

Whitepaper

# Echte mannen huilen wèl

De experimenten van Slachtofferhulp Nederland  
op weg naar digitale hulpverlening

# Voorwoord

Slachtoffers en nabestaanden helpen is mensenwerk. Maar om ze goed te kunnen helpen, moet je eerst weten wat hun behoeften zijn. Dat geldt voor de slachtoffers en nabestaanden die nu al Slachtofferhulp Nederland weten te bereiken, maar misschien nog wel meer voor de mensen die de organisatie niet weten te vinden.

Dat is een behoorlijke groep mensen. Jaarlijks zijn er rond de 4 miljoen slachtoffers, van fietsendiefstal tot moord. Slachtofferhulp helpt ongeveer 200.000 slachtoffers en nabestaanden. De vraag is waarom er veel mensen niet bij Slachtofferhulp terecht komen. Staan ze niet open voor slachtofferhulp? Willen ze überhaupt geen hulp? Of is de hulp die wordt geboden voor hen niet geschikt? Als dat zo is, waar staan ze dan wél voor open?

Toen het programma Slachtofferhulp Nederland 2.0 drie jaar geleden van start ging, wisten we dat er een ingrijpende vernieuwingsslag nodig was om meer slachtoffers en nabestaanden te bereiken en te helpen. Maar hoe die slag er precies uit zou zien, dat wisten we niet. Wat we wel wisten: vernieuwen moest absoluut vanuit de behoefte van het slachtoffer – niet vanuit de behoefte van de organisatie. Die fout wordt vaak gemaakt en staat dan daadwerkelijke vernieuwing in de weg.

Waar we ook al snel achter kwamen: het slachtoffer wil zelfredzaam zijn. Online dienstverlening leent zich daar uitstekend voor. Dat werd ons vertrekpunt voor vernieuwing. Wat volgde was een traject met onderzoeken, persona's en customer journeys, aannames, experimenten, klanttevredenheidsonderzoeken en uiteindelijk een fase van implementeren en borgen.

Met die laatste fase zijn we in 2018 nog volop bezig. Omdat we denken dat de lessen en ervaringen die we gedurende het programma hebben geleerd en meegemaakt, ook voor ketenpartners en andere stakeholders interessant kunnen zijn, delen we die graag in deze whitepaper. Zo hoeft niet iedereen het wiel opnieuw uit te vinden.

Ik wens u veel leesplezier.



**Carola Koper**  
Programmamanager  
Slachtofferhulp Nederland 2.0

## In deze whitepaper leest u...

...**waarom nieuwe diensten niet binnen de bestaande organisatie werden getest, maar gekozen werd voor experimenten in een 'laboratoriumsituatie'**. Zo kon er beter en sneller worden getest.

**Pagina 3**

...**op basis van aannames kun je met een nieuw online platform lelijk de mist ingaan. Slachtofferhulp gebruikte 'proeftuinen en prototypes' om uitgebreid te testen.** Soms met verrassend resultaat.

**Pagina 5**

...**slachtoffers die chatten, willen ook alleen chatten.** En niet mailen of bellen. Vooral voor slachtoffers van een seksueel misdrijf blijkt de chatfunctie een uitkomst. Zij willen graag anoniem vragen kunnen stellen.

**Pagina 7**

...**mensen zeggen wel zelfredzaam te willen zijn, maar is dat bij slachtoffers ook echt zo?** Willen die wel eerst online vragen beantwoorden voordat ze advies krijgen? Een zelfhulptest bood inzicht.

**Pagina 9**

...**de labs leverden een verrassend neveneffect op: de vaste medewerkers raakten alvast gewend aan de nieuwe manier van werken.** Zo is Slachtofferhulp 2.0 meer geworden dan een programma dat online dienstverlening ontwikkelt.

