

Actieplan Nieuwe Dienstverlening

Eind 2013 is er in het kader van de dienstverlening door het college een aantal doelstellingen vastgesteld dat bijdraagt aan de eerder vastgestelde ambities en heeft het college het management verzocht om CAT(concreet, afdwingbaar en tastbaar)-geformuleerde acties op te stellen. Deze acties zijn samen gezet in het actieplan wat nu voor u ligt.

Maar waarom is deze nieuwe dienstverlening van belang? Dit heeft te maken met de huidige ontwikkelingen en veranderingen in de samenleving. De samenleving vraagt namelijk op andere tijdstippen dienstverlening van de overheid. Men verlangt snellere dienstverlening en 24-uurs toegankelijke dienstverlening. Daar waar de analoge dienstverlening zich nu nog in het bijzonder richt op kantoortijden, neemt de vraag toe naar dienstverlening buiten kantoortijden. Daarnaast is er steeds minder geld beschikbaar; door de economische crisis moet het anders. Op termijn wordt onze huidige maatschappij en de wijze waarop wij nu 'de dingen met elkaar doen' onbetaalbaar. Naast de financiële beperking, zijn sociale media nu al niet meer weg te denken uit onze maatschappij en ze zullen in toenemende mate bepalend zijn. De samenleving wordt daardoor steeds meer een 'netwerksamenleving', waarin burgers, bedrijven en gemeenten samen vanuit een gedeelde verantwoordelijkheid maatschappelijke vraagstukken oplossen.

De manier waarop de dienstverlening van de gemeente Goirle wordt uitgevoerd sluit wanneer we onveranderd doorgaan, op termijn minder goed aan op de huidige maatschappij. De acties in dit actieplan spelen hier dan ook op in en door het uitvoeren van deze acties zal de dienstverlening weer voldoen aan eisen die de huidige maatschappij stelt aan de manier waarop dienstverlening ten uitvoering wordt gebracht.

In dit document wordt voornamelijk gesproken over burgers en soms over klanten/ klantcontact. Alle acties zijn er op gericht om de dienstverlening te verbeteren voor alle partijen waar de gemeente mee te maken heeft; inwoners, bedrijven, ondernemers, stichtingen maar ook bezoekers.

In het actieplan zult u enkele keren het onderzoek " Waar staat je gemeente" tegenkomen. Dit is een tweejaarlijks onderzoek wat zich richt op de verschillende burgerrollen, één van deze rollen is "de burger als klant".

Om u goed door het plan te leiden, zullen hieronder de ambities en de bijbehorende doelstellingen worden toegelicht. Opmerking hierbij is dat deze doelstellingen niet statisch zijn. Deze doelstellingen kunnen dan ook tijdens het uitvoeren van de acties bijgesteld worden. Oftewel het actieplan is een 'dynamisch document'.

Ambitie 1: wij staan dichterbij de burger en wij leveren meer maatwerk als dat nodig is.

Voor de eerste ambitie zijn er twee doelstellingen opgesteld. In de eerste doelstelling komt naar voren dat er meer gesprekken door medewerkers moeten worden gevoerd met klanten over de tevredenheid van de dienstverlening. De gedachte achter deze doelstelling is dat als medewerkers tijdens het klantcontact vragen naar de tevredenheid de klant zich serieus genomen voelt. Eveneens kan er wat met de feedback gedaan worden van de klant. Door een meer klantvriendelijke houding van medewerkers zullen klanten de dienstverlening positiever beoordelen. Op die manier staan we dichterbij de klant en kunnen we, door feedback van klanten goed te verwerken, meer maatwerk leveren. Met klanten wordt hier zowel de inwoners als bijvoorbeeld bedrijven of instellingen bedoeld.

De tweede doelstelling gaat in op het voldoende en begrijpelijk informeren door de gemeenten. Een voorbeeld is het verbeteren van de brieven die aan burgers, bedrijven of instellingen worden gestuurd, deze worden duidelijker opgesteld.

Ambitie 2: Wij doen niet alles, maar helpen burgers graag (verder) op weg. Burgers kunnen namelijk veel meer zelf, net zo goed of beter. We stimuleren burgers en instellingen/bedrijven om meer initiatief te nemen; wij katalyseren de initiatieven of ondersteunen deze.

Voor deze ambitie zijn drie doelstellingen opgesteld. Als eerste steken we in op de zelfredzaamheid van de burger. Het is lastig om zelfredzaamheid te meten. Daarom zullen een aantal indicatoren worden ingezet om de zelfredzaamheid in beeld te brengen.

Ten tweede willen we de burgers veel ruimte geven om zelf initiatieven op te starten. De gedachte hierachter is dat de gemeente zich meer ondersteunend of faciliterend opstelt. Burgers komen zelf met initiatieven als zij vinden dat er actie ondernomen moet worden. Dit zal dan terug te zien zijn in het aantal initiatieven.

Burgers kunnen veel zelf. Dit betekent wel dat we als gemeenten burgers dan ook op tijd moeten betrekken bij de totstandkoming van plannen. Het is immers aan burgers om al in een vroeg stadium, het liefst vanaf het begin af aan betrokken te zijn en input te leveren voor plannen. We hebben dan ook als doel om burgers vroegtijdig te betrekken bij zowel het opstellen van plannen als het uitvoeren van plannen.

Ambitie 3: We zoeken onze burgers en bedrijven/instellingen vaker op, gaan gesprekken met hen aan en doen dat vaker op momenten waarop het hen uitkomt.

Om deze ambitie te realiseren zijn er twee doelstellingen opgesteld. Zo gaan we flexibeler om met de locatie en tijdstip van het klantcontact. Deels zijn we hier al mee begonnen. Bij burgerzaken wordt er al gewerkt op afspraak en dit heeft een positieve uitwerking. Daarnaast kunnen we kijken naar de openingstijden van het gemeentehuis en die afstemmen op de behoefte van de klant.

Ambitie 4: We leggen ons er toe op betere toegankelijkheid van die kanalen die burgers graag benutten en brengen daarop focus aan. We optimaliseren onze kanalen en stimuleren inwoners de 24-uurs of digitale kanalen te gebruiken, maar blijven bereikbaar (al dan niet beperkter) langs alle communicatiekanalen.

Om deze ambitie te realiseren zijn er twee doelstellingen opgesteld. Als eerste gaan we ons richten op het verbeteren van de telefonische bereikbaarheid. Dit gaan we op verschillende manieren doen. Bijvoorbeeld door het invoeren van mobiele telefonie. Ambtenaren zijn zo beter direct te bereiken. Hierdoor hoeven receptionisten minder door te verbinden en komen telefoontjes of voicemail direct bij de juiste personen. Dit is prettiger voor de klant. Daarnaast wordt ervoor gezorgd dat receptionisten in het zaaksysteem kunnen waardoor ze de simpele vragen zelf kunnen beantwoorden en er minder telefoontjes doorverbonden hoeven te worden.

