



RAAD VAN BEHEER
HOUDEN VAN HONDEN

MARKTONDERZOEK ALS CONTINU PROCES

Om beter zicht te krijgen op zijn doelgroepen en om het beleid beter af te kunnen stemmen op de wensen en behoeften die er leven, doet de Raad van Beheer steeds meer marktonderzoek. We peilen niet alleen wat onze leden van ons vinden, maar ook wat er leeft onder puppykopers, hoe tevreden fokkers van stamboomhonden zijn en wat men vindt van onze Kennis Tour. 'Als je meet, weet je waar je aan toe bent.'

Paul Peeters en Mijntje Zaat van de afdeling Marketing & Communicatie zijn binnen de Raad van Beheer verantwoordelijk voor de opzet en analyse van alle marktonderzoeken. Paul: 'Meten is weten. Als je weet wat er speelt, kun je zo nodig maatregelen nemen, verbeteringen doorvoeren en richting geven aan beslissingen voor de toekomst.' De opzet van onderzoek vindt altijd plaats in nauw overleg met de desbetreffende interne afdelingen. Mijntje: 'Zo doen we het klanttevredenheidsonderzoek onder onze leden samen met de afdeling Ledenzaken, en het klanttevredenheidsonderzoek onder fokkers in nauw overleg met de afdeling Stamboekhouding en onze chippers.'

CONTINU VINGER AAN DE POLS

De Raad van Beheer besloot ruim twee jaar geleden voor het eerst om de mening van de achterban te

peilen door middel van een klanttevredenheidsonderzoek (KTO) onder de leden. Dat leverde uiterst waardevolle informatie op over de leden zelf, maar vooral ook over hun wensen en behoeften. Paul: 'Het beviel ons zo goed, dat we dit onderzoeksmiddel op flink wat andere doelgroepen hebben losgelaten. Daardoor is het aantal enquêtes flink gegroeid. Zo krijgen ook alle bezoekers van onze Kennis Tour nog vóór zij thuis zijn een vragenlijst over de bijgewoonde sessie voorgelegd. Onder meer met de vraag wat men van de spreker vond en welk cijfer men die geeft.'

De enquêtering en de verwerking daarvan loopt via het online programma Survey Monkey. Paul: 'Survey Monkey is een ideaal instrument voor ons: low budget, maar niettemin uitstekend geschikt voor het opzetten en afnemen van enquêtes. Zo houden we continu een vinger aan de pols.'



Mijntje Zaat: 'Schat aan informatie waar de Raad van Beheer veel mee kan richting fokkers en pupkopers'

HOGE ÉN POSITIEVE RESPONSE

De response op de enquêtes is enorm hoog. Paul: 'De ledenenquête had dit jaar een response van bijna 70 procent. Daar waren we uiteraard erg blij mee, want het levert een uitstekend beeld op van wat er onder de leden leeft. Het KTO onder fokkers lag op



Paul Peeters: 'Meten is weten! We houden continu een vinger aan de pols'

42 procent. Het zijn hoge scores, maar dat niet alleen: men geeft ons over het algemeen ook een positieve waardering. We doen het gemiddeld goed, maar er zijn uiteraard verbeterpunten. Daarom is het doen van marktonderzoek een continu proces.'

RESULTATEN

De Raad van Beheer is heel blij met de aldus vergaarde informatie, die veelal meteen kan worden omgezet in verbeteringen. We nemen hieronder enkele onderzoeken en resultaten daarvan door.

KENNIS TOUR

Mijntje: 'Een mooi voorbeeld is de Kennis Tour van 2017. De lezingen die nu worden ingepland, zijn de regelrechte opvolging van de suggesties die zijn gedaan in het KTO onder fokkers alsmede de enquêtes die we steeds na afloop van een Kennis Tour-sessie hebben gedaan. Het is superleuk om een serie lezingen aan te bieden die direct aansluit bij de vraag uit de kynologie. En de behoefte aan kennis is groot! Dat werd ons duidelijk toen in juli 2016 de lezingen van februari 2017 al uitverkocht waren...'

CAMPAGNE STAMBOOMHOND

Ook de campagne 'Waarom een stamboomhond' werd vooraf via een enquête getest bij de achterban. Paul: 'In augustus 2015 deden we een

peiling bij onze achterban, met als centrale vraag: Wat vind je van de campagne 'Waarom een Stamboomhond?' We wilden niet alleen bij de leden, maar ook bij het grote publiek testen welke campagne-uitingen het meest in de smaak vielen.' Aan de enquête deden meer dan 5.000 respondenten mee, waaronder hondenbezitters en niet-hondenbezitters. 'Zij hebben uiteindelijk gekozen voor het campagnebeeld 'Zoek de verschillen' met twee identieke puppy's. Dit campagnebeeld wordt nu alweer ruim een jaar ingezet.'

