

Tot slot nog enkele interessante bevindingen rond **het beheer van online recensies**:

- Er zijn verschillende organisatieonderdelen die verantwoordelijk kunnen zijn voor het beheer van online recensies, zoals communicatieafdelingen of social media teams. Soms zijn meerdere onderdelen tegelijk verantwoordelijk. Organisaties behouden in dit geval wel een goede taakverdeling.
- Het is essentieel dat informatie uit de reviews doorstroomt naar de operationeel verantwoordelijken of de kwaliteitsafdeling.
- Er bestaan verschillende softwarepakketten om recensies te beheren. Software kan onder meer recensies sorteren en filteren, statistieken over sociale media geven en het reageren op recensies vergemakkelijken.
- Een zeer klein aandeel van organisaties heeft een beleid rond het beheer van online recensies (minimaal 6%). Een beleid bestaat zeer zelden uit geschreven richtlijnen. Regels worden opgesteld rond het reageren op recensies, het gebruiken van informatie uit recensies en het doorsturen van informatie naar het bestuur en andere werknemers.
- Informatie uit online recensies stroomt slechts beperkt door naar managementrapportages. Dit laat het bestuur van een organisatie toe om prioriteiten te stellen, na te gaan wat er bij de burger speelt en (pro)actief op te treden bij opkomende problemen.

Kortom, online recensies bieden veel mogelijkheden om de dienstverlening en het burgercontact te verbeteren. Doet jouw organisatie ook mee?

Zoek je gedetailleerde informatie over jouw type organisatie? Wil je meer weten over online recensies van publieke organisaties? Bekijk dan het volledige onderzoek op

<https://staatvandeuitvoering.nl/onderzoek/onderzoek-naar-doorwerking-reviews-op-internet/>

Referentie

Cuypers, R., Stepman, M., & Van de Walle, S. (2022). Online Burgerrecensies van Publieke Diensten: Onderzoeksrapport voor het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties & in het kader van het programma 'Staat van de Uitvoering'. <https://staatvandeuitvoering.nl/onderzoek/onderzoek-naar-doorwerking-reviews-op-internet/>

Online recensies: wat moeten publieke organisaties ermee?

Resultaten uit een onderzoek
van het Instituut voor de
Overheid (KU Leuven)



Mensen plaatsen steeds vaker online recensies op platformen zoals Google Review of Facebook. Ook publieke organisaties krijgen hier steeds vaker mee te maken. Maar hoeveel recensies krijgen publieke organisaties nu, en wat kunnen ze ermee doen?

Het Instituut voor de Overheid deed onderzoek naar 1.032 publieke organisaties in Nederland. 92% van de publieke organisaties zijn aanwezig op Google Review en 72% is aanwezig op Facebook. Op 60% van deze Facebook-pagina's kunnen burgers ook effectief een recensie plaatsen.

Omdat het initiatief bij online recensies grotendeels uitgaat van de burger zelf, weten organisaties niet altijd of en hoe zij aanwezig zijn op deze reviewplatformen. Laat ons de verschillende functies van Google Review en Facebook al op een rijtje zetten:



Wanneer je een Google Bedrijfsprofiel aanmaakt, kan je essentiële informatie op Google tentoonstellen. Zo kunnen burgers te weten komen wat de openingsuren zijn, wat de website is en hoe ze je kunnen contacteren.

Het aanmaken van een Google Bedrijfsprofiel zorgt er automatisch voor dat burgers recensies kunnen plaatsen over jouw organisatie! Je hebt de mogelijkheid om bepaalde recensies te melden ter verwijdering, maar je kan de recensiefunctie niet uitschakelen.



Wanneer je een Facebook-pagina aanmaakt, kunnen burgers reageren op de verschillende posts die je op je pagina plaatst.

Facebook-pagina's hebben verschillende tabbladen. Een daarvan is de recensiefunctie of reviews tab. Als organisatie heb je de keuze om recensies op Facebook uit te schakelen indien je dat wenst. De recensiefunctie op Facebook bestaat uit het schrijven van een recensietekst en het al dan niet aanbevelen van de organisatie. Deze functie is geëvolueerd doorheen de jaren, maar nu bestaan aanbevelingen en recensies als één gezamenlijke functie.

Organisaties kunnen **hun eigen naam** kiezen op online platformen. Het valt op dat publieke organisaties vaak een verschillende naam gebruiken over reviewplatformen heen. Wees ervan bewust dat consistentie belangrijk is, omdat de burger anders in de war kan geraken!

Publieke organisaties krijgen gemiddeld 365 recensies op Google Review en 327 op Facebook. Vooral privaatrechtelijke publieke diensten zoals musea of luchthavens ontvangen (zeer) veel recensies. Minder bekende organisaties zoals Waterschappen en diverse Gemeenschappelijke Regelingen krijgen veel minder recensies.

Publieke organisaties scoren relatief goed op online platformen. **De gemiddelde score** is 3,8/5 op Google Review en 3,4/5 op Facebook. Burgers lijken vaker positieve recensies te geven aan organisaties waar zij niet verplicht mee in contact moeten treden. Indien dit wel het geval is, zoals bij gemeenten of een hele resem andere publieke organisaties, dan verwachten zij een goede dienstverlening en zullen ze meer negatieve dan positieve recensies plaatsen.

Recensies bespreken **verschillende thema's**. Vaak vermelden zij de dienstverlening van een organisatie en kaarten ze problemen aan. Recensies kunnen dus een nuttige bron van informatie zijn. Ook laten ze toe om in te schatten wat burgers denken over de organisatie. Zij kunnen dus een bijdrage leveren aan omgevingsanalyses en onderzoeken naar het maatschappelijk sentiment.

Recensies kunnen nuttig zijn voor verschillende redenen. Van de door ons ondervraagde organisaties geeft 60% aan Google Review-recensies te gebruiken, en 47% Facebook-recensies door minstens 47%. Dit om de volgende redenen:

- Het verbetert de dienstverlening
- Het verhoogt engagement met burgers
- Het toont wat er speelt bij burgers
- Het geeft aan wat goed loopt en wat fout gaat
- Het toont waar burgers prioriteit aan hechten

Veel organisaties kiezen ervoor niet te **reageren op Google Review- of Facebook-recensies.** Reacties van organisaties kunnen nochtans meerdere voordelen hebben:

- De organisatie toont dat zij feedback verwerkt
- De organisatie gaat misinformatie tegen
- De organisatie geeft een antwoord op vragen en onduidelijkheden bij burgers
- De organisatie verbetert het burgercontact
- De organisatie kan positieve recensies in de spotlight zetten
- De organisatie kan burgers doorverwijzen naar een ander kanaal om een probleem verder te behandelen