Naast de telefonische bereikbaarheid is het tevens van belang om meer gebruik te maken van digitale kanalen zoals de website, e-mail maar ook sociale media zoals Twitter of Facebook. Voor de website geldt dat deze toegankelijker en klantvriendelijker wordt gemaakt. Hierdoor wordt het klantcontact in het algemeen verbeterd, zowel voor inwoners, ondernemers, bedrijven of instellingen.

Ambitie 5: We zijn opener en transparanter; we zijn meer aanspreekbaar op de te behalen resultaten, we werken meer op basis van vertrouwen en doen ons werk integraler. Onze inwoners, instellingen en bedrijven kunnen rekenen op een beter te volgen en meer integrale dienstverlening.

Om ook deze laatste ambitie te realiseren zijn er twee doelstellingen geformuleerd. Als eerste streven we ernaar dat iedere medewerker de visie op dienstverlening kent en onderschrijft. De gedachte hierachter is dat als we de nieuwe dienstverlening op een gedegen wijze willen invoeren in de organisatie en hier ook een gedragsverandering mee willen bereiken, we ambitieus moeten zijn. Met deze doelstelling geven we als organisatie de noodzaak en het belang aan van een goede dienstverlening. De tweede doelstelling gaat in op de waardering die klanten geven aan de openheid van de gemeente Goirle over de dienstverleningsresultaten. De gemeente Goirle zal meer open/transparant zijn over de dienstverleningsresultaten. Hopelijk draagt dit bij aan de waardering die klanten geven over de openheid van de dienstverleningsresultaten.

Ambitie 1: Wij staan dichterbij de burger en wij leveren meer maatwerk als dat nodig is.

Doelstelling 1: Op 31-12-2016 is het aantal gesprekken door medewerkers met klanten over de tevredenheid van onze dienstverlening, toegenomen met 20% ten opzichte van 31-12-2014 (0-meting van het onderzoek *Waar staat je gemeente* geeft aan dat 9% van de mensen die contact hebben gehad met de gemeente wordt bevraagd naar de tevredenheid).

Toelichting: De achterliggende gedachte van deze doelstelling is dat medewerkers zich in zijn algemeenheid - nog teveel richten op het te leveren product en minder op de tevredenheid van de klant. Door in eerste instantie 'slechts' door te vragen naar de tevredenheid kan vervolgens ook wat met het antwoord worden gedaan en voelt de klant zich serieus genomen. Zijn inbreng telt.

Meting: Door het inzetten van een Mystery Guest/ zaaksysteem wordt duidelijk of aantal gesprekken over tevredenheid inderdaad toeneemt

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten+extra kosten	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
1.1. Concretiseren klanttevredenheid-gesprekken	Richtlijnen klanttevredenheid-gesprekken	CMT	Q1 2015	n.v.t.	Ja.	Door het CMT vaststellen van richtlijnen betreffende gesprekken over klanttevredenheid: Bij welke gesprekken vragen we naar tevredenheid? Bij welke personen; burgers, bedrijven, andere overheidsinstellingen? Welk gesprek? Eerste, tweede, laatste gesprek?
1.2 Pilot training klantvriendelijkheid	Een kleine groep medewerkers trainen in klantvriendelijkheid* en klantgerichtheid**. Training zal worden uitgevoerd door een externe partij	BDO (P&O)	Q3 2015	Zie volgende taak	Ja	*Klantvriendelijkheid zegt iets over hoe wij klanten bejegenen. **Klantgerichtheid zegt iets over de kwaliteit van onze producten en diensten,

						<p>hoeveel aandacht wij ze schenken, kortom onze totale meerwaarde als leverancier.</p> <p>Hier wordt de focus gelegd opdat medewerkers vragen naar de tevredenheid van de klant. Dit is dus één onderdeel van klantvriendelijkheid.</p>
	De gehele organisatie trainen in klantvriendelijkheid & klantgerichtheid, door externe partij.	BDO (P&O), organisatie breed	Q4 2015	€ 15.000,00 (Schatting, voor zowel pilot als training rest van de organisatie)	Ja.	-
1.3 Het meten van het aantal gesprekken waarin gevraagd wordt naar tevredenheid klant (in vergelijking met totaal aantal gesprekken)	Het inzetten van een mystery Guest.	BDO (P&O en IM)	Q3 2016	€ 2.500,00	Ja	Door na ongeveer een half jaar te meten hoe vaak er daadwerkelijk gevraagd wordt naar de tevredenheid van de klant, kan er nog bijgestuurd worden.
	Het meten door zelfregistratie in het zaaksysteem	OND (applicatiebeheer)	Vanaf implementatie zaaksysteem Q3	n.v.t.	Mits dit duidelijk in het zaaksysteem gevoegd kan worden (en ook kan worden ontsloten uit het zaaksysteem)	Opmerking: Het zaaksysteem moet dan aangesloten zijn op de primaire applicatie. Het zaaksysteem moet aangesloten zijn met telefonie, zodat registratie van telefoonverkeer mogelijk wordt. Als

						medewerkers met mobiele telefonie gaan werken, hoe wordt het dan gemeten?
1.4 Het beoordelen van medewerkers op het (gepast) vragen naar de tevredenheid van de klant	De medewerkers krijgen van het CMT kaders mee betreffende klantvriendelijkheid/ klantgerichtheid.	CMT	Q2 2015→ Beginnen met afspraken maken Daarna beoordelen op resultaten.	n.v.t.	Ja	Door het meegeven van kaders wordt duidelijk voor medewerkers dat klantvriendelijkheid onderdeel is van de resultaatgerichte afspraken.
1.5 Het belonen van medewerkers en/of teams die het meest klantvriendelijk zijn (meest vragen naar tevredenheid)	Bedenken van beloningsvorm en frequentie, publicatie, wijze van beoordeling, toekenning van beloning per afdeling	CMT, MDV (REC)	Q1 2016	n.v.t.	Ja	Te denken valt bv. aan een vorm van een 'trofee' of certificaat met 'Eeuwige Roem'

Doelstelling 2; Op 31-12-2016 is de waardering van burgers ten aanzien van 'het voldoende en begrijpelijk informeren door de gemeente' in het onderzoek *Waar staat je gemeente* 0,5 punten toegenomen ten opzichte van 31-12-2014 (0-meting, cijfer in onderzoek *Waar staat je gemeente* voor de duidelijkheid van informatie: 7,1).