**Pagina 11**

# Hoe weet je zeker dat nieuwe diensten ook echt aanslaan?

Eerst grondig onderzoeken en dan *check, check, doublecheck*

**Voordat je nieuwe vormen van dienstverlening doorvoert, wil je weten of die veranderingen daadwerkelijk aanslaan en wat de gevolgen van de wijzigingen voor de bestaande organisatie zijn. Dat betekent eerst grondig onderzoeken en vervolgens *checken* en nog eens *checken*.**

Het doel voor het programma is duidelijk: meer slachtoffers bereiken op een manier die bij hen past. Om dat doel te kunnen bereiken zijn twee vragen van belang. Wie zijn de huidige cliënten en wie zijn de potentiële cliënten van Slachtofferhulp Nederland? Die eerste vraag is met een grondige analyse van alle beschikbare data redelijk eenvoudig te beantwoorden. Het zijn vooral slachtoffers van verkeersongevallen, vermogensdelicten en geweldsmisdrijven. Ze zijn van middelbare leeftijd en meestal autochtoon. Slachtoffers van een seksueel misdrijf, jongeren en hoogopgeleiden komen minder vaak in de data voor. Zij vormen dus een potentiële doelgroep.

## **Vijf persona's als basis voor nieuwe cliëntgroepen**

Op basis van al het vooronderzoek werden vijf cliëntgroepen samengesteld, vijf type slachtoffers op wie Slachtofferhulp zich met nieuwe vormen van dienstverlening moest gaan richten. Bij de *persona's*, archetypes van een bepaald type gebruiker, werd kwalitatief onderzoek gedaan naar deze cliëntgroepen. Op deze manier kregen we een accuraat beeld van hun wensen en behoeften. Zo was Roy slachtoffer van mishandeling, Zarah slachtoffer van een seksueel misdrijf, was er bij Iris en Jeroen ingebroken,

was Marjan slachtoffer van stalking en had Ferry een ingrijpend verkeersongeval meegemaakt. In onze [vorige whitepaper](#) zijn deze persona's uitgebreid beschreven. Deze persona's zorgden voor een veel duidelijker beeld van potentiële doelgroepen voor Slachtofferhulp. Tegelijkertijd brachten de persona's een belangrijk dilemma aan het licht: ze zeggen dan wel behoefte te hebben aan bepaalde vormen van ondersteuning, maar hoe weten we zeker dat ze die diensten ook gaan afnemen als ze ontwikkeld zijn?

## **Eerst testen, dan implementeren**

Dat laatste was belangrijk omdat nieuwe of gewijzigde vormen van dienstverlening grote gevolgen kunnen hebben voor de bestaande organisatie.

Wat gebeurt er bijvoorbeeld als mensen online een zelfhulptest doen en digitaal advies krijgen? Gaan ze dan massaal bellen? In dat geval moeten we ons voorbereiden op een vorm van *blended* dienstverlening.

Aangezien dat grote gevolgen kan hebben voor de organisatie, is het belangrijk dat precies uit te zoeken. Niets zo frustrerend als een nieuwe dienst lanceren die vervolgens in de uitvoering hapert.

>



Na een periode van onderzoek naar nieuwe doelgroepen, verdieping door middel van persona's en het formuleren van aannames was het tijd voor experimenten. Die experimenten moesten vooral antwoord geven op de volgende vragen: klopt het wat de persona's zeggen? Zijn de behoeften die zij aangeven ook de echte behoeften? Klopt onze aanname dat er een aantal generieke behoeften is? Of zien we iets over het hoofd? Hoeveel mensen redden het zelf online? Welke mensen hebben daarbij aanvullende hulp van Slachtofferhulp-medewerkers nodig? En wat wordt dan de conversie van offline naar online dienstverlening of andersom?

Aanvankelijk was het idee te testen binnen de bestaande organisatie. Dat bleek al snel tijdrovend en te complex. Gekozen werd daarom voor experimenten in 'labs', centrale locaties waar Slachtofferhulp-medewerkers in een gecontroleerde omgeving nieuwe vormen van dienstverlening konden testen.

## De voordelen van een lab

Proeftuinen inrichten binnen een bestaande organisatie is complex. Het voorbereiden van zo'n proeftuin alleen al duurt langer dan de hele periode dat zo'n proeftuin operationeel is. Het stelt hoge eisen aan medewerkers en managers. Bovendien is de ene proeftuin de andere niet: elke keer moet vanaf nul begonnen worden.