PUPPY-ENQUÊTE

Een grootschalig en langlopend onderzoek is de Nationale Puppy-Enquête. Mijntje: 'Met dit onderzoek meten we de beleving en ervaringen van pupkopers – van stamboompups en van niet-stamboompups. Wat vinden deze mensen belangrijk bij de aankoop van een pup? Met de resultaten kunnen we zorgen voor (nog) betere informatie, voor een goede match tussen pupkopers en de hond van hun keuze en bij de opvoeding van de pup.' De enquête loopt sinds februari 2016. Sindsdien

hebben al meer dan 4.000 pupkopers hun mening gegeven over de aankoop van hun nieuwe huisgenoot. 'Dat levert een schat aan informatie op, waar de Raad van Beheer op den duur veel mee kan richting fokkers en pupkopers.'

DAG VAN DE HOND

De Dag van de Hond is voor de kynologie hét evenement om te laten zien wat er allemaal mogelijk is met, voor en door honden. Paul: 'Op tientallen plaatsen in het land kan het publiek kennismaken met demonstraties en activiteiten op het gebied van (ras)honden en allerlei vormen van hondensport. Die dag zetten de deelnemende kynologenclubs, hondensportverenigingen en rasverenigingen gezamenlijk hun poorten open voor het publiek. We laten alle betrokkenen – locaties en bezoekers – een digitale enquête invullen. De locaties vragen we naar hun beleving van en waardering voor de organisatorische rol van de Raad van Beheer. De bezoekers vragen we onder meer of ze de Dag van de Hond en de bezochte vereniging kunnen aanraden. Zo hebben we informatie waarmee we het evenement nóg beter kunnen maken!'

UITGELICHT: KTO FOKKERS

In de zomer van 2016 deden we een klanttevredenheidsonderzoek (KTO) onder alle fokkers die de afgelopen twee jaar één of meer nestjes stamboompups hebben gefokt. De eerste resultaten zijn positief. Kijkt u mee?

De grootste groep directe 'klanten' van de Raad van Beheer zijn de fokkers van stamboompups. Paul Peeters: 'Jaarlijks gaat

het om circa 4.500 fokkers, die ongeveer 7.000 nesten aanmelden, goed voor een totaal van circa 36.000 stamboompups. Het

overgrote deel van onze fokkers, maar liefst 96 procent, bestaat uit niet-beroepsmatige fokkers.’

DIENSTVERLENING

De dienstverlening van de Raad van Beheer richting fokkers verloopt deels via de website, denk aan digitale melding van dekking en geboorte. Een ander deel loopt via het kantoor in Amsterdam, waar men met name met de afdeling Stamboekhouding contact heeft. Daar vindt registratie en planning plaats en worden uiteindelijk de aangevraagde stambomen gemaakt. Onze chippers vertegenwoordigen de Raad in het veld: ‘Zij hebben direct persoonlijk contact met alle fokkers. Zij komen bij hen thuis om locatie en nesten te controleren, van alle pups DNA af te nemen en de chips van code 52814 te voorzien. Daarnaast hebben zij een advies- en informatietaak. Vanzelfsprekend zijn al deze ‘contactmomenten’ opgenomen in het onderzoek.’

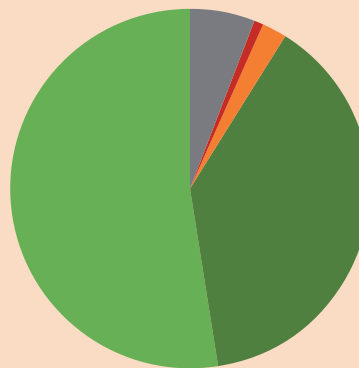
POSITIEVE RESULTATEN

Er is in de zomer van 2016 een KTO uitgestuurd naar alle fokkers die de afgelopen twee jaar één of meer nestjes stamboompups hebben gefokt. Eerste bemoedigende resultaat: bijna

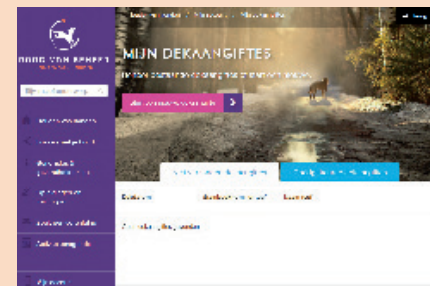
35 procent van de respondenten vindt dat de dienstverlening de afgelopen twaalf maanden (veel) beter is geworden. Paul: ‘Daar zijn we natuurlijk heel blij mee. Maar dat is nog niet alles. We scoren enorm hoog qua tevredenheid over de chippers. Meer dan de helft van de fokkers is zeer tevreden over de chipper die bij hen op bezoek is geweest.’ De mening over de chippers verschilt iets per provincie, maar dat is op zich logisch. Want als je in Friesland woont, komt er een andere chipper bij je op bezoek dan wanneer je in Zeeland woont.

via ‘Mijn Account’ op de website. De personen die nog geen gebruik maakten van deze mogelijkheid, gaven diverse redenen aan. Een daarvan was dat deze mogelijkheid bij de dekaangifte simpelweg nog niet bestond (online kan pas sinds najaar 2016). Bijna 90 procent van de fokkers die de digitale dekaangifte gebruiken is (zeer) tevreden. Voor de geboorteaangifte geldt dat bijna 80 procent (zeer) tevreden is. Er is geen onderscheid waarneembaar tussen grote en kleine fokkers.