Het onderzoek naar de ervaringen van cliënten met de gekantelde werkwijze van de WMO kan als aanvulling dienen op het onderzoek van *Waar staat je gemeente*. In dit onderzoek komt onder andere naar voren hoe cliënten het contact met 'T Loket' ervaren. Er moet hierbij dan nog wel een doelstelling worden opgesteld.

Toelichting: De achterliggende gedachte achter deze doelstelling is dat door de burgers/bedrijven op verschillende manieren beter en duidelijker te informeren zij een hogere waardering geven aan het voldoende en begrijpelijk informeren door de gemeente.

Meting: De meting wordt gedaan door deelname aan het onderzoek *Waar staat je gemeente* deze meting wordt eens in de twee jaar uitgevoerd.

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten-extra kosten/tijd	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
2.1 Verbetering van de begrijpelijkheid van de brieven naar burgers, bedrijven en instellingen.	In CMT-briefing opnieuw duidelijk maken dat medewerkers langs kunnen gaan met brieven bij Communicatie. Let op: CMT heeft poortwachtersrol*	CMT	Q1 2015	Dit levert de werkeenheden communicatie meer werk op. Voorwaarde is dus wel dat capaciteit op orde is en voldoende wordt bevonden om vragen van medewerkers te kunnen beantwoorden.	Ja	*Mochten medewerkers hun brief willen verbeteren/vragen hebben dan gaan zij met hun brief eerst langs hun directe leidinggevende voordat ze bij communicatie langsgaan.
	In het introductieprogramma voor nieuwe medewerkers opnemen: wat kan de afdeling communicatie?	BDO (P&O, Communicatie)	Q2 2015	n.v.t.	Ja	-

	Voor de huidige medewerkers zet communicatie zelf op intranet wanneer medewerkers bij hun terecht kunnen.	BDO (communicatie)	Q2 2015	n.v.t.	Ja	
	De 10 meest gestuurde brieven (van/namens gemeente) in kaart brengen en wanneer nodig herschrijven	BDO: Communicatie	Q1 2016	Extra uren communicatie	Ja	-
2.2 Toegankelijker en klantvriendelijkere website	De 10-TOP taken in beeld brengen en de site overeenkomstig inrichten	BDO (IM) en communicatie	Q3 2015	€ 5.000,00	Ja	Risico is dat alles belangrijk gevonden wordt (alles moet op de site) en de focus blijft ontbreken
	De website voldoet aan de web richtlijnen	BDO (IM en CM) en GRF	Q2 2015	€ p.m.	Ja	Als gevolg van een 'plug-in' van het raadsinfo-systeem en afwijkend bijhouden daarvan voldoet de site niet meer. Mogelijk moet veel 'handwerk' worden gedaan.
2.3 Verbeterde interne organisatie	Inplannen van afspraak door klant via website, waar mogelijk/logisch (werken op afspraak), implementeren in andere organisatieonderdelen	CMT- organisatie breed	Q2 2015	n.v.t.	Ja, zal samen gaan met het nieuwe zaaksysteem.	-
	Invoeren van Track-and-Trace van diensten en implementeren inzage zaakgericht werken	CMT	Q1 2016	n.v.t.	Ja.	Zal samen gaan met het nieuwe zaaksysteem
	Medewerker communicatie lezing/presentatie laten	Communicatie	Q3 2015 (jaarlijks)	n.v.t.	Ja.	-

	houden over klant-klare taal. Wat hadden we afgesproken en hoe loopt het nu?		terugkerend)			
2.4 Centraal aanspreekpunt voor bedrijven/ondernemers	Ondernemersloket beter vormgeven en updaten zowel fysiek (accountmanagement) als digitaal (website).	ONT (Economische zaken)	2015	n.v.t.	Ja.	Om dit te realiseren is er input nodig van de totale organisatie om kennis te verkrijgen.

Ambitie 2: Wij doen niet alles, maar helpen burgers graag (verder) op weg. Burgers kunnen namelijk veel meer zelf, net zo goed of beter. We stimuleren burgers en instellingen/bedrijven om meer initiatief te nemen; wij katalyseren de initiatieven of ondersteunen deze.

Doelstelling 3: Op 31-12-2016 is de zelfredzaamheid van klanten met 20% toegenomen ten opzichte van 31-12-2014 (0-meting is er niet).

Toelichting: Met zelfredzaamheid wordt hier het volgende onder verstaan: De mate waarin burgers een beroep doen op (de voorzieningen van) de overheid.

Meting: Het is moeilijk om de zelfredzaamheid van burgers te meten. Wel kan er met een aantal factoren inzichtelijk worden gemaakt of burgers meer zelfredzaam worden, zo kan er gekeken worden naar:

1. Het aantal burgers dat zelf initiatief onderneemt voorafgaand contact met 't Loket (Onderzoek WMO geeft aan dat 21 % eerst zelf initiatief neemt voordat burger contact opneemt met 't Loket. Als burgers meer zelfredzaam worden, zullen zij eerst zelf naar oplossingen zoeken voordat zij bij de gemeente aankloppen. Dit aantal zal de komende jaren dus moeten stijgen).
2. Het aantal burgerinitiatieven of evenementen, dat blijft voortbestaan na vervallen van subsidie of ondersteuning gemeente.
3. Het gebruik van (digitale) gemeenteproducten, zonder tussenkomst/hulp van ambtenaar (waar mogelijk).

Er zal gewerkt worden aan een monitor (Back to basic). Mogelijk wordt dit later ingevlogen om op die manier de zelfredzaamheid van mensen die niet bij 't Loket in beeld zijn, te meten.

