



KLANTLOYALITEIT IN DE SCHOENENWINKEL

Kennismaken met detailhandel 2.0

Instituut:	Hogeschool Leiden
Opleiding:	Commerciële Economie
Begeleider:	Ronald van Hove
Student:	Bram Tigchelaar
Student nr:	S1072244
Datum:	21 januari 2019
Versie nr:	1.0

Colofon

Titel: KLANTLOYALITEIT IN DE
SCHOENENWINKEL
Ondertitel: Kennismaken met detailhandel 2.0
Scriptie: HBO-bachelor scriptie

Auteur

Auteur: Bram Tigchelaar
Studentnummer: S1072244
Telefoonnummer: 0616985152
Opleiding: Commerciële Economie
School: Hogeschool Leiden

Bedrijfscoach

Naam: Roy Heuzen
Functie: Mede-eigenaar Van Keeken
Bodegraven
Organisatie: Van Keeken Bodegraven
Adres: Kerkstraat 6-8, 2411 AD Bodegraven
E-mailadres: Info@vankeekenbodegraven.nl

Datum

Definitief: 21-01-2019



Voorwoord

Voor u ligt de scriptie: klantloyaliteit in de schoenen winkel. Een scriptie die in het teken staat van het in kaart brengen van de klantloyaliteit van de klanten van Van Keeken Bodegraven. Deze scriptie is geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Commerciële Economie te Hogeschool Leiden. Van september 2018 tot en met januari 2019 ben ik bezig geweest met het onderzoeken van de klantloyaliteit van de klanten van Van Keeken om uiteindelijk deze scriptie te realiseren.

Deze scriptie is geschreven in opdracht van Van Keeken Bodegraven. Ik wil allereerst Van Keeken en haar medewerkers bedanken voor de ondersteuning tijdens mijn afstuderen en de kans die mij gegeven is om voor hen dit onderzoek te realiseren. Ook ben ik mijn ouders en broers erg dankbaar voor alle steun en vertrouwen die ze mij hebben geboden in deze tijd.

Daarnaast ben ik natuurlijk ook de respondenten dankbaar die mij van informatie voorzien hebben dat zeer waardevol is gebleken tijdens mijn onderzoek.

Dan rest mij alleen nog het wensen van heel veel plezier van het lezen van deze scriptie.

Bram Tigchelaar

Alphen aan den Rijn, 21 januari 2019

Management summary

This graduation thesis contains research executed by Bram Tigchelaar regarding customer loyalty at Van Keeken Bodegraven. Van Keeken is a shoe retailer in Bodegraven with a history over 200 years, and a customer base filled with regulars. In 2020 this store will be taken over by Roy Heuzen, which means it will no longer be the property of the van Keeken family. Other developments emerge in the form of a changing shoe business. The rise of E-commerce causes a decline in physical stores and turnover in retail. The customer journey is changing, consumers are more likely to orientate themselves online and use online channels to make purchases. This is apparent from the financial results at Van Keeken, along with a clear decrease in purchases.

These developments are changing the playing field into a more complex situation for Van Keeken in Bodegraven. This leads to the central research question in this thesis: "How can Van Keeken Schoenen in Bodegraven stop the decline in customer visits by increasing the customer loyalty of current and future clients?"

To answer this question, theory is collected concerning the subject of customer loyalty. Among various literature, the Apostle model by Jones and Sasser (1995) is chosen to be most fitting to this subject. According to the researchers, a connection exists between customer satisfaction and customer loyalty. Customer satisfaction is measured along four elements, and customer loyalty along three elements. A conceptual model is chosen regarding this choice, and three hypotheses are considered.

Field research is conducted by means of surveys and interviews by telephone among current customers of Van Keeken Bodegraven. A total of 407 surveys have been filled out, and 12 telephone interviews have been conducted. The survey contained the topics customer loyalty and satisfaction. Outcomes that required more depth were further inquired by telephone. This yielded a better understanding of bottlenecks and means to solve them.

From the results it is clear that current customers of Van Keeken are satisfied and loyal. Points of improvement have been identified on how Van Keeken can further improve the customer satisfaction, leading to more loyal customers.

Eventually four recommendations are considered on how Van Keeken can improve customer loyalty:

- Listen to the customer wishes
- Keep the website up-to-date and communicate this to the consumer
- Create an area with a quiet atmosphere in the store
- Carry out a pilot test on sundays

After carrying out these recommendations, the customer loyalty will be increased among both current and future clients of Van Keeken. Total costs of this plan are €4.302,-

Inhoud

1 Inleiding	7
1.1 Organisatie achtergrond.....	7
1.2 Aanleiding probleem	8
1.3 Probleemanalyse	9
1.4 Onderzoeksdoelen	14
1.5 Onderzoeksvragen.....	15
2 Theoretische kader	16
2.1 Klantloyaliteit.....	16
2.2 Theoretische modellen.....	16
2.3 Keuze conceptueel model	19
2.4 Hypothesen	22
3 Methodologie.....	23
3.1 Type onderzoek.....	23
3.1.1 Deskresearch	23
3.1.2 Fieldresearch	23
3.2 Procedures	24
3.4 Betrouwbaarheid.....	26
3.5 Validiteit	26
4 Resultaten	27
4.1 Respons	27
4.1.1 Respons enquête	27
4.1.2 Respons telefonische interview	27
4.2 Welke factoren zijn bepalend in de klantvriendelijkheid van huidige klanten?.....	28
4.2.1 Basiselementen.....	28
4.2.2 Ondersteunende diensten	28
4.2.3 Het herstelproces	29
4.2.4 Buitengewone producten en diensten	29
4.3 Hoe kan klantloyaliteit voor huidige en toekomstige klanten worden beïnvloed?.....	30
4.3.1 Intentie tot herhaalaankoop.....	30
4.3.2 Primaire gedrag over herhalingsaankopen	30
4.3.3 Secundaire gedrag	31

