



Digitale dienstverlening Werklandschap gemeente Amsterdam

30 APRIL 2020





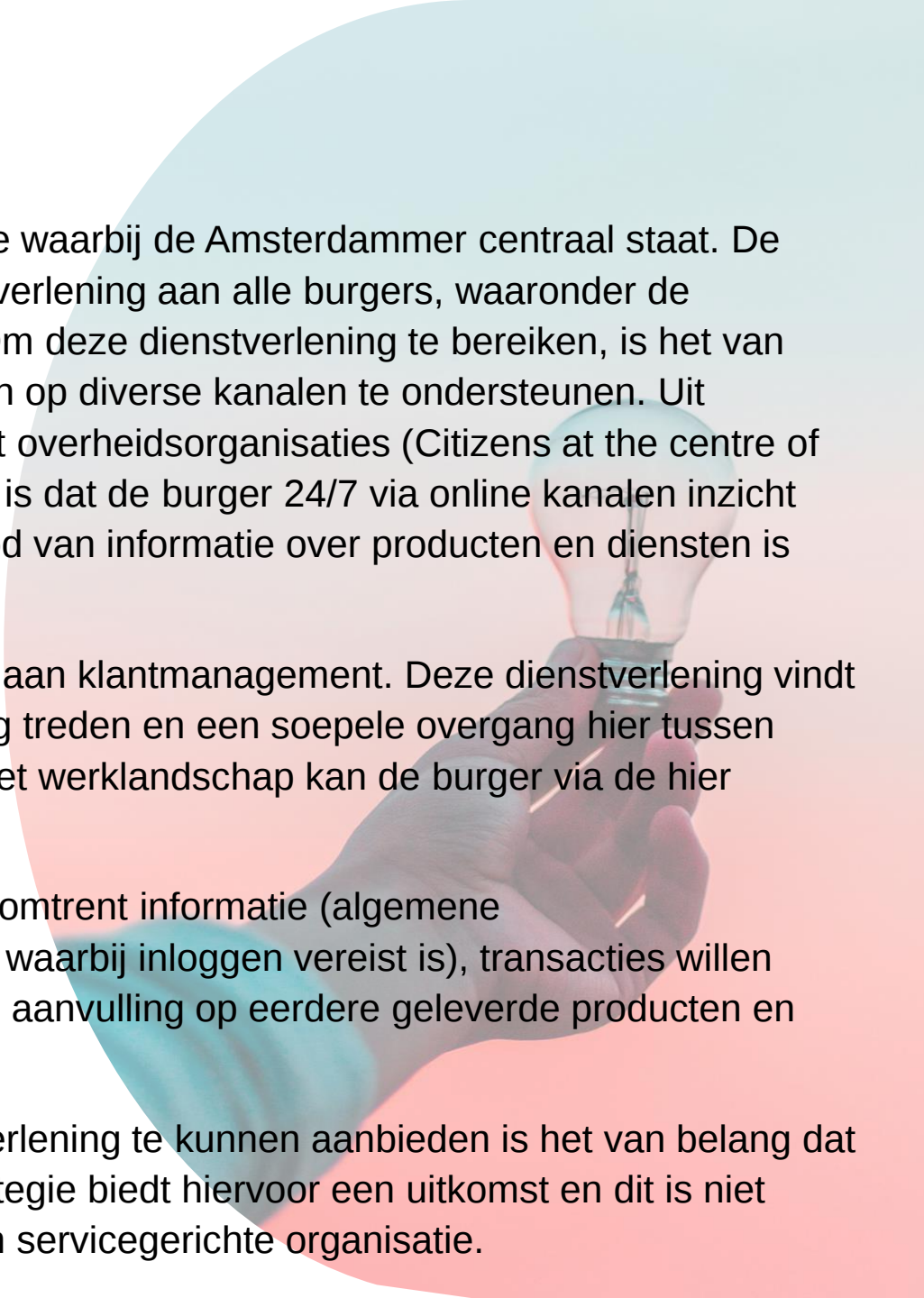
Digitale dienstverlening

De gemeente Amsterdam is een dienstverlenende overheidsorganisatie waarbij de Amsterdammer centraal staat. De gemeente streeft naar een excellente, eenduidige en proactieve dienstverlening aan alle burgers, waaronder de kwetsbare burgers, in verschillende fasen en facetten van hun leven. Om deze dienstverlening te bereiken, is het van belang digitale dienstverlening aan te bieden aan de burgers en om hen op diverse kanalen te ondersteunen. Uit onderzoek blijkt dat 97% van de burgers meer digitale interactie wil met overheidsorganisaties (Citizens at the centre of Smart Cities 2017). Een belangrijk principe van digitale dienstverlening is dat de burger 24/7 via online kanalen inzicht heeft in de producten en diensten. Het gepersonaliseerde online aanbod van informatie over producten en diensten is beschikbaar en betrouwbaar.