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
3.1 Het inzichtelijk maken van het gebruik van *digitale marktplaatsen	Uitzoeken of er al dergelijke digitale marktplaatsen zijn en waar nodig naar verwijzen. Op die manier kunnen burgers zelf aan de slag met hun hulpvraag en maken burgers minder gebruik van overheidssteun.	ONT	Q2 2015	n.v.t.	Ja	*Met digitale marktplaatsen wordt bedoeld een website waarop burgers elkaar diensten aanbieden of vragen om hulp om zo meer zelfredzaam te zijn en minder te hoeven leunen op steun van de overheid, zoals http://www.wikiwijk.nl/
3.2 Meer ruimte geven	Legesvrij maken van	ONT	Q3 2015	Structureel	Ja, al zal het	-

voor initiatieven	evenementen. Als de gemeente burgers/bedrijven meer ruimte geeft om initiatieven op te zetten, werkt dit drempelverlagend en zullen burgers zelf meer initiatief nemen.			+extra: 2 X € 10.000 (2015/2016) voor extra aanjagen nieuwe initiatieven	aantal initiatieven ook afhangen van andere factoren (behoefte, gelegenheid et cetera)	
3.3 Inzet van inwoners, bedrijven en instellingen kan alleen gevraagd worden als men het goede voorbeeld geeft.	Jaarlijks meedoen met NL-doet (continueren)	ONT	Q1 2015	Eigen inzet: vrijwillig dus in eigen tijd	Ja, mits mensen op tijd ingelicht worden.	-
3.4 Het vergemakkelijken van ontvangen van subsidie voor burgerparticipatie-activiteit	Mochten burgers subsidie nodig hebben (en dit ook toegekend krijgen), om bijvoorbeeld in het eerste jaar een evenement op te starten, dan moet dit niet bemoeilijkt worden, subsidie zou dan gestort moeten kunnen worden op naam van aanvrager	ONT	Q1 2015	Uren, om uit te zoeken hoe dit proces vereenvoudigd kan worden.	Ja	Uit financieel/rechtmatigheidsoogpunt zou het kunnen zijn dat niet altijd rechtsreeks subsidie feitelijk mag worden verstrekt.
3.5 Continueren van Samen Buurten	Subsidieaanvraag behandelen en beoordelen of het (financieel) rechtmatig is om subsidie toe te kennen	ONT	Doorlopend	n.v.t.	Ja	Samen Buurten daar waar financieel rechtmatig; burgers die genoeg financiële draagkracht hebben kunnen gerust zelf iets organiseren voor hun buurt.
3.6 WMO kanteling	Gesprek blijven voeren met	MDV	Doorlopend	n.v.t.	Ja	-

	mensen gericht op eigen kracht					
3.7 Onderzoek effect WMO Kanteling	Onderzoeken of burgers WMO kanteling begrijpen en of het ook werkt voor burgers	MDV	Q1 2017	n.v.t.	Ja	-
3.8 Kapbeleid: beperkter omgevingsvergunning voor kappen	Vigerend kapbeleid evalueren en zo nodig bijstellen.	R&B	Q1 2016	n.v.t.	Ja	Door minder regels op te stellen en burgers zelf uit te laten zoeken of kappen mag ja of nee, geven we burgers meer vrijheid maar vragen we van burger ook meer eigen initiatief.
3.9 Vereenvoudigen APV	Het nalopen van regelgeving in relatie tot de handhaving en schrappen van onnodige verplichtingen	VVH	Q1 2016	n.v.t.	Ja	Regels zetten burgers niet altijd aan tot bepaald gedrag. Daar waar gemeente geen invloed heeft of bepaalde taken niet meer uitvoert kunnen regels worden geschrapt.

Doelstelling 4: Op 31-12-2016 is het aantal burgerparticipatie-activiteiten(burgerinitiatieven) met 20% toegenomen ten opzichte van 31-12-2014 (aantal burgerparticipatie-activiteiten: 10, deze 0-meting is een schatting). Als blijkt uit actiepunt 4.1 taak 1 dat we andere definitie aan burgerinitiatieven geven kan de 0-meting veranderen).

Toelichting: Van inwoners, bedrijven en instellingen wordt verwacht dat ze bepaalde taken, waar zij zelf belang aan hechten, zelf gaan oppakken en participeren in de samenleving. Dit zou terug te zien moeten zijn in het aantal burgerinitiatieven. Deze initiatieven kunnen dan bijvoorbeeld tot stand komen door een samenwerking tussen inwoners en bedrijven.

Meting: Door het aantal burgerinitiatieven te registreren (aan de hand van een aantal kenmerken).

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
4.1 Het onder de aandacht brengen van het aantal burgerparticipatie activiteiten.	Het definiëren van kenmerken van burgerparticipatie activiteiten/ burgerinitiatieven en publiceren	ONT	Q2 2015	n.v.t	Ja	-
	Lijst opstellen van nu bekende burgerparticipatie activiteiten en publiceren voor burgers en bedrijven.	ONT/ R&B	Q2 2015	n.v.t.	Ja	De gedachte hierachter is dat het stellen van voorbeelden voor burgers, bedrijven gemakkelijker wordt om initiatieven op te pakken
4.2 Attent maken op burgerparticipatie-activiteit.	Bijvoorbeeld door het maken van een bordje dat bij een project kan worden gezet	BDO: Communicatie	Q1 2016	€ 2.500,00	Ja	Bijvoorbeeld als een buurt besluit om samen het groen te onderhouden, dan kan er een bordje bijstaan: <i>In onze buurt onderhouden wij het groen zelf!</i>
	Strooizout en bladkorven beschikbaar blijven stellen en burgers hierop attenderen	R&B	Doorlopend	Reeds opgenomen in de begroting	Ja	-

4.3 Het opstellen van een visie op omgaan met burgerinitiatieven	Opstellen en vaststellen door college van een visie op hoe de gemeente om wil gaan en gaat anticiperen op burgerinitiatieven. Deze visie kan worden uitgewerkt in een afwegingskader, dat aangeeft welke afwegingen genomen worden met betrekking tot een burgerinitiatief.	ONT	Q4 2015	n.v.t.	Ja	Zodra duidelijk is wat we precies verstaan onder een burgerinitiatief (Q2 2015) kan een visie worden opgesteld: Waarom willen we burgerinitiatieven en welke houding moet de gemeente tegenover burgers hebben om burgers (als zij hier behoefte aan hebben) waar noodzakelijk, te faciliteren als burgers, instellingen/bedrijven een beroep doen op de gemeente? <u>Beginspraak toepassen</u> : burgers weten zelf het beste waar zij behoefte aan hebben.
	Faciliteren van samenkomst voor opstellen van visie	ONT	Q3 2015	n.v.t.	Ja	-
4.4 Input vragen van burgers betreffende behoefte gemeentelijke ondersteuning burgerinitiatieven	Het op uitnodiging bijwonen van een evenement waarbij verenigingen praten over initiatieven en daar input ophalen over de gewenste houding van gemeenten voor burgers die initiatief willen nemen.	ONT (wordt georganiseerd door Contour de Twern)	Q1 2015	n.v.t.	Ja.	Mooi startpunt voor opstellen van visie!
4.5 Het behouden van Beginspraak en dit (waar mogelijk) uitrollen op andere afdelingen	Uitzoeken op welke afdelingen is dit wenselijk/mogelijk?	ONT, R&B, MDV	Q2 2015	n.v.t.	Ja	Mensen waar mogelijk in hun eigen omgeving opzoeken