4.4 Hoe kan Van Keeken nieuwe loyale klanten aantrekken door te kijken naar de ontwikkelingen in de schoenenbranche en omgeving.	32
4.5 Aannemen of verwerpen hypotheses	33
5 Conclusie.....	35
5.1 Klanttevredenheid	35
5.2 Klantloyaliteit.....	36
5.3 Ontwikkelingen in de schoenenbranche	36
5.4 Eindconclusie.....	37
6 Aanbeveling	38
6.1 Stappenplan volgens Jones en Sasser.....	38
6.2 Aanbeveling 1: Luister naar de wensen van de klant.....	38
6.3 Aanbeveling 2: Houdt website up-to-date en communiceer dit met consumenten	38
6.4 Aanbeveling 3: Creëer een rustig plekje in de winkel.....	39
6.5 Aanbeveling 4: Voer een pilot test uit op zondagen.....	39
7 Implementatie.....	40
7.1 Aanbeveling 1: Luister naar de wensen van de klant:	40
7.2 Aanbeveling 2: Houdt website up-to-date en communiceer dit met consumenten	40
7.3 Aanbeveling 3: Creëer een rustig plekje in de winkel.....	41
7.4 Aanbeveling 4: Voer een pilot test uit op zondagen.....	41
Literatuurlijst.....	43

1 Inleiding

1.1 Organisatie achtergrond

Historie

De schoenenwinkel van Van Keeken is een traditioneel familiebedrijf en heeft een geschiedenis die al meer dan 200 jaar terug gaat. Van oudsher was familie Van Keeken gespecialiseerd in het produceren en het repareren van schoenen. Twee broers van deze familie zijn in 1918 een schoenenwinkel gestart in Alphen aan den Rijn. Momenteel bestaat deze winkel nog steeds. In 1929 namen de twee broers samen het besluit om beiden zelfstandig verder te gaan. Eén broer (vader van de huidige eigenaar) zette de winkel voort in Alphen aan de Rijn en de andere broer startte een schoenenwinkel in Bodegraven, onder de naam 'Van Keeken Schoenen Bodegraven'.

Momenteel zijn beide schoenenwinkels nog actief; in Alphen aan den Rijn en in Bodegraven. Echter functioneren zij als twee aparte ondernemingen. De schoenenwinkel in Alphen aan den Rijn werd in 2000 overgenomen door een achterneef van één van de twee broers; Cees Van Keeken.

De schoenenwinkel in Bodegraven werd in 1951 overgenomen door Paul Van Keeken. In al die jaren is het bedrijf eigendom geweest binnen de familie van Keeken. Opvallend genoeg bestaat er echter geen samenwerking tussen de vestigingen Alphen aan de Rijn en Bodegraven. Dit onderzoek is bovendien uitsluitend gericht op de schoenenwinkel in Bodegraven.

Bedrijfsopvolging

Paul van Keeken – eigenaar van de winkel in Bodegraven - is inmiddels 61 jaar. Gezien zijn leeftijd moet hij logischerwijs gaan nadenken over de bedrijfsopvolging. Hoewel overdracht aan zijn kinderen voor het familiebedrijf het meest logisch zou zijn, hebben zij echter geen behoefte om de schoenenwinkel over te nemen. Dit heeft tot gevolg gehad dat Paul naar alternatieven heeft gezocht.

In 2013 startte Roy Heuzen als verkoopmedewerker in de schoenenwinkel van Paul van Keeken en heeft het diploma 'ondernemer detailhandel mbo niveau 4'. Roy is een gemotiveerde medewerker, die sterk gelooft in de detailhandel, passie voor het bedrijf heeft en uitdagingen ziet om het bedrijf op een verbeterd niveau te brengen. Gezien de opgebouwde ervaring van Roy, de bestaande samenwerking, de opleidingsachtergrond van Roy en zijn ambities, was het voor Paul van Keeken een logische keuze om Roy Heuzen mede-eigenaar te maken.

Begin 2018 is Roy Heuzen daarom toegetreden als mede-eigenaar van de schoenenwinkel en is de rechtsvorm omgezet van eenmanszaak naar VOF. Paul houdt zich sinds 2018 meer als adviseur op de achtergrond en is niet meer dagelijks op de werkvloer aanwezig. Roy is de bedrijfsleider die de dagelijkse bedrijfsactiviteiten aanstuurt. Het huidige plan is dat Paul in 2020 definitief uit het bedrijf stapt, waarna Roy Heuzen de winkel het bedrijf volledig overneemt. Dit houdt in dat vanaf dat moment de Van Keeken schoenenwinkel uit Bodegraven niet meer in het bezit is van familie Van Keeken; een bijzonder moment gezien de rijke historie van het familiebedrijf.

Nevenactiviteit

Naast de van Keeken schoenenwinkel in Bodegraven zit reeds sinds 1927 ook een Van Keeken junior vestiging, gespecialiseerd in de verkoop van kinderschoenen. Deze winkel wordt momenteel echter gesaneerd als gevolg van teruglopende verkopen en dalende winst. Deze schoenenwinkel zal eind 2018 worden gesloten, waarna de bestaande vestiging (gesitueerd naast de schoenenwinkel) vanaf 2019 zal gaan worden geëxploiteerd als sportwinkel, welke tevens eigendom zal worden van Paul van Keeken als Roy Heuzen. De sportwinkel zal onder het zelfde bedrijf vallen als de Van Keeken Schoenenwinkel, echter naar de buitenwereld wordt dit niet zo gecommuniceerd. De nieuwe sportwinkel valt overigens buiten de scope van deze afstudeeropdracht.

Kwaliteit

De Van Keeken Schoenenwinkel heeft zich door haar rijke historie en hoge kwaliteitsniveau als een sterk merk ontwikkeld, binnen de detailhandel in de gemeente Bodegraven Reeuwijk. De schoenenwinkel heeft een zeer goede reputatie bij de doelgroep in Bodegraven en omgeving.

Doelgroep

Mannen en vrouwen van 40 jaar en ouder die woonachtig zijn in de gemeente Bodegraven Reeuwijk.

1.2 Aanleiding probleem

Klanten

Het klantenbestand wordt gevormd door een relatief stabiele groep vaste klanten, die veel waarde hechten aan een hoge mate van service en vaak ook een persoonlijke band hebben met de familie van Keeken. Relatief een klein deel van de omzet wordt gevormd door nieuwe klanten. Doordat de familiere banden een belangrijke rol speelt binnen de klantloyaliteit, is het de vraag hoe bestaande klanten hierop gaan reageren wanneer Paul Van Keeken zich volledig uit het bedrijf terugtrekt.

