



DENK MEE MET MITROS

Uitkomsten onderzoek 'Informatie en communicatie van Mitros'.

Mitros vindt het belangrijk om huurders goed te informeren. Bij het recente onderzoek van het Huurderspanel Mitros stonden daarom twee vragen centraal:

- Waarover willen huurders vooral door Mitros geïnformeerd worden?
- Op welke manier willen huurders hierover geïnformeerd worden?

Aan het onderzoek deden 422 panelleden mee (22% respons). In deze samenvatting leest u de belangrijkste uitkomsten.

Waarover willen huurders vooral door Mitros geïnformeerd worden?

We begonnen het onderzoek met een open vraag: Wat is het belangrijkste onderwerp waarover u door Mitros geïnformeerd wilt worden? Dit leverde veel reacties op. We hebben deze samengevat in een zogenaamde 'woordenwolk'. In deze 'wolk' zijn de meest genoemde onderwerpen het grootst weergegeven. Kleinere woorden zijn minder vaak door de panelleden genoemd. De 'wolk' hieronder laat de tien meest gekozen woorden zien.



Na de open vraag hebben we de panelleden een lijst met tien mogelijke onderwerpen voorgelegd. Ook daarbij was de vraag wat men het meest belangrijk vindt. De panelleden mochten maximaal vier onderwerpen kiezen. Vijf onderwerpen zijn het meest gekozen (zie volgende pagina)

Achter elk onderwerp staat hoeveel procent van de panelleden hierover geïnformeerd wil worden.

1. Kwaliteit en onderhoud van mijn woning	83%
2. Veranderingen in het huurbeleid, bijvoorbeeld een huurverhoging	59%
3. Onderhoudsprojecten in mijn omgeving: welke woningen knapt Mitros op?	43%
4. Duurzaamheid en innovatieprojecten van Mitros	41%
5. Informatie over de buurt waarin ik woon	40%

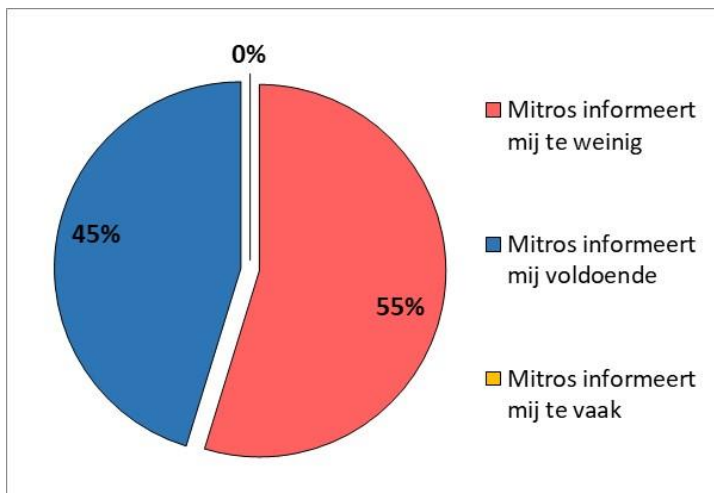
Op welke manier willen huurders hierover geïnformeerd worden?

Deze vraag is niet in één zin te beantwoorden, want hoe men geïnformeerd wil worden, verschilt per onderwerp. We zien wel dat e-mail bij alle onderwerpen het meest gekozen wordt, gevolgd door informatie per brief. Daarna worden de website van Mitros en Mijn Mitros genoemd.

Veel minder genoemd worden: informatie via de buurtbeheerder, telefonisch contact, informatie via 'social media' (bijvoorbeeld Facebook) en contact aan de balie op kantoor van Mitros.

Informeert Mitros te weinig, voldoende of te vaak?

In de onderstaande grafiek is te zien dat ongeveer de helft van de deelnemers aan het onderzoek vindt dat Mitros hen te weinig informeert. De rest vindt de informatie van Mitros voldoende. Overigens vindt niemand dat Mitros teveel informatie geeft.