Al snel kwamen we erachter dat het effectiever was om korte, goed gedefinieerde experimenten in bestaande werkprocessen uit te voeren. Let wel: we hadden het niet over interviews of klantenpanels, maar om experimenten met echte slachtoffers. Waarbij denkers en doeners – ontwikkelaars en medewerkers die slachtoffers helpen - in een labomgeving moesten samenwerken. Ontwikkelaars zijn schaars; zo konden ze gericht worden ingezet.

Het kostte het team veel tijd om meetbare onderzoeksvragen te formuleren. Toen die eenmaal waren opgesteld, kon er in de labomgeving snel worden geschakeld. In de labs werd ook gelijk duidelijk welke bestaande werkprocessen niet optimaal waren. Vaak waren dat processen die bestonden omdat de organisatie daar behoefte aan had, niet omdat het belangrijk was voor het slachtoffer.

# Proeftuinen om nieuwe diensten in één keer goed in te voeren

Met experimenten de aannames  
van de feiten scheiden

Als we mensen een berichtje sturen om de afspraak te bevestigen, zal het aantal no shows drastisch afnemen, zo luidde de aanname. Niet dus. Ook na het ontvangen van een keurig SMS-je zijn er nog altijd aardig wat mensen die niet komen opdagen, zo viel op te maken uit het experiment 'SMS No-shows'. Geen reden dus om vanuit Slachtofferhulp Nederland massaal SMS'jes te versturen. Gelukkig waren er ook veel experimenten – of 'proeftuinen' – die positief verrasten. Om missers te voorkomen en nieuwe diensten in één keer goed in te voeren, is het nieuwe online aanbod van Slachtofferhulp Nederland uitgebreid getest.



[Resultaten van proeftuinen >](#)

# Wat leverden die resultaten van proeftuinen op?

## Experiment **E-Mail**



### **Hoe komt het dat maar weinig slachtoffers Slachtofferhulp via de e-mail benaderen? Wat gebeurt er als we wat drempels wegnemen?**

*Kunnen wij je helpen? Neem gerust contact met ons op.* Het liefst via de telefoon, want via de contactpagina op de website van Slachtofferhulp Nederland was het niet mogelijk een e-mail te sturen. Terwijl er wel behoefte was aan laagdrempelige communicatie per e-mail, zo veronderstelden we.

#### **Drempels wegnemen**

Hoeveel mensen zouden we extra kunnen bereiken als we drempels wegnemen en slachtoffers in staat stellen anoniem hulpvragen te stellen, luidde het doel van de proeftuin 'Communicatiekanaal Mail'. Die hulpvragen kunnen ook semi-anoniem zijn; als mensen mailen is hun e-mailadres immers bekend. Het secundaire doel van de proeftuin: zouden mensen die mailen slachtoffers van delicten kunnen zijn die Slachtofferhulp normaliter niet opzoeken?

Van mei 2016 tot februari 2017 werd er uitgebreid geëxperimenteerd. Hulpvragen konden anoniem naar de hulpverleners van Slachtofferhulp worden gemaïld. In de maanden oktober tot februari stond het mailkanaal voortdurend open. Toen kwamen er maandelijks zo'n 500 e-mails binnen. Een behoorlijk aantal, aangezien er in die periode gemiddeld per maand 5.500 mensen telefonisch een hulpvraag stelden.

#### **E-mail blijkt in een behoefte te voorzien**

Interessant was ook te weten of deze mensen nieuwe of al bestaande cliënten zijn. Nadere analyse leerde dat een derde niet eerder contact met Slachtofferhulp heeft gehad.

Een deel van deze mensen gaf bovendien aan alleen per e-mail te willen communiceren. Had deze mogelijkheid niet bestaan, dan hadden ze Slachtofferhulp dus niet benaderd. Tijdens de proeftuinperiode daalde het aantal telefoontjes ook niet. Dat wees er eveneens op dat er met e-mail een nieuwe doelgroep werd aangeboord.