De probleemsituatie

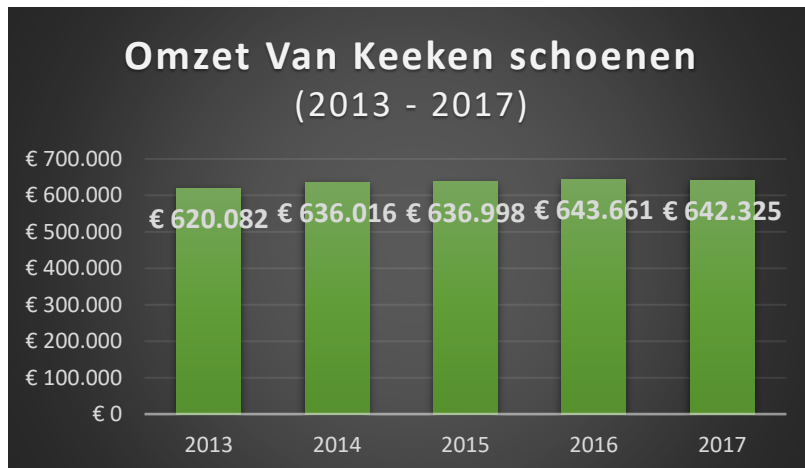
Het bedrijf leunt van oudsher sterk op de vaste klantenkring, maar er bestaat een zeker risico dat klanten minder loyaal gaan worden als Paul van Keeken vertrekt als gezicht van het bedrijf. Hoewel Roy Heuzen ook reeds een aantal jaren werkzaam is in de schoenenwinkel, heeft de relatief oudere doelgroep een minder grote binding met hem opgebouwd. Het is dan ook vooral de vraag in hoeverre de vaste klanten op langere termijn trouw zullen blijven aan de Van Keeken schoenenwinkel in Bodegraven.

Het is inmiddels algemeen bekend dat de opkomst en enorme groei van online retailers, ervoor gezorgd heeft dat traditionele retail bedrijven het moeilijk hebben (ABN AMRO, 2017). Ondanks de solide basis van vaste klanten, zijn de (in)directe gevolgen van de online markt ook duidelijk zichtbaar voor de Van Keeken schoenenwinkel. Zo kampt het centrum waar de schoenenwinkel gevestigd is, met veel leegstaande winkelpanden. Hierdoor is er een terugloop waarneembaar van het totaal aantal bezoekers van de winkelstraten. Daarnaast komen steeds meer bezoekers zich offline (in de winkel) oriënteren, om de schoenen vervolgens online voor de goedkoopste prijs te kopen. Het wordt door deze ontwikkelingen steeds moeilijker om nieuwe klanten aan te trekken. De vraag is hoe het binnen de gegeven omstandigheden toch mogelijk zou kunnen worden gemaakt.

1.3 Probleemanalyse

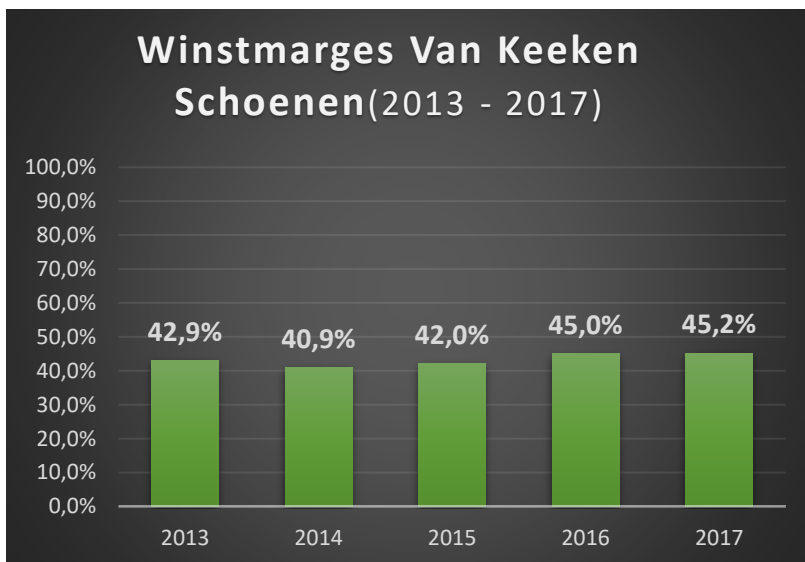
Bedrijfsresultaten

Dat Van Keeken Schoen in Bodegraven al jarenlang een stabiele onderneming is, blijkt uit de omzetresultaten in de afgelopen vijf jaar (figuur 1.1).



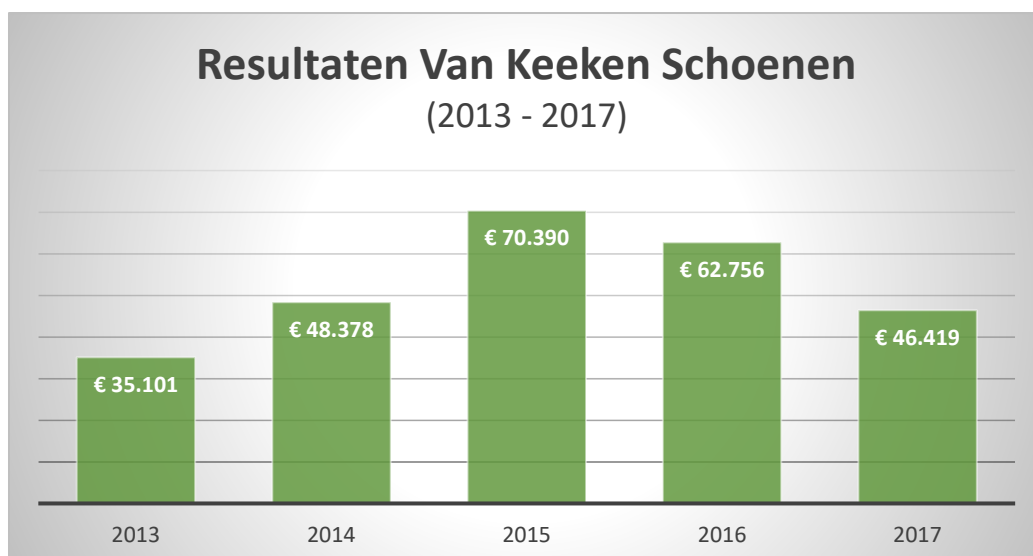
Figuur 1.1: Omzet van Keeken 2013 - 2017

Uit bovenstaande grafiek blijkt dat de omzet van Van Keeken Schoenen al jaren een opvallend consistent karakter vertoont. Tegelijkertijd is er in de omzet geen duidelijke trend in de markt waar te nemen. Hoewel het omzetverloop een duidelijk beeld geeft van de prestaties van de onderneming in de afgelopen vijf jaar, is het vooral ook interessant om te bekijken welke winstmarges daarmee worden behaald. Zie hiervoor figuur 2.



