappen jullie kunnen zetten om meer klantgericht te zijn. Dit kunnen ook kleine stappen zijn. In de volgende hoofdstukken volgen enkele voorbeelden uit de praktijk.

5. Klantgerichtheid in de praktijk

Vanuit de eigen ervaringen van de werkgroepleden geven wij graag een aantal voorbeelden over hoe wij omgaan met klantgerichtheid en klantvriendelijkheid. Onze ervaring is namelijk dat de beste voorbeelden bij collega-begraafplaatsen te vinden zijn. Lees en ervaar hoe klantgerichtheid bij anderen wordt vormgegeven, kijk welke voorbeelden bij jouw organisatie passen en pas het voorbeeld aan voor de situatie bij jullie begraafplaats.

De begraafplaats is niet van ons, bezoekers moeten het gevoel hebben dat ze welkom zijn, het gevoel dat de begraafplaats HUN begraafplaats is. Uitgangspunten die daarbij passen zijn:

- de begraafplaats van de levenden zijn,
- zichtbaar zijn voor bezoekers,
- traffic op de begraafplaats houden,
- warme zakelijkheid,
- het directe onderwerp dood vermijden dit wil het grootste deel van het publiek liever vermijden,
- constant de behoefte van onze bezoekers meten,
- inspraak van bezoekers en uitvaartverzorgers en evt. andere derden

In dit kader kan het ook helpen om een slogan of een spreuk te bedenken die helpt bij de veranderingen. Denk aan een slogan als "hoe is het mogelijk" om meer in mogelijkheden te denken in plaats van nee, want.... Uit de praktijk blijkt vaak dat er meer mogelijk is dan in eerste instantie wordt gedacht. Biedt een luisterend oor en vraag door, vaak kun je veel meer tegemoet komen aan de wens van de bezoeker dan je in eerste instantie denkt en ontstaat er begrip bij de klant voor wat niet kan.





Afbeelding 1: Een luisterend oor en een kopje koffie door een gastvrouw, foto gemeente Kampen

Een begraafplaats is een plek waar onze geliefden te ruste worden gelegd maar het is veel meer een plek voor de levenden. Het is een geschiedenisboek dat bezocht wordt en waar elke keer een nieuwe hoofdstuk aan wordt toegevoegd. De bezoekers van de graven, de bezoekers die komen herdenken, genieten van het groen of de historie zijn belangrijk voor de begraafplaats. Geef deze bezoekers een welkom gevoel, wees zichtbaar en aanspreekbaar, luister naar ze en betrek ze bij aanpassingen aan de begraafplaats of activiteiten op de begraafplaats.

Bezoekers aan de begraafplaats zijn heel divers. Hou dat voor ogen als je aanpassingen doet. Enkele vragen die gesteld kunnen worden zijn:

- is de begraafplaats bijvoorbeeld goed toegankelijk voor iedereen?
- zijn de paden begaanbaar?
- zijn informatieteksten leesbaar voor iedereen?
- is het makkelijk om de graven te verzorgen? Denk hierbij ook aan de bereikbaarheid van waterpunten, afvalbakken etc?

Schroom niet om hier hulp bij te vragen aan bezoekers van je begraafplaats, zij weten het beste waar ze tegen aan lopen bij het verzorgen en bezoeken van een graf. Vaak zijn de aanpassingen die nodig zijn eenvoudig te realiseren: het lager plaatsen van het informatiebord, een groter lettertype gebruiken bij publicaties, bankjes met leuningen plaatsen, aandacht voor de aanwezigheid van teveel grind etc.



Afbeelding 2: Schouw door Platform toegankelijkheid, foto door Bob Awick

Door zichtbaar en aanspreekbaar te zijn als medewerkers van de begraafplaats kom je veel te weten. Organiseer activiteiten of momenten waardoor bezoekers op de begraafplaats komen zonder dat emotie de overhand heeft. Organiseer door het jaar heen verschillende evenementen zoals rondleidingen met de beheerder maar ook deelnemer van een woonkamerfestival of een presentatie tijdens een open dag van een uitvaartondernemer. Elke gelegenheid om andere belangstellenden op de begraafplaats te krijgen kun je aangrijpen. Een bezoeker die een positieve ervaring heeft op de begraafplaats en heeft gezien hoe mooi het daar is komt vanzelf weer terug op een ander moment. Juist tijdens evenementen is het makkelijk om klantvriendelijk te zijn en tijd voor mensen te maken. Een kopje koffie of thee serveren op die moment kost weinig maar levert veel op.

Klantvriendelijkheid uit zich in het directe contact met betrokkenen. Soms is het nodig om een rechthebbende aan te spreken op een losstaand monument of beplanting die hinder veroorzaakt. Wij (de beheerder) proberen altijd om eerst telefonisch contact te zoeken. In een gesprek kom je al veel te weten, je kunt tips geven of hulp aanbieden bijv. bij het afvoeren van materiaal. Ook bij vragen die gesteld worden kijken wij naar wat mogelijk. Een signaal over de moeilijke toegankelijkheid voor een gebruiker met scootmobiel wordt direct opgepakt. Er worden wat tegels neergelegd achter het voetgangerspoortje zodat er geen afstap meer is en de gebruiker krijgt het telefoonnummer van de beheerder zodat gebeld kan worden op werkdagen. De beheerder kan dan het grote toegangshek openzetten. Ook bij het uitzoeken van een graf wordt door de medewerker vaak gevraagd of men al een bepaald gedeelte in gedachten heeft. Daarop kan hij tijdens de rondgang direct inspelen.