Graven we nog een laag dieper, dan zien we dat de mensen die e-mails andere delicten hebben meegemaakt dan mensen die Slachtofferhulp op reguliere wijze benaderen. Slachtoffers van seksuele misdrijven communiceren liever via e-mail, zo blijkt. Vergeleken met de reguliere instroomcijfers zijn ze oververtegenwoordigd. Ook opmerkelijk: slachtoffers van vermogensdelicten sturen juist géén e-mails. Zij zijn ondervertegenwoordigd.

#### **Klanttevredenheidsonderzoek: duidelijk, leesbaar en begrijpelijk**

Omdat het niet alleen om kwantiteit maar vooral ook om kwaliteit gaat, werd deze proeftuin afgesloten met een klanttevredenheidsonderzoek. Daaruit bleek dat driekwart van de respondenten tevreden was over de duidelijkheid, leesbaarheid en begrijpelijkheid van de e-mails die de Slachtofferhulp-medewerkers versturen.

- *Naar aanleiding van de resultaten van de proeftuin is de mogelijkheid ingevoerd om semi-anoniem te mailen. Zoals verwacht wordt daar goed van gebruikgemaakt. Op dit moment komt ongeveer 10% van de hulpvragen op deze manier bij Slachtofferhulp binnen.*



### **Boren we nieuwe groepen slachtoffers aan als we een chatfunctie op de website toevoegen?**

De veronderstelling: niet iedereen zit te wachten op dienstverlening met toeters en bellen. Sommige slachtoffers willen snel een vraag kunnen stellen, een kort en bondig antwoord krijgen en dan weer verder. Mensen die bijvoorbeeld willen weten waar ze informatie kunnen vinden of mensen die doorverwezen willen worden. Een chat-functie zou weleens uitkomst kunnen bieden voor deze doelgroep, zo was de aanname.

### **De aanname: we bereiken andere mensen**

Een laagdrempelige vorm van dienstverlening kan bovendien werken om in korte tijd grotere aantallen slachtoffers en nabestaanden te bereiken, bijvoorbeeld mensen die nu geen beroep doen op slachtofferhulp.

Wie veel online zit, ziet 'm vaak ineens oppoppen: de Live Chat Box. Soms verschijnt er voor de persoonlijke touch zelfs een gezicht en naam bij. 'Linda' van Toyota of 'Jim' van Ryanair - een 'Evi' van Slachtofferhulp Nederland was er niet, al is er in het verleden wel bescheiden geëxperimenteerd met een chatservice.

Voornaamste doel van de 'proeftuin Chat': op deze manier een extra contactmogelijkheid creëren, met name voor bezoekers van de webpagina's. Er worden voortdurend pagina's aan de site toegevoegd. Meer bezoekers betekent dus in theorie meer interactiemogelijkheden.

### **Al snel wekelijks 110 chats**

De proeftuin liep van april 2016 tot september 2017. In de eerste maanden van deze periode was de chatfunctie beperkt open vanwege organisatorische issues. Toen die opgelost waren, konden de net opgeleide chatmedewerkers van Slachtofferhulp vol aan de bak. Op het moment dat de chatfunctie live ging, bleef het aantal chats beperkt tot een stuk of 10 per week. Binnen een paar maanden waren dat er wekelijks al 110.

Het grootste deel van de mensen die chatten, doet dat het liefst tijdens kantoortijden, anderen gebruiken de chatfunctie vooral in de vroege avond. De chatters die gedurende kantoortijd Slachtofferhulp benaderen kunnen met de normale bezetting worden geholpen, voor de tweede groep moest er een avondploeg aan het werk.

Al snel bleek dat het grootste deel van de mensen die gebruikmaakt van chat ook alleen via de chat wil communiceren. Andere manieren van communicatie – telefoon, e-mail of een persoonlijke ontmoeting met een van de medewerkers – is niet aan hen besteed. Net als bij e-mail lijkt er dus een nieuwe groep slachtoffers en nabestaanden te zijn aangeboord.