Figuur 1.2: Winstmarges Van Keeken schoenen 2013 - 2017

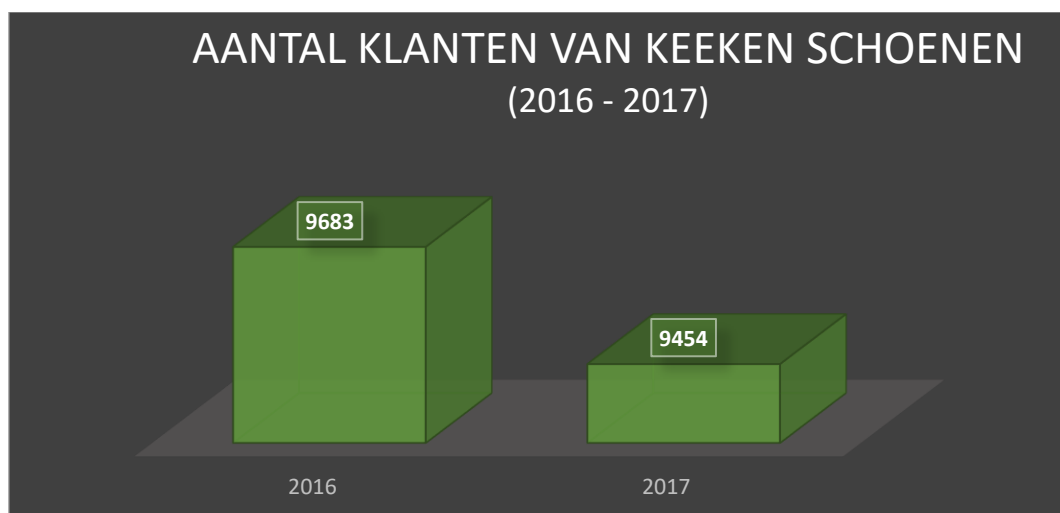
Uit bovenstaande grafiek blijkt een structurele groei van de winstmarges, van 40,9% in 2014 naar 45,2% in 2017. De structureel groeiende winstmarges in de afgelopen vijf jaar, zijn het directe gevolg van een beter inkoopbeleid, wat resulteert in lagere inkoopkosten en minder verstrekte kortingen aan klanten. Tegelijkertijd laat grafiek op volgende bladzijde (figuur 1.3) zien dat de resultaten uit gewone bedrijfsvoering een dalende trend doormaken, als gevolg van de toenemende vaste kosten.



Figuur 1.3: Resultaten Van Keeken Schoenen 2013 - 2017

De omzet blijft de laatste vijf jaar weliswaar vrij stabiel. De vaste kosten nemen echter wel significant toe, waardoor het resultaat sinds 2015 terug is gelopen met +/-35%.

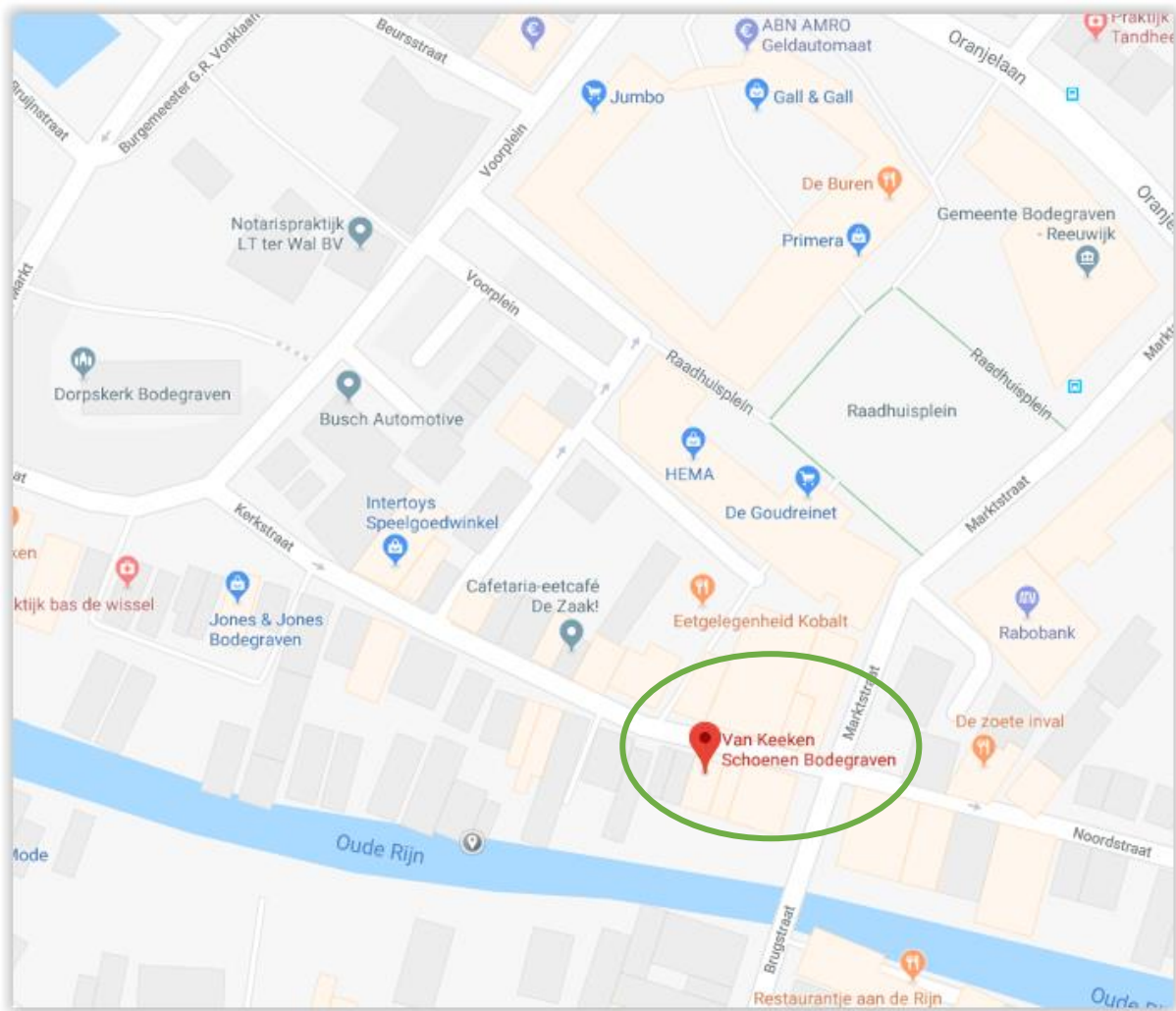
Volgens Roy Heuzen is de gemiddelde bon bedrag gemiddeld iets hoger dan voorheen. Daartegenover staat een terugloop in het aantal transacties (Persoonlijke communicatie, 27-10-2018). De omzet in 2017 werd dus door een enigszins kleiner aantal transacties behaald dan in 2013. Zie ter illustratie onderstaande grafiek (figuur 4). De procentuele daling van +/- 2,4% in 2017 (t.o.v. 2016) is echter nog steeds vrij laag te noemen.