4.6 Right to challenge	Invoering/implementatie 'right to challenge'*	ONT/ MD	Q3 en Q4 2015	n.v.t.	Ja	<p>* Het 'right to challenge' houdt in dat een (georganiseerde) gemeenschap het recht heeft om aan te geven dat zij bepaalde publieke taken over willen nemen. Zij kunnen dan, naast andere aanbieders, ook een aanbod doen. Voor meer informatie:</p> <p>http://horizontalisering.ning.com/profiles/blogs/right-to-challenge-in-nederland-een-blik-over-de-noordzee</p> <p>➔ Tevens opgenomen in WMO, artikel 2.6.6.a</p>
	Publiciteit/aandacht voor right to challenge	ONT/ Communicatie	Q1 2016	n.v.t.	Ja	-
4.7 Ondertekening manifest en bekendmaking	De gemeente Oisterwijk heeft een manifest t.a.v. burgerinitiatieven opgesteld dat eveneens door Goirle is ondertekend	ONT	Q4 2014-doorlopend	n.v.t.	Ja.	<p>Brabants Manifest voor Samenwerking. Hierin staan zes vuistregels voor een optimale samenwerking van burgers met lokale overheden. Daarvoor is nodig een cultuuromslag, communicatie, samenwerking, stimulering, partnerschap en kennisdeling. Het nieuwe Manifest gaat naar alle gemeentebesturen in de provincie met het verzoek zich aan te sluiten.</p>

4.8 Het verbreden van grondslag voor incidentele subsidies.	De subsidieverordening dient te worden verruimd. Er komt een voorstel aan de raad. Gedachte wordt aan het volgende: Niet alleen zijn activiteiten subsidiabel. Bijvoorbeeld: de aanschaf/huur van materiaal/materieel is (onder voorwaarden) subsidiabel.	ONT	2015	Reeds opgenomen in de begroting (€ 10.000,00 voor incidentele subsidies en € 10.000,00 voor het Bruisfonds)	Ja, de vraag is alleen of andere factoren ook niet een rol spelen. En waar geven we als gemeente wel/niet een incidentele subsidie voor?	-
---	---	-----	------	---	--	---

Doelstelling 5: Op 31-12-2016 is de waardering van burgers ten aanzien van 'het betrekken van burgers bij de totstandkoming van plannen' in het onderzoek *Waar staat je gemeente* 0, 5 punten toegenomen ten opzichte van 31-12-2014 (0-meting in het onderzoek *Waar staat je gemeente* voor het betrekken van burgers bij totstandkoming gemeentelijke plannen scoort de gemeente een 5,6).

Toelichting: Bij deze doelstelling is van belang om acties uit te zetten die bijdragen aan de waardering die burgers geven over de betrokkenheid die zij ervaren bij de totstandkoming van plannen. Het gaat niet zozeer of burgers ook participeren bij de totstandkoming van plannen, maar wel dat die mogelijkheid er is als zij dit wensen en dat hier ook makkelijk toegang tot verleend kan worden.

Meting: De meting wordt gedaan door deelname aan *Waar staat je gemeente*, deze meting wordt eens in de twee jaar uitgevoerd.

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
5.1 Het bedenken van een Prijsvraag	Prijsvraag bedenken waarbij burgers/bedrijven oplossingen of initiatieven kunnen voordragen.	ONT	Q2 2015	€ 1.000,00	Ja	Te denken valt aan bijvoorbeeld: Aanplakzuilen, eigenlijk alleen voor niet-commerciële doeleinden, maar hoe toch commerciële doeleinden? Het uitzetten van een prijsvraag is een middel om uiteindelijk de burgers meer te kunnen betrekken.
5.2 Een poll op de website plaatsen	Een poll op de website om opinie te peilen; eventueel kan dit ook door middel van social media worden ondersteund.	BDO (IM)	Q3 2015	Uren, beheer forummaster (of via een andere website laten uitzetten).	Ja	Wel moet dit goed gescreend worden; wat vragen we wel/ niet en wat gaan we doen met de input?
5.3 Het inzetten van digitale kanalen (social media) om klanten (voor) tijdig te betrekken bij de (totstandkoming) van plannen	Het opstellen van een protocol voor de inzet van social media	Communicatie, Organisatie breed	Q2 2015	n.v.t.	Ja	

5.4 Het installeren van apparatuur om raadsvergaderingen/ bijeenkomsten te kunnen volgen via het internet	Aanpassing van raadszaal en daarmee verbeteren van mogelijkheden om raadsvergaderingen te volgen	BDO/R&B	Q1 2015	Reeds opgenomen in de begroting	Ja	-
	Attenderen van inwoners op deze faciliteit via GB, Wijgoirlenaren	BDO (CM)	Q2 2015	n.v.t.	Ja	-
5.5 Burgerpanel	Het uitzoeken van de mogelijke rol en inzet van een burgerpanel*	ONT/ BDO (CM)	Q3 2015	n.v.t.	Ja	*Een burgerpanel bestaat uit een groep inwoners van de gemeente die zijn mening geeft over zaken die in de gemeente spelen. Op die manier kunnen burgers al in een vroeg stadium betrokken worden bij de ontwikkeling en totstandkoming van plannen.

Doelstelling 6: Op 31-12-2016 is de waardering van burgers ten aanzien van 'het betrekken van burgers bij de uitvoering van plannen' in het onderzoek *Waar staat je gemeente*, 0,5 punten toegenomen ten opzichte van 31-12-2014 (0-meting) onderzoek *Waar staat je gemeente*, voor het betrekken van burgers bij uitvoering van plannen scoort de gemeente een 5,7).

Toelichting: Bij deze doelstelling is van belang om acties uit te zetten die bijdragen aan de waardering die burgers geven over de betrokkenheid die zij ervaren bij de uitvoering van plannen. Het gaat niet zozeer of burgers ook participeren bij de uitvoering van plannen, maar wel dat die mogelijkheid er is als zij dit wensen en dat hier ook makkelijk toegang tot verleend kan worden.

Meting: De meting wordt gedaan door deelname aan onderzoek *Waar staat je gemeente*, deze meting wordt eens in de twee jaar uitgevoerd.