Slachtoffers van seksuele misdrijven gebruiken de chat vaak. Bovendien gaat chatten anoniem. De vraag is dat tot een toestroom van nieuwe types slachtoffers zou leiden. Dat blijkt inderdaad zo te zijn: slachtoffers van seksuele misdrijven gebruiken de chat vaak. Van het totale aantal mensen dat de chatfunctie gebruikt, is 17% slachtoffer van een seksueel misdrijf. Vergeleken met de algemene instroomcijfers van Slachtofferhulp is dat bijzonder hoog; slachtoffers van seksuele misdrijven vormen maar 3% van het totaal aantal slachtoffers dat Slachtofferhulp helpt. Net als bij e-mail heeft de organisatie er met chat dus een kanaal bij om deze moeilijk te bereiken slachtoffergroep te helpen. Net als bij e-mail melden slachtoffers van vermogensdelicten zich niet via de chat.

Interessant is de bevinding dat chatters uit twee groepen blijken te bestaan. Allereerst uit mensen die snel een antwoord willen hebben op een hulpvraag. Is die vraag beantwoord, dan komen ze niet meer terug met vervolgvragen. Daarnaast is er een groep die via de chat lange gesprekken voert, soms van wel langer dan een uur. Dat zijn vaak slachtoffers van seksuele misdrijven die tijd nodig hebben om hun vaak moeilijke en emotionele verhaal te vertellen.

Tenslotte worden via de chat vaak vragen gesteld over het doen van aangifte. Deze mensen zijn vaak onzeker, bang voor de dader of ze willen weten of aangifte doen wel zin heeft en wat er van hen wordt verwacht. De mensen die Slachtofferhulp zelf actief benadert, hebben al aangifte gedaan. De mensen die via de chat met vragen over de aangifte binnenkomen vormen dus een groep die anders niet bereikt zou worden.

Uit het klanttevredenheidsonderzoek blijkt dat 84% van de gebruikers tevreden is over de chat.

- *De chatfunctie is sinds de invoering niet meer offline gehaald. Het is een uitstekend middel om snel vragen te beantwoorden, vooral vragen van mensen die anders niet bij Slachtofferhulp zouden uitkomen. Vanwege de anonimiteit vinden met name slachtoffers van seksuele misdrijven het een geschikt communicatiemiddel.*





## **Wat gebeurt er als we actief op social media gaan posten en reageren? Krijgen we dan te maken met een stroom aan reacties? Kunnen we dat aan?**

Slachtofferhulp Nederland is aanwezig op social media. Dat betekent dat er via Facebook, Twitter, LinkedIn en Instagram kan worden gecommuniceerd. Maar wie zendt, moet rekening houden met reacties. De volgers van Slachtofferhulp kunnen opmerkingen bij posts plaatsen – positieve, maar ook negatieve. En ze kunnen via social media vragen stellen.

### **Klagers kunnen fans worden en andersom**

Wie een vraag stelt, verwacht anno 2018 een antwoord. Liefst een beetje snel. Nu is Slachtofferhulp Nederland geen KLM of NS waar klanten op stel en sprong een antwoord verwachten. Maar als een organisatie zelf regelmatig op social media post, dan worden verwachtingen gecreëerd. Om daaraan te voldoen is webcare nodig.

Bij commerciële bedrijven die webcare goed geregeld hebben, is webcare een verlengstuk van de marketing. Mensen die via social media klagen en tot hun eigen verbazing een antwoord krijgen dat ze niet hadden verwacht, kunnen zomaar fans worden. Krijgen ze niets of een teleurstellend antwoord te horen, dan kan het zomaar de andere kant opgaan. Dan veroorzaakt één boze tweet een sneeuwbaaleffect en kan er opeens landelijke tumult ontstaan. Klantenservice en reputatiemanagement liggen dus dicht bij elkaar.

### **Glad ijs**

Van juli tot oktober 2017 werd bij Slachtofferhulp de 'proeftuin' webcare gelanceerd. Een toegewijd team van 3 mensen kreeg eerst een training waarin tone-of-voice, reactiebeleid en ins en outs van de social media platforms werden behandeld. Een reactie op een Facebook-post kan zomaar als het officiële Slachtofferhulp-standpunt worden gezien. Zonder dat ze het doorhebben kunnen de medewerkers van webcare zich op glad ijs begeven. Afstemming met bijvoorbeeld de afdeling communicatie is van groot belang.

