

Wanneer gaan de inspanningen de opbrengsten overstijgen?

*Doxis
neemt
voor-
sprong.*

Digitale dienstverlening: waar ligt het omslagpunt?

Door: Dick de Maa, Serviceline Manager Consultancy Doxis

Tal van gemeenten is momenteel druk bezig met het digitaliseren van hun dienstverleningsprocessen. Veelal gebeurt dat in het kader van het opzetten van een Klantcontactcentrum (KCC). In zo'n KCC worden verschillende transactiekanaal (zoals post, telefoon, internet en balie) als het ware gelijkgeschakeld. Dat wordt wel horizontalisering of multichannelling genoemd. Daarbij hoort dan direct het inrichten van een Midoffice (MO). Het MO dient als het ware als schakelkast tussen de 'horizontale' frontoffice van het KCC en de veelal nog verticale, vakspecifieke kokers of kolommen in de backoffice. De ambitie is dat aan 'de voorkant' van het KCC de klantlogica mag regeren (vraagsturing), terwijl aan 'de achterkant' in de backoffice de organisatielogica intact mag blijven (productsturing).

Het koppelen van deze twee werelden is buitengewoon complex en uiteindelijk maar beperkt mogelijk. Dat rechtvaardigt de vraag: wanneer

gaan de inspanningen de opbrengsten overstijgen? Ook bij multichannelling en digitalisering geldt de wet van de afnemende meeropbrengst. Op een zeker moment kost het steeds meer organisatorische moeite om steeds minder verbetering voor de burger te realiseren. Toch lijken de ambities, zoals die bijvoorbeeld zijn verankerd in het rapport van de Commissie Jorritsma of worden gepropageerd door EGEM, in absolute termen te zijn gesteld: digitaliseren (of horizontaliseren) moet want het is goed. Het wordt tijd om grenzen te gaan stellen. Het wordt tijd voor de vraag: hoe ver moet je gaan en hoe ingewikkeld moet je het maken? Kortom, het wordt tijd voor de vraag: waar ligt het omslagpunt?

Met name de gemeenten uit de ANDEZ-familie die hebben deelgenomen of nog deelnemen aan gezamenlijke, door EGEM begeleide aanbestedingen, lopen voorop in het proces van digitaliseren en horizontaliseren. De eerste fase is meestal nog redelijk overzichtelijk:

er wordt per product gedigitaliseerd. Dat heeft het voordeel dat de burger door het aanklikken van het juiste webformulier ook direct het juiste zaaktype (werkproces) selecteert. Deze eerste fase zorgt niettemin al voor veel hoofdbreken, kost veel geld en gaat ook nog wel even duren. En dat voor slechts een handjevol processen, waarvan de meeste ook nog relatief eenvoudig en eenduidig zijn. Bijvoorbeeld omdat ze geen backoffice-applicatie kennen en dus geen koppelvlaakproblematiek (het probleem om verschillende systemen met elkaar 'te laten praten', ook al spreken ze niet dezelfde taal). >>