Digitale dienstverlening wordt gezien als dienstverlening voorafgaande aan klantmanagement. Deze dienstverlening vindt dus plaats nog voordat de elementen van het werklandschap in werking treden en een soepele overgang hier tussen dient te worden bewerkstelligd. Gedurende het proces beschreven in het werklandschap kan de burger via de hier benoemde digitale dienstverlening in contact komen met de gemeente.

Burgers nemen contact op met de gemeente indien zij interactie willen omtrent informatie (algemene informatieverstrekking), inzage (informatie over de persoonlijke situatie waarbij inloggen vereist is), transacties willen maken (dit betreft de aanvraag voor een nieuw product of dienst of een aanvulling op eerdere geleverde producten en diensten) en interactie indien de dienstverlening al gaande is.

Om de burger gepersonaliseerde en betrouwbare 24/7 digitale dienstverlening te kunnen aanbieden is het van belang dat er een duidelijke strategie geïmplementeerd is. Een Omni-channel strategie biedt hiervoor een uitkomst en dit is niet alleen een werkwijze maar vooral ook een denkwijze voor een klant- en servicegerichte organisatie.

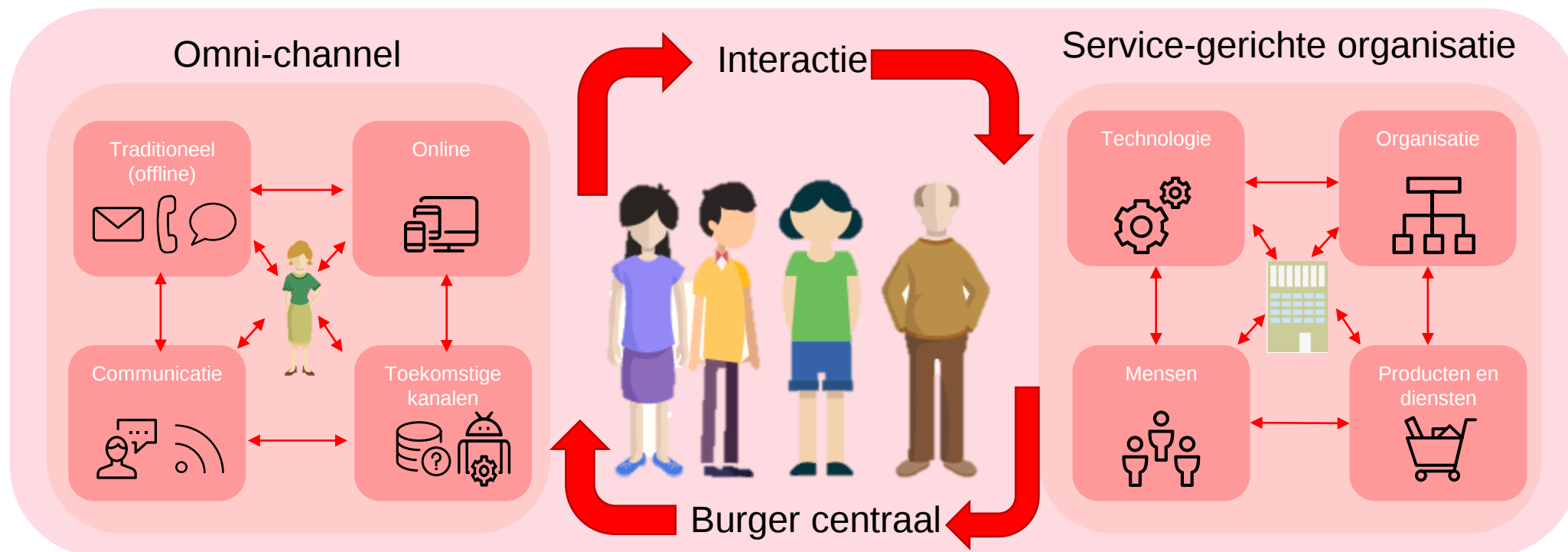




Omni-channel strategie (1/2)

Een Omni-channel strategie is bij uitstek een goede strategie om de burger centraal te stellen, vanwege de keuzevrijheid (behoeften) in de kanaalvoorkeuren en het bieden van een klant- en servicegerichte dienstverlening door het stroomlijnen en verbinden van informatiestromen en kanalen. Bij een Omi-channel strategie bepaalt de burger zelf welk kanaal het beste past bij zijn of haar vraag.