Figuur 1.4: Aantal klanten van Keeken Schoenen

Cijfers over winkelgebied

Het dorp Bodegraven heeft in totaal circa 18.000 inwoners. Van Keeken schoenen is gevestigd op de Kerkstraat 6-8, dat midden in het centrum ligt (nabij het station), met veel doorloop van winkelend publiek. Zie plattegrond op de volgende bladzijden.



Afbeelding 1.1: Locatie schoenenwinkel van Van Keeken Schoenen (Google maps, 2018)

Het centrum bevat circa 150 winkelpanden, waarvan circa 18% van de panden leegstaat. Binnen het centrum bestaat er een kernwinkelgebied, wat uit circa 120 winkelpanden bestaat. Binnen dit gebied – waar ook Van Keeken Schoenen is gevestigd – is de grootste leegstand. Totaal staan daar circa 22 panden leeg (Kadaster, 2018b). Hoewel de gemeente Bodegraven-Reeuwijk al een aantal jaren actief bezig is met het verbeteren van deze leegstand situatie, zit er een matige vooruitgang in. Eén van de oorzaken hiervan is dat er een grote versnippering is van het aantal vastgoedeigenaren (Zo’n 220 panden in het centrum zijn verdeeld over circa 100 vastgoedeigenaren), waardoor het moeilijk is om initiatieven te ontplooiën in het gezamenlijk belang (Kadaster, 2018a).



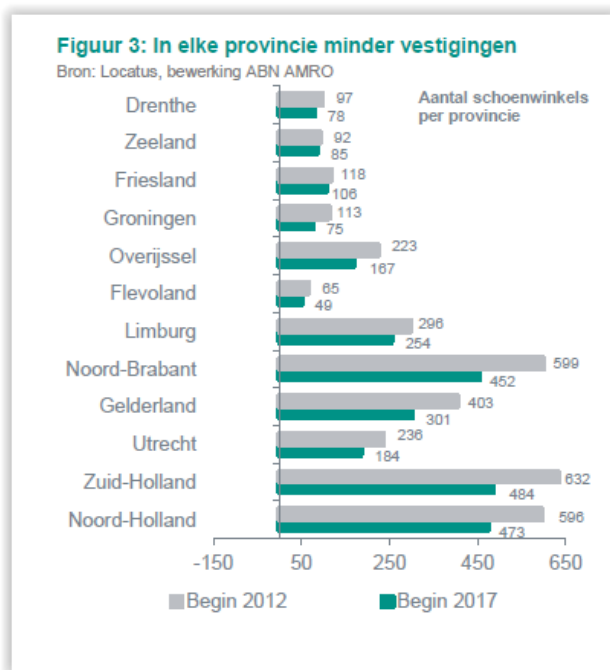
Afbeelding 1.2: Leegstand centrum Bodegraven

De leegstand zorgt er deels ook voor dat bewoners vaker naar omliggende steden als Alphen aan de Rijn of Gouda moeten gaan, voor grotere of speciale aankopen als kleding of elektronica. “Er is bijvoorbeeld nog maar één kledingzaak voor heren. Heel frustrerend”, zegt een bewoner over het centrum van Bodegraven (Omroep West, 2018).

De schoenenbranche in cijfers

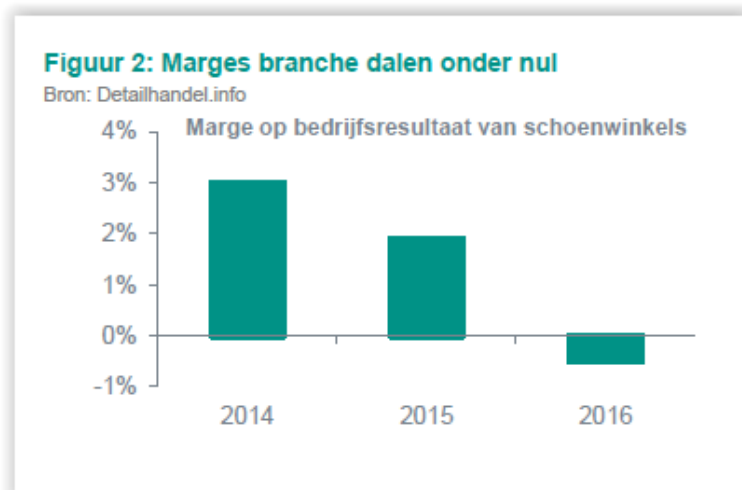
De schoenenbranche heeft het al jaren moeilijk en profiteert nog nauwelijks van de economische groei. (Marktdata.nl, 2018) In 2016 daalden de uitgaven aan schoenen met 3,4%, wat inmiddels alweer het vijfde jaar op rij was. Dit terwijl de consument bijvoorbeeld wel meer besteedde aan kleding, woninginrichting of levensmiddelen.