Na een eerste testmaand lag de nadruk in maand 2 op het benadrukken van bepaalde thema's in chats, zoals bijvoorbeeld 'misbruik in de sport' en 'schadefonds geweldsmisdrijven'. Daarnaast hadden de medewerkers hun handen vol aan de Slachtofferhulp-campagne 'Echte mannen huilen niet'. Die zorgde voor veel reacties onder de volgers, positieve en negatieve. Aan de webcare-mensen de schone taak een en ander te duiden.

### **Reacties op tv-programma's Spreekrecht en Misbruikt**

In de derde maand vielen vooral de reacties op na de uitzendingen van Spreekrecht (RTL4) en Misbruikt (BNN). Worden er 's avonds normaal gesproken maar 1 tot 2 berichten gepost, tijdens en na deze uitzendingen zijn het er gemiddeld 30.

Wat zijn de opbrengsten na 3 maanden webcare? In ieder geval is Slachtofferhulp door de werkzaamheden van het webcareteam veel zichtbaarder op social media. Door te reageren steekt Slachtofferhulp Nederland als het ware een hand uit; de drempel om contact op te nemen wordt zo verlaagd, al is deze indirecte opbrengst moeilijk in harde cijfers uit te drukken. Uit het klanttevredenheidsonderzoek blijkt wel dat mensen het op prijs stellen Slachtofferhulp via verschillende kanalen te kunnen benaderen.

Harde cijfers zijn er ook. In 3 maanden tijd zijn er 1.807 berichten binnengekomen, vooral via Facebook. Dat waren er twee keer zo veel dan voor aanvang van de proeftuin. Die berichten kwamen van 555 verschillende mensen. Het webcare-team beantwoorde 194 hulpvragen, driekwart daarvan binnen 2 uur. De meeste berichten gingen over geweld- en zedenzaken.

- *Webcare is in december 2017 definitief ingevoerd. Het team monitort alle berichten op social media en reageert en beantwoordt als dat wenselijk is. Ook wordt samengewerkt met de communicatieafdeling als het gaat om vragen die betrekking hebben op de reputatie van Slachtofferhulp. Op jaarbasis worden zo'n 2.220 mensen geholpen en 5.500 berichten beantwoord.*





**Mensen zeggen wel zelfredzaam te willen zijn, zo werd gesteld. Maar is dat bij slachtoffers ook echt het geval? Een test met een 'Mirror App' moest antwoord geven.**

Stel je voor dat de intake van nieuwe slachtoffers en nabestaanden geheel online verloopt. Ze vullen zelf hun gegevens in, geven aan welk delict ze hebben meegemaakt, welke hulpvraag ze hebben, en nog veel meer. Hoe specifiek de informatie die bij Slachtofferhulp Nederland binnenkomt, des te beter en gericht hulp kan worden aangeboden.

Maar werkt dat in de praktijk wel? Kun je mensen die net betrokken zijn geweest bij een ongeluk of slachtoffer van een delict zijn geworden wel eerst online formulieren laten invullen? Zien ze dat niet als een enorme drempel? Wat kunnen ze zelf, waar hebben ze hulp van een medewerker voor nodig?

### **Gericht en beknopt advies via een Mirror App**

Om meer inzicht te krijgen hebben we een Mirror App ingezet. Dat is een screeningstool waarmee slachtoffers door het beantwoorden van een paar korte vragen advies krijgen wat ze kunnen doen. Dat gaat om beknopt en gericht advies. Dat iemand het beste contact kan opnemen met een huisarts bijvoorbeeld. Of het beste terecht kan bij het [Schadefonds Geweldsmisdrijven](#). Of bij een juridische medewerker van Slachtofferhulp.