Omni-channel kan worden gedefinieerd als een gesynchroniseerd bedrijfsmodel waarin alle kanalen van het bedrijf samen komen en dit één gezicht vormt naar de burger. Dit zorgt voor een consistente dienstverlening. De klantervaring die een Omni-channel oplevert is op maat, consistent en gepersonaliseerd door de integratie van agent-ondersteunde kanalen (denk aan een virtuele agent bijv. in de vorm van een chatbot) met digitale kanalen zoals social media, zodat burgers op alle manieren en via alle kanalen kunnen communiceren.





Omni-channel strategie (2/2)

Het realiseren van een Omni-channel strategie heeft effect op de bedrijfsvoering, technische organisatie, inzet en vaardigheden van medewerkers. Het kost tijd en vergt inspanningen van de gemeentelijke organisatie. Om dit overzichtelijk te maken heeft de VNG een aantal bouwstenen geformuleerd.



De burger centraal

Het perspectief van de burger is leidend voor het inrichten van de dienstverlening. Wat de klant wil en belangrijk vindt, is bepalend en niet het aanbod.



Technologische ontwikkelingen

Technologische ontwikkelingen maken veel mogelijk op het vlak van een betere interactie tussen gemeenten en inwoners. Denk aan de ontwikkelingen van Chatbot met voice technologie of andere vormen van sociale robots.



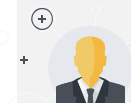
Juiste manier van denken

Een Omni-channel strategie is vooral een manier van denken. Het vertalen van de kenmerken van de gewenste mindset voor de medewerkers zorgt voor een helder beeld.



Doelen strategie vertalen naar organisatie

In de visie van gemeenten dient specifiek de aandacht te liggen om de organisatie wendbaar in te richten op de klantvraag. Elementen voor het ontwikkelen van Omni-channel zijn hierin terug te vinden.



Voorwaarden aan de organisatiestructuur

Omni-channelstrategie raakt iedereen binnen de organisatie. Omni-channel werken vraagt vooral om een opgavegerichte houding en werkwijze i.p.v. taakgericht werken en brengt hierdoor veranderingen in de structuur van de organisatie.



Zorg voor een integraal klantbeeld

Binnen Omni-channel worden kanalen met elkaar verbonden door het ontsluiten van data over klantbeleving en informatie. De contactmomenten worden vastgelegd in alle kanalen, centraal en in samenhang. Met deze gegevens ontstaat een integraal klantbeeld.



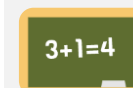
Meten = weten

Verzamelen van data heeft als doel een optimale dienstverlening te bieden vanuit een burger- en datagedreven perspectief. Gemeenten gebruiken data voor de versterking van publieke waarden. Bijv. door data te gebruiken om strategische keuzes te maken in het bereiken van alle inwoners en deze zo goed mogelijk te informeren.



Klant processen in kaart

Het bekijken van een klantreis vanuit de ideale Omni-channel is een beproefde methode om de knelpunten voor burgers zichtbaar te maken en te kijken naar de inrichting van organisatieprocessen. Op basis hiervan kan het proces aangepast worden en kunnen de gewenste verbeteringen in de dienstverlening worden gerealiseerd.



Lerend vermogen

Het werken aan een integraal klantbeeld is niet alleen een systeem gerelateerde oplossing, de échte oplossing blijft de klantgerichte houding van medewerkers. Medewerkers die bereid zijn om buiten hun functie om samen te werken (multidisciplinair en opgavegericht) om de klantvraag zo goed mogelijk te beantwoorden.



Optimaliseren en continu door ontwikkelen

De aandacht voor doorontwikkeling moet blijvend zijn binnen een omni-channelstrategie. Beheer en onderhoud van de 9 bouwstenen is belangrijk om ervoor te zorgen dat dienstverlening passend blijft.



Kanalen Omni-channel strategie

Indien een burger contact wil opnemen met de gemeente Amsterdam zijn er diverse mogelijkheden waar hij of zij gebruik van kan maken. Burgers kunnen via de onderstaande kanalen in contact komen met de gemeente bijvoorbeeld omdat zij een verzoek hebben of een vraag willen stellen. De gemeente hanteert hierbij het principe digitaal waar het kan en persoonlijk waar het moet. Door de diversiteit aan kanalen die de gemeente biedt, is de gemeente 24/7 bereikbaar voor burgers.