Ook het totaal aantal schoenenwinkels neemt al jaren af. Zo sloten sinds 2012 tot 2017 maar liefst 762 vestigingen van schoenenwinkels de deuren. Zie onderstaande overzicht (afbeelding 1.3) ter illustratie van de afname van het totaal aantal vestigingen in Nederland (ABN AMRO, 2017).



Afbeelding 1.3: minder vestigingen schoenenwinkels 2012 t.o.v. 2017 (ABN AMRO, 2017)

Uit bovenstaande illustratie blijkt duidelijk dat ook in Zuid Holland het aantal gevestigde schoenenwinkels fors gedaald is (met -/- 23%). Ook het gemiddelde vloeroppervlak van de schoenenwinkels daalde sinds 2012 aanzienlijk (-/- 20%) en de verkoopvolumes daalden zelfs sneller (-/- 25%). Per vierkante meter worden er dus minder schoenparen verkocht dan voorheen. Naast afname van het totale afzetvolume staan ook de marges al jaren onder druk. Zie afbeelding (afbeelding 1.4) ter illustratie.



Afbeelding 1.4: Marges branche dalen onder nul (ABN AMRO, 2017)

In bovenstaande grafiek valt op dat de winstmarges in sommige gevallen zelfs negatief zijn. Dit is vooral het geval bij de kleinere schoenenwinkels, die zeer minimale of zelfs negatieve winstmarges behalen en daardoor geen investeringskapitaal meer opbouwen. De grote schoenenwinkel ketens doen het relatief wel goed, doordat ze duidelijkere strategische keuzes maken (Detailhandel.info, z.d.).

Cijfers E-commerce

Een belangrijke reden van de terugloop in het aantal fysieke schoenenwinkels is vanzelfsprekend de opkomst en ontwikkeling van e-commerce. Binnen de retail sector groeit de internetomzet al jaren hard door. In 2016 was de groei van de totale internetomzet in deze sector 18,6% (CBS, 2018).

Ook binnen de schoenbranche is internetverkoop de laatste jaren sterk gegroeid. Schoenen behoren zelfs tot de producten waarvan de online verkoop de snelste groei kent. In 2015 was de totale online verkoop van schoenen binnen Nederland goed voor een omzet van 500 miljoen euro. In 2016 groeide deze omzet met maar liefst 44% naar 720 miljoen euro (ABN AMRO, 2017).

Van alle consumenten oriënteert 40% zich online voor de aankoop van een paar schoenen. De meeste van hen doen uiteindelijk de aankoop toch in een fysieke winkel. Fysieke schoenenwinkels met daarnaast een eigen webshop behalen daarmee gemiddeld 13,4% van hun totaalomzet. Grote schoenenwinkel ketens en online platformen behalen met online verkoop van schoenen in verhouding de meeste omzet, als gevolg van de schaalvoordelen die ze hebben (ABN AMRO, 2017).

1.4 Onderzoeksdoelen

De probleemanalyse uit paragraaf 1.3 laat duidelijk zien dat het speelveld voor Schoenenwinkel van Keeken veel complexer is geworden. Hierdoor wordt het steeds belangrijker om vooruit te denken en zo goed mogelijk in te spelen op de kansen en bedreigingen uit de markt.

De doelen van het onderzoek vanuit het perspectief van de opdrachtgever zijn als volgt:

1. Meer inzage krijgen in de klanttevredenheid
2. Een plan ontwikkelen om meer klantloyaliteit te ontwikkelen
3. Meer inzage geven in de online kansen en bedreigingen

De doelen van het onderzoek vanuit het perspectief van de opdrachtgever zijn als volgt:

1. Aanlevering van het rapport voor 21 januari 2019
2. Aan de nieuwe eigenaar Roy van Heuzen
3. Wat gebruikt kan worden voor het ontwikkelen van klantloyaliteit
4. Met als doel om het probleem van de terugloop van het aantal transacties op te lossen

Afbakening onderzoek

Het onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van de nieuwe (mede)-eigenaar Roy Heuzen. Hij is sinds begin 2018 voor 50% eigenaar van de schoenenwinkel en zal in 2020 de winkel volledig overnemen. Het onderzoek richt zich uitsluitend op de schoenenwinkel in Bodegraven. De vestiging in Alphen aan de Rijn (eigendom van de broer van de huidige eigenaar) valt buiten de scope van dit onderzoek.

Verder maakt ook de huidige kinderschoenen winkel en toekomstige sportwinkel geen onderdeel uit van dit onderzoek. Tot slot dient er in het kader van dit onderzoek vanuit te worden gegaan dat de Van Keeken schoenenwinkel vanuit de huidige vestiging blijft opereren.

1.5 Onderzoeksvragen

Hoofdvraag:

Hoe kan Van Keeken Schoenen uit Bodegraven de terugloop in het aantal klanten voorkomen, door het vergroten van de klantloyaliteit van huidige- en toekomstige klanten?

Deelvragen:

1. *Wat zijn de sterktes en zwaktes van Van Keeken Schoenen?*

Om inzichtelijk te krijgen wat voor bedrijf Van Keeken Schoenen is en waar de problemen zich voor doen, is belangrijk dat inzichtelijk wordt wat de sterktes en zwaktes van Van Keeken zijn. Deze resultaten zijn gebruikt om het kernprobleem van de organisatie vasttestellen.

2. *Welke factoren zijn bepalend in de klanttevredenheid van de huidige klanten?*

Deze vraag is opgesteld aan de hand van de theorie van Jones en Sasser (1995). Volgens de theorie van deze onderzoekers is er een sterke samenhang tussen klanttevredenheid en klantloyaliteit. Het is voor dit onderzoek van belang de mate van klanttevredenheid van de huidige klanten te onderzoeken.

3. *Hoe kan klantloyaliteit voor huidige en toekomstige klanten worden beïnvloed?*

Voor dit onderzoek is het van belang om er achter te komen hoe klantloyaliteit vergroot kan worden. Daarom zal in dit onderzoek onderzocht worden hoe de klantloyaliteit van de huidige- en toekomstige klanten kan worden beïnvloed.

4. *Hoe kan Van Keeken nieuwe loyale klanten aantrekken door te kijken naar de ontwikkelingen in de schoenenbranche?*

Een doel van dit onderzoek is meer inzage te krijgen in de online kansen en bedreigingen. Door online kansen en bedreigingen te onderzoeken kan er bepaald worden hoe interessant het voor Van Keeken is om hierop in te spelen.