De groep die aangeeft dat Mitros te weinig informeert, mist vooral informatie over het onderhoud aan de woning. Ook regelmatig genoemd worden: duurzaamheid (bijvoorbeeld isolatie en zonnepanelen) en alles dat speelt in de buurt waarin men woont (bijvoorbeeld de toekomstplannen, leefbaarheid en overlast).

Online communicatie

Als het gaat om 'social media' maken de panelleden het meest gebruik van Facebook. 50% heeft in 2019 Facebook gebruikt. Bij Youtube is dit 49%. LinkedIn (28%), Instagram (23%) en Twitter (16%) scoren een stuk lager in gebruik.

De website van Mitros blijkt goed te worden gebruikt. 75% heeft in 2019 de website van Mitros bezocht. Daarnaast maakte 70% in 2019 gebruik van Mijn Mitros.

We lieten de panelleden een afbeelding van de website van Mitros zien en vroegen hen naar hun eerste indruk. Ook hier hebben we de uitkomsten samengevat in een 'woordenwolk' met de tien meest genoemde woorden.



Facebook

In het onderzoek hebben we diverse vragen gesteld over Facebook. Dit levert de volgende inzichten op:

- De helft van de deelnemers aan het onderzoek gebruikte Facebook in 2019.
- Van deze groep heeft 26% in 2019 Facebook berichten van Mitros gezien/gelezen.
- Van de Facebook gebruikers die Mitros niet volgen, is 28% van plan dat te gaan doen.
- De rest volgt Mitros al (21%) of volgt Mitros nog niet, maar is dat ook niet van plan (50%).

Reparatieverzoeken melden

Tot slot vroegen we de panelleden hoe zij het liefst een reparatieverzoek bij Mitros melden (als er iets kapot is in huis). Er mochten maximaal twee manieren gekozen worden.

- 61% meldt een reparatieverzoek het liefst telefonisch bij Mitros
- 38% kiest voor melding via Mijn Mitros
- 22% kiest voor e-mail
- 18% kiest voor het invullen van een formulier op de website van Mitros
- 16% kiest voor melding via WhatsApp

Wat gaan Mitros en Huurders Netwerk Mitros met de uitkomsten van het onderzoek doen?

Het onderzoek heeft veel inzicht opgeleverd als het gaat om de informatie die huurders willen ontvangen en hoe ze deze informatie willen ontvangen.

Mitros realiseert zich dat de huurders die lid zijn van het panel, huurders zijn die digitaal vaardig zijn. En dat niet alle huurders van Mitros even vaardig zijn als de panelleden. Het beeld dat we via dit onderzoek hebben gekregen, vertelt dus vooral iets over de huurders die al digitaal actief zijn.

We zien dat informatie over de kwaliteit en onderhoud van de woning veruit het belangrijkste wordt gevonden. De panelleden willen ook geïnformeerd worden over hun buurt en over het verduurzamen van de woning (bijvoorbeeld isolatie en zonnepanelen).

Bijna de helft van de panelleden vindt dat Mitros voldoende informeert. De andere helft wil meer door Mitros geïnformeerd worden, met name over onderhoud. Mitros wil in 2020 kijken hoe ze aan deze wens tegemoet kan komen.

Mitros is blij om te zien dat de website duidelijk en overzichtelijk gevonden wordt en dat 'Mijn Mitros', ondanks dat het nog niet zo lang bestaat, toch al door 70% van de panelleden wordt gebruikt.

Uit het onderzoek blijkt dat er wisselende reacties zijn over de Facebookpagina van Mitros. Een deel vindt de pagina leuk of gezellig en een deel vindt de pagina oninteressant. Daarom gaan we in 2020 afwegen hoe we Facebook in het vervolg gaan inzetten.

Het onderzoek laat zien dat de panelleden vooral graag geïnformeerd willen worden over hun woning en de woonomgeving. We gaan bekijken of we beter op die behoefte kunnen inspelen. Zo zijn we bijvoorbeeld de mogelijkheden van een app voor onderhoud aan het inventariseren, maar kijken we ook naar offline mogelijkheden om huurders van informatie te voorzien.

We bedanken u voor de deelname aan het onderzoek en wensen u hele fijne feestdagen. In 2020 rekenen we graag weer op uw medewerking!

december 2019