In mei 2017 werd deze 'proeftuin' gestart. In 3 maanden tijd maakten maar liefst 10.000 mensen gebruik van de app. Om de zelfhulptest onder de aandacht te brengen haalde Slachtofferhulp alles uit de kast. De app werd prominent op de eigen site geplaatst, via de e-mail en chat werden mensen gewezen op de zelfhulptest. Ook was er een Facebook-campagne. 'Bij ingrijpende gebeurtenissen', luidde de campagnetekst.

Wat bleek? Vooral vrouwen reageerden, mannen bleven achter. Met een gerichte Facebook campagne – 'Echte mannen huilen niet' – moesten mannen over de streep worden getrokken. Mannen zijn over het algemeen moeilijk te bereiken en helemaal lastig te bewegen een zelfhulptest in te vullen. 'Echte mannen huilen niet' slaagde daar evenwel ruimschoots in. Uiteindelijk was 55% van de gebruikers van de app mannelijk. Ruim de helft van de gebruikers kwam via Facebook. Ongeveer 40% via de site, de rest werd via e-mails en chats gewezen op de app.

## **Echte mannen huilen niet**



### **Facebook leverde veel nieuwe gebruikers op**

Facebook leverde veel cliënten voor de app op, maar de kwaliteit van die cliënten was minder. Bijna tweederde van de Facebook-gebruikers begon aan de test, ruim eenderde maakte de test af. Van de gebruikers die via de website binnenkwamen, begon ruim 80% aan de test en maakt 70% de test helemaal af.

Van alle gebruikers van de Mirror App was 67% daadwerkelijk slachtoffer. De grootste groep bestaat uit geweldslachtoffers, gevolgd door slachtoffers van verkeersongelukken. Deze mensen beantwoordden de vragen vooral met als doel advies voor zichzelf in te winnen.

Opvallend was dat de gebruikersgroep relatief oud was: 33% was tussen de 50 en 60 jaar oud, 47% 50 jaar of ouder. Dit weersprekt in ieder geval de veronderstelling dat ouderen online niet uit de voeten kunnen. Het grootste deel van de gebruikers van de app was (zeer) te spreken over het advies dat ze kregen. Slechts een enkeling vond het advies niet voldoen.

- *De proeftuin Mirror App kan als geslaagd beoordeeld worden. Veel mensen zijn bereid online vragen te beantwoorden en beschouwen dat niet als een drempel. Op [de nieuwe website](#) van Slachtofferhulp zijn inmiddels zelfhulptesten geplaatst zodat slachtoffers zelf advies kunnen inwinnen of zichzelf kunnen voorbereiden op een gesprek.*



### **Hebben slachtoffers van geweld na een telefoongesprek behoefte aan een gespreksverslag?**

Geweldsslachtoffers komen nogal eens in een maalstroom terecht: ze doen aangifte, spreken met de politie, die wijst op Slachtofferhulp Nederland en een medewerker van Slachtofferhulp neemt contact op. Er komt in een turbulente tijd veel informatie op ze af. Dan is het lastig het overzicht te bewaren. Soms is het moeilijk terug te halen wie wat heeft gezegd – *Was het nou die agent of de Slachtofferhulp-medewerker die me wees op dat Schadefonds Geweldsmisdrijven?*

### **Behoeft e aan een informatieve e-mail**

De aanname was dat geweldsslachtoffers na afloop van een gesprek met medewerkers van Slachtofferhulp graag een gespreksverslag willen ontvangen. Een informatieve e-mail waarin duidelijk wordt uitgelegd wat hen bijvoorbeeld te wachten staat, wat ze kunnen doen en wat hun rechten zijn. Aangevuld met informatie die betrekking heeft op hun specifieke situatie.

De 'proeftuin Informatiemail' zou gestructureerd worden vormgegeven. Er werden zo'n 20 informatieblokken opgesteld. In elk blok werd beknopt een thema behandeld. Medewerkers van Slachtofferhulp die net een slachtoffer aan de lijn hadden gehad, konden zo snel een e-mail opstellen. Ze hoefden alleen de juiste blokken te selecteren, zo was het idee.