2 Theoretische kader

In dit hoofdstuk staat beschreven wat klantloyaliteit is (paragraaf 2.1). Vervolgens worden vijf verschillende theoretische modellen (paragraaf 2.2) beschreven die te maken hebben klantloyaliteit. Vervolgens staat in paragraaf 2.3 een analyse beschreven die onderbouwt welk model het meest geschikt is voor toepassing in het kader van dit onderzoek. Aan het eind van dit hoofdstuk (paragraaf 2.4) wordt afgesloten met drie hypothesen.

2.1 Klantloyaliteit

Als basis van het onderzoek is het belangrijk om de juiste theoretische kennis te hebben van het begrip 'Klantloyaliteit'. Hiervoor zijn diverse literatuurbronnen geraadpleegd.

Oliver (1999) geeft de volgende definitie: "Klantloyaliteit is een diepgewortelde verbintenis die zorgt voor consequente herhaalaankopen in de toekomst bij het kiezen van een product of dienst, waardoor steeds hetzelfde merk wordt gekocht, ondanks de situationele invloeden en marketing inspanningen van concurrenten die schakelgedrag kunnen veroorzaken". Vertaald naar Van Keeken schoenen zou dat betekenen dat klanten blijven terugkomen, ondanks alle marktinvoeden.

Loyaliteit is volgens McCarthy (1997) de voorkeur van klanten om een organisatie boven concurrenten te kiezen op basis van factoren die de klant als waardevol ervaart. De nadruk ligt op de waardering die de klant heeft voor de organisatie waardoor hij niet voor een concurrent zal kiezen. Vertaald naar Van Keeken schoenen zou dat betekenen dat klanten loyaal zouden blijven omdat ze bepaalde factoren van de huidige dienstverlening als waardevol waarderen.

Reichheld (2001) geeft dat als een bedrijf erin slaagt om 5% meer klanten te behouden, de winstgevendheid – afhankelijk van de branche – verhoogd kan worden van 25 tot 95 %. Klantloyaliteit en klantbehoud kunnen dus feitelijk veel geld opleveren. Vertaald naar Van Keeken schoenen zou dat betekenen dat slechts met een 5% verhoging van het totaal aantal klanten ($5\% \cdot 9454 = 472$ extra klanten) de winst wel 25% tot 95% hoger zou kunnen zijn ($46.419 \text{ euro} + 25\% = 58.023 \text{ euro minimaal}$).

2.2 Theoretische modellen

Perceived Service Quality model

Het perceived Service Quality model (Christian Grönroos, 2007) is een model waarbij de vergelijking wordt gemaakt tussen de verwachte kwaliteit en de ervaren kwaliteit, met als doel om grip te krijgen op de factoren die de waargenomen kwaliteit bepalen.

Werking:

Volgens het model wordt de verwachte kwaliteit bepaald door vier factoren:

1. Marketingcommunicatie
2. Mond-tot-mond reclame
3. Imago
4. Behoeften van de consument

De ervaren kwaliteit komt tot stand door de volgende drie factoren:

1. Beoordeling van de functionele (proces)kwaliteit > Hoe komt de dienstverlening tot stand?
2. Beoordeling van de technische (uitkomst)kwaliteit > Wat wordt er geleverd?
3. Relationele kwaliteit > Wie levert de dienst? Het imago van de organisatie

Toepassing:

Het Total Perceived Quality model van Grönroos is vooral geschikt voor dienstenmarketing, omdat een belangrijk aspect hier wordt gevormd door de kwaliteitsperceptie (NIBAA Institute, 2011). Een dienst kent nauwelijks tastbare componenten, waardoor het vaststellen van de kwaliteit heel moeilijk is (EURIB, 2011). De waargenomen kwaliteit kan voor een dienstverlener positieve of negatieve gevolgen hebben. Kwaliteitsperceptie heeft vooral betrekking op klanttevredenheid. Klantloyaliteit staat in dit model niet centraal, waardoor het minder geschikt is voor toepassing voor Van Keeken Schoenen.

KANO Model

Het KANO model (Noriaki Kano, 1984) helpt om verwachtingen, prioriteiten en expliciete behoeften van de klanten in kaart te brengen. Het belangrijkste kenmerk van het model is de nauwe samenhang tussen klantbehoefte en klanttevredenheid.

Werking (Sigma, 2016):

Het model is gebaseerd op twee indicatoren die tegen elkaar worden afgezet:

1. In welke mate is een bepaalde klantbehoefte ingevuld?
2. In welke mate brengt dat klanttevredenheid mee?

Bij het in kaart brengen van klantbehoeften, wordt onderscheid gemaakt in drie factoren:

1. Basisfactoren > minimaal vereiste factoren voor tevredenheid
2. Prestatiefactoren > Tevredenheid afhankelijk van de prestatie
3. Wow-factoren > Tevredenheid door positieve verrassing

Toepassing:

Het KANO model is zowel geschikt voor organisaties die producten als diensten leveren (Bureau Tromp, z.d.). Uitgangspunt van het model is dat het succes van een product of dienst in laatste instantie wordt bepaald door wat de klant ervan vindt. Aangezien klantloyaliteit in dit model niet terugkomt, is het model minder geschikt voor Van Keeken Schoenen.

Elaboration Likelihood model

Het Elaboration Likelihood model (Petty & Cacioppo, 1986) beschrijft hoe attitudes veranderen en gevormd worden.

Werking ((Marketingportaal.nl, z.d. & GedragvandeConsument.nl, z.d.):

Dit model maakt onderscheid in twee typen van beïnvloeding:

1. De centrale route > De ontvanger is zeer gemotiveerd om de boodschap te verwerken.
2. De perifere route > De ontvanger is totaal niet gemotiveerd om argumenten af te wegen

NB: Welke route wordt gevolgd is afhankelijk van het bewust zijn. Motivatie en geestelijke vermogens van de ontvanger bepalen de mate van bewust zijn van de beïnvloeding.

De mate waarin informatie daadwerkelijk wordt verwerkt hangt af van drie factoren:

1. Motivatie > Bereidheid tot het verwerken van informatie
2. Mogelijkheid > De gelegenheid om informatie te verwerken
3. Bekwaamheid > De cognitieve vaardigheden om informatie te verwerken.