6. Communicatie

Communicatie zit in alle aspecten van de begraafplaatsen verweven en is niet los te zien van klantgerichtheid en draait om informeren en signaleren. De informatie naar uitvaartondernemers toe is een cruciaal iets. Zij zitten namelijk aan tafel met de nabestaanden en zij doen eigenlijk ons eerste contactmoment. Als zij alle mogelijkheden weten over wat de mogelijkheden zijn en waar ze zich aan moeten houden, gaat de andere contactpunten met de familie zo soepel mogelijk. Wees actief in de communicatie richting nabestaanden en bezoekers van de begraafplaats. Denk hierbij aan een website (<https://begraafplaatsen.gooisemeren.nl/> of <https://rkbegraafplaats.com/>), digitale nieuwsbrieven, artikelen over activiteiten en mogelijkheden op de begraafplaatsen. Het artikel "Kwaliteit na de dood". <https://www.begraafplaats.nl/de-begraafplaats/artikel/kwaliteit-na-de-dood/> kan daarbij behulpzaam zijn.



Afbeelding 3: Rondleiding, foto gemeente Gooise Meren

Zorg dat de begraafplaats blijft leven, zorg voor activiteiten, workshops, cultuur avonden en herdenkingsplechtigheden (<https://rtvijssemond.nl/2022/04/13/graf-met-een-verhaal-video/>). Kortom zorg voor zichtbaarheid voor de bezoekers. Een belangrijke vraag daarbij is: "hoe zichtbaar zijn we voor de mensen" hoe kunnen we dat verbeteren. Dit kun je op verschillende manier promoten: met activiteiten, via facebook, flyers op de begraafplaatsen, (digitale) nieuwsbrieven, mondeling dmv onze gastfamilie of uitvaartondernemers, website, artikelen in de (lokale)krant en mond op mond reclame.

Het bovenstaande gaat vooral om communicatie met externe klanten, maar vergeet niet ook te communiceren met interne klanten. De wijze waarop je communiceert is van belang het gaat om de toon of voice. Binnen het team is het van belang om hier rekening mee te houden. Hoe wil je de klant benaderen, welke boodschap straal je uit? Door dit regelmatig met medewerkers te bespreken wordt het een automatisme. Een handig hulpmiddel hierbij is een spreuk, een slogan of een korte visie.

7. Tips

Tenslotte willen wij u als werkgroep nog enkele tips meegeven:

1. Denk in mogelijkheden
Het is niet nodig om alles in één keer te veranderen in de werkwijze op de begraafplaats. Met kleine stappen beginnen is ook goed. Kijk wat er wel kan en past bij het team.
2. Luister naar de vraag achter de vraag
Met luisteren en doorvragen kom je veel te weten. Waarom wil iemand iets afwijkend en bedenk welke mogelijkheden er zijn om (deels) tegemoet te komen aan de wens.
3. Uitvaartondernemers zijn belangrijk
Leg contact met uitvaartondernemers, wees actief in het delen van informatie, vraag naar wensen die leven bij hun klanten en bekijk wat te realiseren is. Uitvaartondernemers hebben vaak het eerste contact met potentiële klanten.
4. Zorg voor bereikbaarheid
Zorg als beheerder/begraafplaats ervoor dat je goed bereikbaar bent voor vragen en/of klachten en zorg voor een snelle afhandeling. Dit kan ook inhouden dat je aangeeft dat een concreet antwoord niet meteen gegeven kan worden.
5. Wees aanwezig bij elke uitvaart
Zorg dat een beheerder of medewerker aanwezig is bij elke uitvaart zodat direct ingespeeld kan worden op vragen. Daarnaast is het voor nabestaande fijn om later bij het bezoeken van het graf een bekend gezicht te zien.
6. Wees zichtbaar en representatief
Dit geldt voor alle medewerkers op de begraafplaats en voor de manier waarop gewerkt wordt. Als met aandacht en respect gehandeld op een begraafplaats geeft dit een prettige gevoel voor bezoekers. Medewerkers die herkenbaar zijn dragen daar zeker aan bij. Bezoekers met een vraag kunnen zo gemakkelijk terecht bij een medewerker.
7. Bied veiligheid en vertrouwen
Groet bezoekers en zorg dat bezoekers zich welkom en gezien voelen.
8. Betrek bezoekers
Bij wijzigingen of activiteiten op de begraafplaats is het raadzaam om bezoekers te betrekken. Veel mensen vinden het een eer om iets te mogen doen op de begraafplaats.
9. Maak een ambassadeur van elke bezoeker
Iedere bezoeker van de begraafplaats, ook de liefhebber van bijv. korstmossen, kan een ambassadeur van jouw begraafplaats worden. Zorg dat je bezoekers zich prettig en betrokken voelen bij de begraafplaats. De beste reclame is tenslotte mond-op-mondreclame.