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten+ mogelijk extra kosten	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
6.1 Training zoals aangegeven bij 1.2						-
6.2 Naspraak	Introduceren van naspraak* bij alle trajecten waar ook beginspraak is toegepast (Beginspraak; burgers mee laten denken over nieuwe projecten, zonder dat er beleid is geschreven).	R&B	Q1 2016	n.v.t.	Ja	*Naspraak: als een project is afgerond wordt aan burgers gevraagd wat zij van het project/proces vonden. Op die manier komt er een soort feedbackmoment, zo kunnen burgers hun mening geven, zij voelen zich gehoord en kan de gemeente de gehele cyclus van Beginspraak-Naspraak verbeteren.
6.3 Openheid van uitvoering plannen verbeteren	Via de website link naar ' plannen in uitvoering', waar ook verwijzing staat naar bijvoorbeeld de betrokken ambtenaar.	BDO (IM en CM)	2015/2016	n.v.t.	Ja	Op die manier kunnen klanten lezen welke plannen op dit moment in uitvoering zijn. En bij wie ze moeten zijn voor vragen.
6.4 Gebiedsgerichte	Burgers wijzen op	BDO	Q3 2015	Extra uren	Ja	http://zoek.overheid.nl/

nieuwsservice via website	gebiedsgerichte nieuwsservice via website	(Communicatie)				Door burgers op deze mogelijkheid te wijzen, kunnen burgers ervoor kiezen om informatie te ontvangen over hun directe leefomgeving en blijven ze zo constant op de hoogte van veranderingen.
---------------------------	---	----------------	--	--	--	--

Ambitie 3: We zoeken onze burgers en bedrijven/instellingen vaker op, gaan gesprekken met hen aan en doen dat vaker op momenten waarop het hen uitkomt.

Doelstelling 7: Op 31-12-2016 is de tevredenheid van klanten over de locatie van het klantcontact toegenomen met 20% ten opzichte van 31-12-2014 (0-meting wordt gedaan door het uitvoeren van een klein onderzoek).

Toelichting: Door vaker klanten, burgers, instellingen en bedrijven op te zoeken op de locatie die zij zelf kiezen, zal de tevredenheid over de locatie van het klantcontact toenemen.

Meting: Het onderzoek zal bestaan uit het afnemen van enquêtes bij burgers die het gemeentehuis bezoeken.

Aan de bezoekers worden een aantal simpele vragen gesteld over wat ze van de locatie vinden en of als ze de keuze hebben, zouden kiezen voor een andere locatie van het klantcontact. Aan WMO klantmanagers, die huisbezoeken doen, kan gevraagd worden of zij X aantal keer ook deze enquête willen afnemen bij hun klanten. Op die manier worden zowel burgers die op het gemeentehuis komen als burgers die thuis worden bezocht ondervraagd over de tevredenheid over de locatie van het klantcontact.

Dit onderzoek kan dan over 2 jaar nogmaals worden uitgevoerd.

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
7.1 Locatie klantcontact sociale zaken	Plan uitwerken om balie van sociale zaken te verplaatsen naar de begane grond	OND	2015	€ 10.000.00	Ja	Wellicht dat het handig is om organisatorische/praktische zaken rondom locatie sociale zaken en veranderingen rondom de receptie integraal af te stemmen. Eventueel kan hiervoor iemand ingehuurd worden.
7.2 Flexibeler contact met de klant	Het klantcontact vindt plaats naar keuze van de klant	Organisatie breed	Q3-Q4 2015	Meer uren (als ambtenaar bijvoorbeeld vaker naar burger/klant toe moet gaan)	Ja	Flexibeler klantcontact vindt organisatie breed plaats, maar hier ligt natuurlijk een grote rol bij accountmanagement/ duurzaamheid en andere functies waar klantcontact een grote rol spelen, om flexibel om te gaan met de voorkeur voor plaats/tijd van bedrijven/instellingen.

7.3 Het thuis bezorgen van producten	Een paspoort (of ander product) op verzoek thuisbrengen	BDO/MD	Q3 2015	Mogelijk wel extra kosten omdat hier nu geen middelen/mankracht voor is.	Ja	Gebeurt al op moment dat iemand echt niet in staat is om naar het gemeentehuis te komen. Veiligheidsaspecten moeten wel in afweging worden meegenomen. Faciliteiten dienen dan wel op orde te zijn
--------------------------------------	---	--------	---------	--	----	--

Doelstelling 8: Op 31-12-2016 is de tevredenheid van klanten over het tijdstip van het klantcontact toegenomen met 20% ten opzichte van 31-12-2014 (*Onderzoek Waar staat je gemeente*: Heel tevreden 6%, tevreden 52%, niet tevreden-niet ontevreden 14%, geen mening 10%, 18 % ontevreden of heel ontevreden, meeste mensen voorkeur voor afspraak in de ochtend tussen 10.00 en 12.00 of 's avonds na 20.00, oordeel bezoeker openingstijden gemeentehuis: 7).

Toelichting: Het helpen van klanten op tijdstippen die de klant prettig vindt zorgt er voor dat er beter wordt ingespeeld op de wensen van de klant en zo heeft de gemeente de mogelijkheid om diensten beter te verlenen en meer maatwerk voor de klant mogelijk te maken.

Meting: De meting wordt gedaan door deelname aan het onderzoek *Waar staat je gemeente*, deze meting wordt eens in de twee jaar uitgevoerd

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
8.1 Afstemmen openingstijden gemeentehuis behoefte burger/klant	Afstemmen van de openingstijden (ophalen van paspoort et cetera) aan behoefte burger. Dit kan aan de hand van onderzoek <i>Waar staat je gemeente</i> . En daarnaast kan er gekeken worden naar de openingstijden van de winkels op de Hovel, praktisch is dat gemeentehuis open is op koopavond.	Alle afdelingen	Q1 2015	(mogelijk) Kosten neutraal	Ja.	Mogelijk vergt dit een andere houding van medewerkers betreffende werktijden. Kostenneutraal, omdat uren die nu niet benut worden ook niet ingevuld hoeven te worden.
8.2 Verbeteren van de digitale bereikbaarheid	Verbetering van de website door middel van TOPtaken	BDO (IM)	Q3 2015	Zie Actie 2.2	Ja	-
	Implementeren van beter melden App	R&B en BDO (IM)	Q2 2015	€ 5.000,00	Ja	Mogelijk later de "beter melden" app koppelen aan Buitenbeter app als er behoefte is aan grotere dekking

	In gebruik nemen van Afvalkalender app en afvalwijzer	Communicatie en R&B	Q1 2015	€ 1.100,00	Ja	-
	Communiceren gebruik Afvalkalender app en Afvalwijzer	Communicatie en R&B	Q1 2015	n.v.t.	Ja	
	Website voldoet aan servicenormen duidelijk taalgebruik.	BDO (informatiemanagement)	2015	n.v.t.	Website voldoet al aan servicenormen duidelijk taalgebruik.	-
	Praktische verwijzen op de website zetten voor bezoekers/toeristen (bijvoorbeeld verwijzing naar VVV site). En praktische verwijzen op website voor ondernemers(accountmanager).	BDO (Informatiemanagement) en ONT(economische zaken)	2015	n.v.t.	Ja	Er kan mogelijk ook verwezen worden naar de evenementenkalender (de UIT website) mits deze dan online is.
8.3 Werken op afspraak	Invoeren op de afdeling VVH en MDV (SZ)	MDV, VVH en BDO (IM)	Q2-Q3 2015	n.v.t.	Ja	-

Ambitie 4: We leggen ons toe op betere toegankelijkheid van die kanalen die burgers graag benutten en brengen daarop focus aan. We optimaliseren onze digitale kanalen en stimuleren inwoners de 24-uurs of digitale kanalen te gebruiken, maar blijven bereikbaar (al dan niet beperkter) langs alle kanalen.