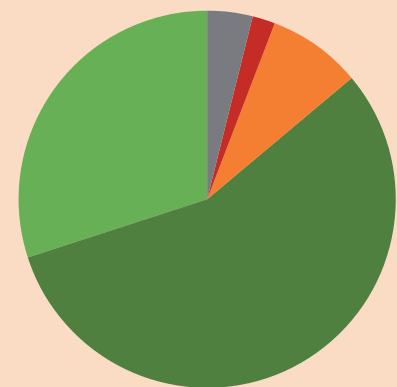
Grafiek klantvriendelijkheid chippers



- Zeer tevreden
- Tevreden
- Ontevreden
- Zeer ontevreden
- N.v.t./geen mening



Grafiek tevredenheid digitale dekaangifte



- Zeer tevreden
- Tevreden
- Ontevreden
- Zeer ontevreden
- N.v.t./geen mening

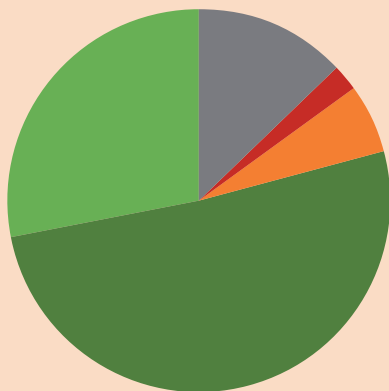
WIST U DAT...

De Raad van Beheer de enige kennelclub ter wereld is waar haar medewerkers alle stamboomnesten zien, controleren en chippen voordat de stamboom wordt uitgegeven?

DIGITALISERING

We zijn bezig om steeds meer processen te automatiseren/digitaliseren. Vragen hierover ontbraken uiteraard niet in het KTO. Ruim 70 procent van de fokkers maakt gebruik van de digitale dek- en geboorteaangifte

Grafiek tevredenheid digitale geboorteaangifte



- Zeervrededen
- Tevrededen
- Ontevrededen
- Zeervrededen
- N.v.t./geen mening

CAMPAGNE 'WAAROM EEN STAMBOOMHOND?'

Ruim driekwart van de respondenten kent de campagne 'Waarom een stamboomhond?'. In de analyse kun je duidelijk zien dat fokkers die vaker per jaar een nestje hebben, meer bekend zijn met de campagne dan fokkers die slechts één nest per jaar hebben. Dit is deels te verklaren doordat er meer contactmomenten zijn naarmate er meer nesten zijn.

Bij de campagne hoort een gratis promotiepakket, bestaande uit folders, posters, digitale banners en sinds oktober ook uit video's. Bijna de helft van de respondenten gaf aan dat zij iets met de gratis campagnematerialen hebben gedaan. Naar aanleiding van deze uitkomst hebben wij de gratis materialen nogmaals gepromoot bij fokkers, waarna we veel promotiepakketten

konden versturen. (Wie nog een pakket wil aanvragen, gaat even naar de website van de Raad: www.houdenvanhonden.nl/campagnepromotie).

ONLINE PUPPYAANBOD

Er wordt nagedacht over manieren om het puppyaanbod en eventuele wachttijden online zichtbaar te maken. Dit kan op verenigingsniveau of in een combinatie op fokkersniveau. Als voorbeeld dienen de Finse en de Duitse kennelclub. In nauwe samenwerking met hun rasverenigingen brengen zij het meest actuele aanbod van nestjes in beeld. Paul: 'Dit is dienstverlening aan rasverenigingen en fokkers, én aan potentiële pupkopers. Zo kunnen we meer sturen op vraag en aanbod en alternatieve aankopen,

bijvoorbeeld als blijkt dat er een te lange wachttijd is voor een bepaald hondenras.' Bijna 40 procent van de fokkers gaf aan dat zij gebruik zouden willen maken van zo'n mogelijkheid. Het merendeel (bijna 45%) gaf aan dat ze 'misschien interesse' hadden. Mijntje: 'Dit "misschien" is logisch, gezien het feit dat het KTO liep toen er nog niet veel details bekend waren.

Opvallend is dat er nagenoeg geen verschil is tussen fokkers die lid zijn en fokkers die geen lid zijn van een aangesloten rasvereniging.'

Op dit moment wordt er gekeken of het online aanbod van stamboom pups financieel en technisch haalbaar is. Als dat zo is, zal verdere afstemming met fokkers en verenigingen plaatsvinden. ■