Telefoon

Burgers kunnen telefonisch contact opnemen met de gemeente Amsterdam. Er volgt een keuze menu om de burger zo gericht te kunnen doorverwijzen (bereikbaar tussen 08.00 – 18.00).



Contactformulier

Burgers kunnen de gemeente bereiken middels een contactformulier op de website wat burgers in staat stelt om een email te versturen (binnen 24h ontvangstbevestiging, binnen 5 werkdagen antwoord).



Whatsapp

Op de website van de gemeente staat een whatsapp nummer waarbij burgers gemakkelijk in contact kunnen komen met de gemeente, omdat ze een vraag hebben of voor schadeafhandeling (antwoord binnen één uur op werkdagen).



Chatbot met voice technologie

Middels een chatbot die beschikbaar is op de website van de gemeente kunnen burgers vragen stellen. Ze krijgen direct een antwoord terug. Indien de chatbot de vraag niet kan beantwoorden, wordt de vraag doorgestuurd naar een medewerker (24/7).



Balie

Burgers kunnen bij een van de locaties langs gaan. De openingstijden en adressen zijn te vinden op de website (maximale wachttijd 20 min).



Website

Via de website kunnen burgers informatie vinden over de diensten en producten die de gemeente aanbiedt en over hoe zij in contact kunnen komen met de gemeente. Door de toepassing van iconen en voorleestoepassingen (evt. ook in andere talen) is het ook voor minder taalvaardige, computer-vaardige en sociaal vaardige burgers te volgen (24/7).



Brief

Op de website van de gemeente staan de adressen van de gemeente weergegeven waar de brief naartoe verstuurd kan worden (binnen 5 dagen ontvangstbevestiging, binnen 6 weken antwoord).



Digitale dienstverlening & IV Principes

De zeven informatiethema's van de gemeente Amsterdam zijn van toepassing op de digitale dienstverlening waar de Omni-channel strategie deel van uit maakt.



Gebruiks- gemak

De dienstverlening van de gemeente en de daarbij behorende kanalen dienen eenvoudige ondersteuning en toegankelijkheid te bieden.



Automatiseren

Vervangen van handmatige werkzaamheden door geautomatiseerde handelingen. Denk hierbij aan het krijgen van een pop-up met suggesties of contactopties als je bepaalde informatie leest of het definiëren en doorvoeren van triggers zodat de burger geïnformeerd wordt over de mogelijkheden.



Self Service

Burgers en werkgevers moeten alles digitaal kunnen aanvragen, eigen gegevens kunnen beheeren. Bekende gegevens worden voor ingevuld. Op de website is een video/e-learning aanwezig waarin mogelijkheden worden uitgelegd.



Proces flexibiliteit

Procesmanagement o.b.v. zaakgericht werken, lean en flexibel aangepaste ICT. Processen kunnen gemakkelijk worden ingericht. D.m.v. de Omni-channel strategie wordt in één omgeving interactie aangeboden aan de burger en kunnen gemakkelijk kanalen worden toegevoegd/worden uitgebreid.



Organisatie flexibiliteit

Taken zijn niet meer gekoppeld aan specifieke eenheden, meer generiek rolgebaseerd en mogelijk centraal. Denk hierbij eraan dat de burger via elk device in contact moet kunnen komen met de gemeente.



Digitaliseren

Geen papieren dossiers, gebruik van gegevens anytime anyplace anywhere just in time just enough, waardoor tijd bespaard kan worden aan administratie en zoeken. Door diverse digitaliseringsmogelijkheden aan te bieden, vindt er gepersonaliseerde dienstverlening voor de burger plaats omdat de burger de wijze van interactie kan bepalen.



Prestatie gericht sturen

Activiteiten vastleggen, online voortgang meten en weten en bijsturen waar nodig. D.m.v. data wordt ingespeeld op de behoeften van de burger. Tevens kan de opgedane data en inzichten gebruikt worden in voorspellende modellen om zo voorspellingen te kunnen doen en op basis hiervan automation te kunnen bijsturen (bijv. In de vorm van triggers zodat burgers geattendeerd worden over de diverse mogelijkheden).



Tweedeling

Er kan een splitsing worden gemaakt tussen anonieme digitale dienstverlening waarbij de burger niet inlogt in een omgeving van de gemeente en tussen persoonlijke digitale dienstverlening waarbij de burger wel inlogt. Van belang is dat de persoonlijke en niet-persoonlijke dienstverlening naadloos in elkaar overloopt en vanuit één platform gerealiseerd wordt.