Doelstelling 9: Op 31-12-2016 is het aantal doorverbonden oproepen vanuit de eigen receptie afgenomen met 20% ten opzichte van 31-12-2014 (0-meting: Gemiddeld worden er 52 telefoontjes per dag doorverbonden) (van gemiddeld 116 telefoontjes over de hele dag).

Uitvoering 0-meting: De meting is uitgevoerd op 3 dagen in 2014: 4 november, 10 november en 1 december. De receptionisten hebben zelf bijgehouden op een formulier hoeveel telefoontjes er kwamen, opgedeeld in 4 categorieën: Aantal doorverbonden telefoontjes, hoeveel telefoontjes terugkomen bij de receptie, hoeveel telefoontjes zelf afgehandeld worden bij de receptie en bij hoeveel telefoontjes er een terugbelnotitie wordt opgemaakt of dat de telefoon niet doorverbonden kan worden.

Toelichting: Door de digitale kanalen te verbeteren en door klanten te attenderen op de mogelijkheden van digitale kanalen, proberen we het aantal doorverbonden oproepen vanuit de eigen receptie te verminderen. Enerzijds zal er door de receptie minder doorverbonden hoeven worden, omdat ambtenaren rechtstreeks te bereiken zijn op hun mobiel. Anderzijds kunnen receptiemedewerkers door inzicht in het zaaksysteem meer vragen beantwoorden waardoor doorverbinden niet meer nodig is. Op die manier zal de toegankelijkheid en bereikbaarheid van de gemeente verbeterd worden.

Meting: Over 2 jaar kan via het zaaksysteem worden gemonitord of het aantal doorverbonden oproepen vanuit de eigen receptie werkelijk is afgenomen.

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
9.1 Mobiele telefonie invoeren	Pilot uitvoeren: 19 medewerkers krijgen nu al een mobiel.	Organisatie breed	Q1 2015	Kosten neutraal	Ja, door pilot wordt duidelijk waar verbeterpunten zitten en wat de (on) mogelijkheden zijn	Als iedere werknemer een mobiele telefoon heeft, zal thuiswerken ook makkelijker gaan. Dit betekent dat van werknemers verwacht wordt, waar mogelijk, zij dit ook meer gaan doen. Op die manier kan er bespaard worden op werkplekken. Opmerking: thuiswerkplekken zullen wel gefaciliteerd moeten worden.
	Mobiele telefonie organisatie breed invoeren.	Organisatie breed	Q2 2015	Kosten neutraal		Door mobiele telefonie kan aantal vaste werkplekken worden teruggebracht.
	Duidelijke afspraken gebruik mobiele telefonie	CMT	Q2 2015	n.v.t.		Met mobiele telefonie wordt het mogelijk om bereikbaarheid van gemeente te verbeteren, maar dit kan

						alleen als houding en gedrag hier ook bij aansluiten. Iedereen is zelf verantwoordelijk voor zijn of haar bereikbaarheid en iedereen is verantwoordelijk voor zijn of haar klant (contacten). Opmerking: medewerker moet dan wel bereik hebben met deze telefoon.
	Onderzoek naar effecten van invoering mobiele telefonie	Mystery Guest	Q1 2017	€ 2.500,00	Ja.	Heeft mobiele telefonie het gewenste effect gehad en hoe gaan medewerkers hiermee om? Wat zijn de vervolgstappen als de effecten bekend zijn?
9.2 Bij receptie inzicht in het zaakstelsel	Receptiemedewerkers krijgen inzicht in het zaakstelsel en kunnen door training hier ook goed mee werken	BDO (IM) & MDV	Q3 2015	Uitbreiding receptie door verschuiving taken	Ja	-
	De fysieke klantcontacten scheiden van het telefonische klantverkeer	MDV (Burgerzaken)	Q1 2016	€ 10.000,00	Ja	Dit betekent wel dat er gerouleerd moet worden en dat er gekeken moet worden of met bestaande mankracht de bezetting kan worden geregeld.
9.3 Invoering zaakgericht werken	Implementeren van zaakgericht werken, waardoor eerstelijns informatie bij de receptie/front office bekend is en klanten direct geholpen kunnen worden	OND	Q1 tot en met Q4 2015	Reeds in begroting opgenomen, kosten neutraal verwerkt	Ja	-

Doelstelling 10: Op 31-12-2016 is het aantal klanten dat gebruik maakt van het digitale kanaal toegenomen met 20% ten opzichte van 31-12-2014 (0-meting *Waar staat je gemeente* blijkt dat 18% van de klanten schriftelijk contact heeft met de gemeente, 50% heeft telefonisch contact, 19 % heeft contact via e-mail, 14% heeft via internet contact en 40% op een andere manier). Met 20 % wordt het volgende bedoeld, 20% van 20 + 19 = 39%, is een stijging van 7,8% ten opzichte van de 0-meting.

Digitaal kanaal = aandeel van klanten dat contact heeft met de gemeente via internet (0-meting = 20%) plus het aandeel klanten dat contact heeft met de gemeente via e-mail (0-meting = 19%).

Beschrijving: Door digitale kanalen te optimaliseren, denk aan een website met TOP taken, zullen klanten meer gebruik maken van digitale kanalen en zal dienstverlening ook beter afgestemd kunnen worden op de behoefte van de klant.

Meting: Aantal mensen dat gebruik maakt van digitale producten zal stijgen. Hierdoor zal het aantal mensen dat gebruik maakt van overige communicatiemiddelen (brief, telefoon) ook afnemen.

