Klantreis

Voorlezen in de Bibliotheek

Tien lessen en zes inzichten

Bibliotheek netwerk Flevoland

de nieuwe bibliotheek

de Bibliotheek FlevoMeer

Haal het beste uit jezelf en elkaar

De klantreis Voorlezen in de Bibliotheek

Tien lessen en zes inzichten voor een sterker aanbod

Hoe kunnen bibliotheken laagtaalvaardige opvoeders ondersteunen bij de taalontwikkeling van hun kinderen? Hoe kunnen we ons voorleesaanbod beter laten aansluiten op laagtaalvaardige opvoeders bij hun wensen? Met deze vragen als uitgangspunt startten de Flevolandse bibliotheken en Bibliotheeknetwerk Flevoland (BNF) de klantreis 'Voorlezen in de Bibliotheek'.

Deze klantreis werd uitgevoerd met FlevoMeer Bibliotheek en De Nieuwe Bibliotheek, met inhoudelijke ondersteuning van Cubiss, in de periode september 2024 tot en met februari 2025.
BNF begeleidde het volledige proces, van de voorbereiding tot aan de implementatie van de verbeterpunten.

Waarom *déze* klantreis?

Als bibliotheekbranche willen we bijdragen aan kansengelijkheid. We weten allemaal dat voorlezen leidt tot een betere taalbeheersing en daarom een krachtig middel is om te werken aan meer gelijke kansen. Maar hoe zorgen wij ervoor dat het aanbod van de bibliotheek goed aansluit bij de belevingswereld van laagtaalvaardige opvoeders? Wat zijn hun ervaringen met voorleesactiviteiten? Welke drempels ervaren zij en wat motiveert hen om te blijven komen? Om dit beter te begrijpen, besloten we een klantreis op te zetten: een verkenning door de ogen van ouders en andere opvoeders.

Zo gingen we te werk

We stelden een klein kernteam samen met collega's van marketing, adviseurs en programmering rondom gezinsaanpak.

Voordat we als kernteam echt van start gingen, stelden we onszelf twee vragen:
Wat willen we precies weten? Wat willen we hiermee kunnen doen? Dat hielp om de doelen helderder te krijgen. We wilden niet zomaar feedback verzamelen, maar echt zicht krijgen op knelpunten en behoeften van de opvoeders.

DOELEN VAN DE KLANTREIS

- **In kaart brengen van de verschillende stappen die opvoeders doorlopen.**
- **Het analyseren van knelpunten die de klantbeleving beïnvloeden.**
- **Het voorstellen van verbeteringen voor een plezierigere klantreis.**

De klantreis in 3 fases

ONZE KLANTREIS BESTOND UIT DRIE ONDERZOEKSFASES.

1. **Onderzoek van fysieke middelen:** hoe toegankelijk zijn de website, social media, flyers etc?
2. **Gesprekken met professionals/samenwerkingspartners:** wat signaleren zij in hun werk met laagtaalvaardige ouders?
3. **Interviews met ouders/opvoeders:** hoe ervaren zij de bibliotheek en het voorleesaanbod?

10 lessen uit de praktijk

Een klantreis vraagt om een open houding en nieuwsgierigheid. Door een klantreis op te zetten leer je op een andere manier te werken. We delen hieronder de tien belangrijkste lessen die we opdeden:

Les 1

Formuleer concrete doelen en baken je doelgroep af

Hoe concreter je vraag, hoe bruikbaarder je antwoorden. En hoe eenvoudiger je deze kunt vertalen naar acties.

Les 2

Reserveer tijd & middelen voor opvolging

Een klantreis levert pas echt iets op als je er ook daadwerkelijk iets mee doet. Plan dus vooraf ruimte voor analyse én implementatie achteraf. Dat is best een uitdaging omdat je vooraf lastig kunt inschatten wat er uit de klantreis komt en wie of wat je daarvoor nodig hebt. Het helpt wel als je de tijd en middelen vooraf reserveert en het meeneemt in de (jaar)planningen.