Anonieme digitale dienstverlening (niet inloggen)

Amsterdam.nl is het digitale startpunt voor de burger die (nog) niet ingelogd is. Het is de niet-persoonlijke omgeving waar de gemeente inzicht geeft in de producten en diensten die zij levert. Burgers kunnen 24/7 terecht voor inzage in hun persoonlijke gegevens, in de producten en diensten die zij bij de gemeente afnemen en voor persoonlijke suggesties voor andere relevante producten en diensten. Er wordt onderscheid gemaakt tussen twee typen handelingen op het gebied van anonieme digitale dienstverlening:

- ✓ Informatie: hieronder valt algemene informatieverstrekking en dit is het gemeentelijke niet-persoonlijke domein (amsterdam.nl). De burger kan hier informatie zoeken, PDC, contact opnemen, vraag verheldering en een melding maken.
- ✓ Transactie: webformulieren bieden burgers de mogelijkheid om transacties te doen. Allereerst wordt een uitleg over het proces, de regels en de mogelijkheden gegeven. Vervolgens is er een formulier waarin de gegevens voor de transactie ingevoerd worden. Op anonieme digitale dienstverlening is enkel het iprox formulier van toepassing, want hierbij kan de burger het formulier invullen zonder Digi D of Eherkenning.

Persoonlijke digitale dienstverlening (inloggen)

Deze typen acties en mogelijkheden vereisen dat de burger inlogt in de omgeving van de gemeente. Er wordt hierbij onderscheid gemaakt tussen twee typen handelingen op het gebied van persoonlijke digitale dienstverlening:

- ✓ Transactie: dit is een webformulieren functionaliteit om transacties te doen. Hierbij is het tripleforms type formulier van toepassing die inloggen met Digi D of Eherkenning vereisen, voorgevuld zijn met bij de gemeente bekende gegevens, een projectmatige implementatie vereisen en complex van aard zijn. Het gaat hier om aanvragen, wijzigen, matchen, PDC, contact opnemen, melding maken en toestemming geven.
- ✓ Inzage: dit is het persoonlijke gemeentelijke domein en geeft een overzicht van alle zaken die bij de gemeente bekend zijn van een subject. Het gaat hier om het inkijken van het klantbeeld, status, wie er betrokken is en inzicht in de processtap.



Conclusie

Diverse elementen uit de digitale dienstverlening dienen opgenomen te worden in de aanbesteding, te weten:

- Virtuele digitale assistent in de vorm van een chatbot: via een chatbot kan de burger (niet al te complexe) vragen stellen en wordt er direct een antwoord terug gegeven. Indien de chatbot het antwoord niet weet, wordt de vraag doorgezet naar een medewerker. Aanvullend kan de virtuele assistent de klant door de website van de gemeente heen leiden en kan de bot helpen bij het invullen van aanvragen.
- Automation in de vorm van gecodeerde software: zodra de burger op een bepaalde subwebsite is en daar informatie aan het lezen is, komt er automatisch een pop-up scherm met suggesties. De gecodeerde software kan burgers bij het lezen van bepaalde informatie triggers sturen om hen te attenderen op de mogelijkheden. Dit leidt tot proactieve dienstverlening.
- Algoritme die voorspellingen maakt: op basis van data kan gedrag van burgers gekwantificeerd, voorspeld en bijgestuurd worden. Zo kan de gemeente bijvoorbeeld van tevoren al inspelen op een groeiende of afnemende vraag van verzoeken op de participatiewet.
- Digitale ondersteuning voor minder taalvaardige, computervvaardige en sociaal vaardige burgers in de vorm van iconen en voorleesopties: iconen kunnen de content van gemeente op een grafische manier weergeven en voorleesopties kunnen door burgers worden gebruikt die moeite hebben met lezen in het Nederlands.
- Video's/ e-learning op de website: video's maken de burger wegwijs op bijvoorbeeld de website of geven de burger inzicht in hoe de trajecten bij de gemeente eruit zien. E-learning kan worden ingezet om de burgers nog voordat ze een aanvraag hebben ingevuld te informeren over een bepaald onderwerp (bijv. hoe stel je een cv op of hoe wordt je ondernemer).

xxx Bronnen



- Notitie Digitale Interactie v2.0 (2020)
- Poster G4 BIP W & I 2015 v0.5 (2015)
- Verslag G4 BIP sessie (2016)
- Samenvatting-WRR-rapport-weten-is-nog-geen-doen
- Servicecode (2007)
- VNG – Kanaalstrategie voor passende dienstverlening (2020) ([link](#))
- Accenture Citizen Services - Next Generation Citizen Experience Platform (NGCEP) (2018)
- Citizens at the centre of Smart Cities – Accenture (2017)