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
10.1 Meer bekendheid van digitale kanalen	Digitale link zetten naar Goirles belang op website.	BDO (IM)	Q1 2015	n.v.t.	Ja	Zal samenhangen met de opbouw van de nieuwe website
10.2 Het gebruik van digitale kanalen stimuleren	In brieven sturen op gebruik van de website	BDO: Communicatie	Q1-Q2 2015	n.v.t.	Ja	-
	Inwoners blijven wijzen op de mogelijkheid om omgevingsvergunning digitaal aan te vragen, geldt bijvoorbeeld ook voor minimabeleid	VVH en BDO (CM)	Q2 2015	n.v.t.	Ja, dit vindt al op grote schaal plaats.	-
10. 3 Brieven digitaliseren	Waar mogelijk de brieven die verstuurd worden namens gemeenten digitaliseren (mailen)	BDO (IM) en communicatie	Q4 2015	n.v.t.		Kan alleen als zaakstelsel er is en ook goed werkt.
10.3 TOP taken website	Alle TOP taken voor de website digitaliseren (als dat nog niet gedaan is)	BDO (IM) & ONT	Q2-Q3 2015	n.v.t.	Samenhang met nieuw zaakstelsel	-

10.4 Digitale producten met korting	Digitale producten, die ook analoog verkrijgbaar zijn, met 10% korting aanbieden	BDO (IM) en OND (Fin.)	Q3 2016	n.v.t	Ja, uiteindelijk zullen bijna alle producten alleen digitaal verkrijgbaar zijn.	Om burgers te stimuleren meer gebruik te maken van digitale producten kan er een korting worden aangeboden. Doordat er minder handelingen worden verricht voor een digitaal product (en dus ook minder uur aan werk wordt verricht) kan dit ook goedkoper worden aangeboden).
	Expliciet communiceren dat digitale producten korting krijgen t.o.v. analoge producten	BDO (CM)	Q4 2016	n.v.t.	Ja	-

Ambitie 5: We zijn opener en transparanter; we zijn meer aanspreekbaar op de te behalen resultaten, we werken meer op basis van vertrouwen en doen ons werk integraler. Onze inwoners, instellingen en bedrijven kunnen rekenen op een beter te volgen en meer integrale dienstverlening.

Doelstelling 11: Op 1-1-2016 is het aantal medewerkers dat onze visie met betrekking tot de nieuwe dienstverlening kent en onderschrijft toegenomen tot 100% (geen 0-meting, niet opgenomen in het onderzoek *Waar staat je gemeente*)

Toelichting: Als alle medewerkers achter de visie staan en met deze visie aan het werk gaan, zal de gemeente vanzelf opener, transparanter worden. Dit zal uiteindelijk leiden tot een meer integrale dienstverlening.

Meting: De meting wordt gedaan door deelname aan het onderzoek *Waar staat je gemeente*, deze meting wordt eens in de twee jaar uitgevoerd.

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
11.1 Resultaatgericht werken	Invoeren resultaatgericht werken waarbij niet de tijd/inspanning centraal staat met het resultaat	CMT	Q2 2015	n.v.t.	Ja	-
	In de resultaatgerichte afspraken met medewerkers ook afspraken met m.b.t. dienstverlening	CMT	Q2 2015	n.v.t.	Ja	Let op: dit betekent dat CMT een kader neerlegt (zie actiepunt 1.4).
11.2 Het belonen van medewerkers en/of teams die het meest klantvriendelijk zijn	Bedenken van beloningsvorm en frequentie, publicatie, wijze van beoordeling en toekenning van beloning	BDO (P&O)	Q3 2015	n.v.t.	Ja	Beloning, denk hierbij aan een Pluim of Trofee.
11.3 Visie moet gedragen worden door werknemers	Instellen en uitwerken van een slogan	BDO (COM) en ONT	2015	n.v.t.	Ja	De slogan moet iedereen aanspreken.
	Het benoemen van ambassadeurs. Zij dragen de visie uit en stimuleren en	Gemeente Breed	2016	n.v.t.	Ja.	Iedere werknemer kan ambassadeur zijn. Duidelijke afspraken over wat er van de ambassadeur verwacht wordt en voor welke

	inspireren hun collega's.					periode de werknemer ambassadeur blijft.
11.4 Introductieprogramma	Visie op dienstverlening wordt opgenomen in het introductieprogramma voor nieuwe medewerkers	BDO: Communicatie en P&O	2015	n.v.t.	Ja	-

Doelstelling 12: Op 31-12-2016 is de waardering van klanten ten aanzien van de openheid in de dienstverleningsresultaten van de organisatie 0,5 punten toegenomen ten opzichte van 31-12-2014 (geen 0-meting, eerste meting zal worden gedaan in het volgende onderzoek van *Waar staat je gemeente*).

Toelichting: Als de gemeente meer openheid geeft in de resultaten betreffende dienstverlening, zal voor burgers ook meer inzicht komen in de dienstverlening en wellicht ook meer waardering.

Meting: Door meer openheid te geven zal dat terug te zien zijn in de resultaten van het onderzoek *Waar staat je gemeente*, dit draagt ook bij aan de waardering m.b.t. openheid van (uitvoering) van plannen van de gemeente.

Acties	Taken	Door	Tijdsindicatie	Kosten	Realiseerbaar?	Aanvullende informatie
12.1 Open dag	Evalueren/ belondje maken ervaringen andere gemeenten met open dagen	ONT	Q3 2015	n.v.t.	Ja.	Eerst evalueren hoe andere gemeenten open dag ervaren hebben. Wat is hier uitgekomen? Vervolgens beslissen of in Goirle ook een open dag wordt gehouden.
	Opzetten van programma voor het houden van een open dag voor burgers, bedrijven en instellingen waarbij ze een 'kijkje achter de schermen' wordt gegeven.	Organisatie breed	Q1 2016	€ 500,00 + Inzet uren ambtenaren	Ja.	Door als gemeente een 'open dag' te houden, geef je burgers de kans om op laagdrempelige manier een kijkje in de organisatie te geven. Eventueel medewerkers vragen of zij ideeën hebben voor een open dag.
12.3 Het openbaar maken van dienstverleningsresultaten	Het openbaar maken van dienstverleningsresultaten via bijvoorbeeld social media, bijvoorbeeld het Burgerjaarverslag	BDO (IM & COM)	Q3 2015 (jaarlijks terugkerend).	n.v.t.	Ja	-
12.4 Openheid m.b.t resultaten	Eens per kwartaal de score van servicenormen publiceren	BDO (Im en CM) (OND monitoring)	Na invoering zaakstelsel 2016	n.v.t.	Ja	
12.5 Publiceren resultaten	Tweejaarlijks publiceren van de resultaten van <i>Waar</i>	BDO (Communicatie)	Q2 2016	n.v.t.	Ja	

	<i>staat je gemeente, jaarlijks</i> Kamer van Koophandel- onderzoek					
--	---	--	--	--	--	--