Les 3

Iedereen pakt het anders aan

Je kunt een klantreis uitbesteden of zelf uitvoeren met begeleiding. Wij kozen voor een combinatie: zelf doen met deskundige ondersteuning vanuit Cubiss. Dit zorgde voor gezamenlijk eigenaarschap en leermomenten voor iedereen. Er is dus geen standaardaanpak voor '*de* klantreis'. Kijk wat past bij jouw team, doelen, budget en beschikbare tijd.

Les 4

Door zelf te doen, leer je het meest

Zélf gesprekken voeren en observaties doen, levert diepere inzichten op dan uitbesteden. Wel moet je bedacht zijn dat je zelf 'bevooroordeeld' bent of zo kunt overkomen bij de gebruikers.

Les 5

Werk vanuit persona's

Een persona maakt je doelgroep tastbaar en helpt om met meer empathie te kijken.

Les 6

Doe zelf vooronderzoek

Je start met onderzoek van 'tastbare' uitingen zoals flyers, je teksten en beelden op de website of Social Media kanalen en bekijk deze met de petten van je persona's. Zo ontdek je snel waar je doelgroep op kan afhaken. Deze stap kan ook op zichzelf staan en kun je oneindig vaak herhalen met diverse diensten van de bibliotheek.

Les 7

Professionals zien veel

Professionals zoals jeugdverpleegkundigen, opvoedondersteuners, maar ook vrijwilligers of voorlezers signaleren dagelijks kansen én knelpunten. Ga met hen het gesprek aan en stel vooral open vragen.

Les 8

Bereid interviews goed voor

Laagtaalvaardige opvoeders interviewen vraagt om zorgvuldigheid. Daarom is het goed dat je de stappen hiervoor al genomen hebt. Denk na over je formulering, je toon en de manier van vragen stellen. Uiteindelijk is het ook kwestie van gewoon beginnen en daarvan te leren. Wij voerden deze gesprekken rond de voorleesmomenten.

Les 9

Richt je op bestaande klanten

Interview mensen die al ten minste één keer gebruik hebben gemaakt van je dienst, in ons geval het voorleesmoment in de bibliotheek. Zij spreken dan uit echte ervaringen. Het heeft voor een klantreis dus geen zin om potentiële klanten te interviewen.

Les 10

Een vader of oma als voorlezer!

Deze les kwam voort uit alle verzamelde inzichten en werd pas later geformuleerd. Bibliotheken ontwikkelen zich steeds meer tot community librarians. Deze principes kunnen we ook toepassen op bestaande, vertrouwde activiteiten zoals de reguliere voorleesmomenten.

Van knelpunten naar kansen

Na al het onderzoek, het in kaart brengen van de knelpunten en de vele inzichten die we tijdens het traject hebben opgedaan, was het tijd om de inzichten te bundelen in concrete verbetervoorstellen.

Samen bepaalden we welke kansen het meest impactvol zouden zijn én haalbaar waren.

6 belangrijke inzichten

1 Ontmoeting boven educatie:
opvoeders komen vooral voor sociale interactie. Faciliteer dit actief.

2 Routine en structuur helpen:
een vast wekelijks moment zorgt voor duidelijkheid.

3 Zet ambassadeurs in:
gebruik de kracht van vaste ouders en lokale sleutelfiguren.

4 Maak informatie zichtbaar:
praktische info moet helder, visueel en goed vindbaar zijn.

5 Verminder talige drempels:
gebruik eenvoudige taal en beeldtaal.

6 Persoonlijk contact telt:
een warm welkom en vertrouwde gezichten zorgen voor terugkeer.

WAT GEBEURT ER NU?

De Flevolandse bibliotheken kiezen ervoor om verbeterpunten op te pakken die het meeste effect hebben. Waar mogelijk trekken zij samen op met het provinciaal innovatieteam. Het doel is om het bestaande voorleesaanbod te versterken en de doelgroep beter te bereiken.

Vragen of ideeën?

Neem contact op met **Fatima Essabani f.essabani@bnfl.nl**

Bibliotheek netwerk Flevoland

denieuwebibliotheek

de Bibliotheek FlevoMeer

haal het beste uit jezelf én elkaar