### **Tijdrovend**

In de praktijk bleek dat lastig. De medewerkers waren veel tijd kwijt met het samenstellen van de e-mail: welke blokken informatie moesten erin, welke niet? Bij een eerste evaluatie bleek het samenstellen van de e-mail te veel tijd te kosten. Besloten werd daarom een compacte e-mail op te stellen die naar alle geweldsslachtoffers gestuurd kon worden. Die zijn blij zo'n e-mail te ontvangen, zo kon op basis van feedback en een klanttevredenheidsonderzoek geconcludeerd worden. Mensen vinden het fijn informatie terug te kunnen lezen.

De proeftuin Informatiemail leverde ook wezenlijke informatie op over de werkwijze van Slachtofferhulp-medewerkers, vooral over factoren die van invloed zijn op hun werk. Deze nieuwe inzichten zijn meegenomen in de ontwikkeling van het nieuwe CRM-systeem. Besloten werd ook om Informatiemails te sturen naar slachtoffers van verkeersongevallen, fraude en woninginbraak.

- ▶ *Slachtoffers ontvangen graag informatie na afloop van een gesprek. Om ervoor te zorgen dat het samenstellen van de e-mail niet te veel tijd kost, moet het interne proces overzichtelijk en eenduidig zijn.*

# Samenvatting & conclusies

Schijnbaar kleine veranderingen kunnen soms een onverwacht grote impact hebben. Als slachtoffers online hulp krijgen bij het invullen van schadeformulieren, gaan ze dan bellen als ze er niet uitkomen? Het gaat potentieel om veel mensen. Wordt een online schadehulptool live gezet dan kunnen de consequenties op de bestaande organisatie groot zijn. Als mensen contact hebben gehad met een medewerker van Slachtofferhulp, stellen ze het dan op prijs als ze per e-mail een samenvatting van het gesprek krijgen toegestuurd? Wat moet er dan in staan?

De online vernieuwingsslag bij Slachtofferhulp moet in één keer goed worden doorgevoerd, is het uitgangspunt bij het programma Slachtofferhulp Nederland 2.0. Geen enkele organisatie wil cliënten teleurstellen, zeker niet als die cliënten slachtoffers zijn. De onderzoeken, customer journeys alsmede de persona's die op basis van de verzamelde gegevens werden samengesteld, leverde een schat aan informatie en inzichten op. Maar voor Slachtofferhulp Nederland 2.0 was het essentieel om nieuwe vormen van dienstverlening in te voeren. Eerst moest gecheckt worden of de inzichten ook daadwerkelijk klopten.

Aanvankelijk was het bedoeling dat nieuwe diensten getest zouden worden door de bestaande organisatie. Dat bleek tijdrovend en te complex. Daarom werd besloten met labs te werken. Daarmee konden Slachtofferhulp-medewerkers in een gecontroleerde omgeving nieuwe diensten testen. Dat zorgde ervoor dat we met een redelijke garantie op succes nieuwe online diensten konden (en kunnen) lanceren.

Daarnaast leverden de labs nog een - verrassend - neveneffect op: de medewerkers die in de labs werkten, veelal medewerkers die normaal gesproken slachtoffers telefonisch hulp bieden, gingen volledig mee in de vernieuwingsslag. Zo is Slachtofferhulp Nederland 2.0 meer geworden dan een programma dat nieuwe diensten online zet; het zorgt er ook voor dat de bestaande organisatie nog meer gaat denken vanuit de behoeften van het slachtoffer. Daar zit de echte winst.

Het programma Slachtofferhulp Nederland 2.0 wordt uitgevoerd  
in opdracht van het Ministerie van Justitie & Veiligheid.

Heeft u vragen naar aanleiding van deze whitepaper?  
Dan kunt u contact opnemen met:

**Evy Khouw**

Communicatie Slachtofferhulp Nederland 2.0

06 23 15 28 06

[E.Khouw@slachtofferhulp.nl](mailto:E.Khouw@slachtofferhulp.nl)

Slachtofferhulp Nederland  
Landelijk kantoor  
Pallas Athenedreef 27  
3561 PE Utrecht