Toepassing (InfoNu, 2017):

Het Elaboration Likelihood model wordt veel toegepast door reclamemakers die meer inzicht krijgen in de manier waarop mensen kiezen voor een product of dienst. Dit model legt de nadruk op het onbewuste niveau van de consument. Het wordt daardoor vooral veel door reclamemakers ingezet. Kijkend naar de toepasbaarheid voor dit onderzoek is het model te complex en te veel omvattend voor een traditionele schoenenwinkel.

Apostle model

Het Apostle model (Jones & Sasser, 1995) helpt om klanten te segmenteren en te begrijpen, om aan de hand daarvan de juiste acties te ondernemen.

Werking:

Het model is gebaseerd op twee indicatoren die tegen elkaar worden afgezet:

1. In welke mate is er sprake van klanttevredenheid?
2. In welke mate is er sprake van klantloyaliteit?

Het model maakt onderscheid in vier segmenten:

1. Loyalisten > Tevreden klanten die opnieuw zullen kopen
2. Gijzelaars > Ontevreden klanten die wel blijven kopen (bijv. i.v.m. doorlopend contract)
3. Overlopers > Ontevreden klanten die niet blijven kopen en negatief zijn
4. Terroristen > Zeer ontevreden klanten die het product nooit meer zullen kopen en zelfs rancuneus zijn.

Toepassing (Franz, 2012 & 2013):

Het Apostle Model kan in principe worden toegepast binnen iedere sector. De kracht van het model is het feit dat de dimensies klanttevredenheid en klantloyaliteit nauw met elkaar in verband staan. Voor dit onderzoek voor een schoenenwinkel is het van belang een duidelijk beeld te krijgen van de klanttevredenheid en het verband met loyaliteit, hierdoor sluit het model zeer goed aan op dit onderzoek.

SERVQUAL model

Het SERVQUAL model (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1985) helpt met het meten van de klanttevredenheid over geleverde diensten. Het model kan gebruikt worden als diagnose om de tekortkomingen in de dienstverlening aan de orde te stellen. Centraal in het model staat dat kwaliteit van dienstverlening gedefinieerd kan worden als het verschil tussen verwachtingen en perceptie.

Werking (Management Platform, 2014):

Om de tevredenheid te meten gaat het model uit van 9 variabelen:

- Betrouwbaarheid
- Reactiesnelheid
- Vakkennis
- Toegankelijkheid
- Geloofwaardigheid
- Veiligheid
- Begrijpen van de klant
- Faciliteiten

Het model geeft vijf oorzaken (kloven) bij ontevredenheid over de dienstverlening van een klant:

1. Het management heeft geen goed beeld van de verwachtingen van de klanten
2. De verwachtingen van de klanten wordt niet juist vertaald naar de onderneming
3. Het product of de dienst wordt niet geleverd volgens de specificaties
4. De marketingcommunicatie wekt verkeerde verwachtingen
5. Verschillen tussen de door klanten verwachte en ervaren product/dienst

Toepassing (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1985):

Het SERVQUAL model kan in principe worden toegepast binnen iedere sector. Dit model bevat in feite alle dimensies die relevant zijn in het contact met de klant. Het model is dan ook voor veel organisaties geschikt. Tegelijkertijd is het ook een veelomvattend model en legt het zeer de nadruk op kwaliteitsperceptie. In de basis is de kwaliteit die Van Keeken schoen kan leveren niet het kernprobleem binnen dit onderzoek.

2.3 Keuze conceptueel model**Afwegingen**

Aan de hand van literatuuronderzoek is zorgvuldig afgewogen, welke van de vijf theoretische modellen het meest toepasbaar is voor Van Keek Schoenenwinkel. Hoewel alle vijf modellen verband hebben met klantloyaliteit, zijn de modellen inhoudelijk heel verschillend.

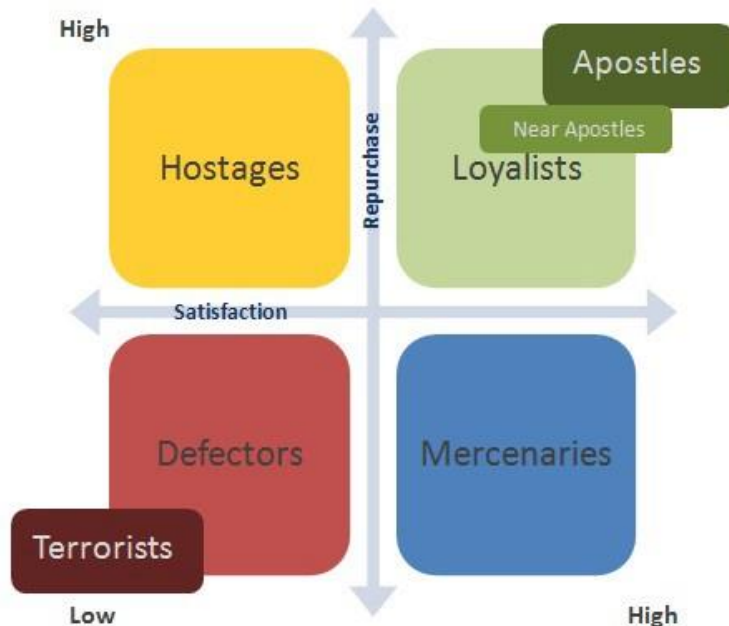
Het Perceived Quality model en het SERVQUAL model hebben als belangrijkste overeenkomst dat kwaliteit metingen centraal staan. Op basis van het intern vooronderzoek, kan worden geconcludeerd dat kwaliteit niet het kernprobleem is binnen de organisatie. Om die redenen zullen deze twee modellen niet verder gebruikt worden in dit onderzoek.

Het Elaboration Likelihood model is het enige model dat heel erg de nadruk ligt op het onbewuste gedrag van consumenten. Daarbij staat het overbrengen van een (reclame)boodschap heel centraal in dit model. Het draait met name om de vraag of de consument ontvankelijk is voor reclame. Omdat reclame in het algemeen meer gericht is op nieuwe dan bestaande klanten, is er besloten om dit model niet in te zetten in het kader van dit onderzoek.

De modellen die het meest relevant zijn voor dit onderzoek, zijn het KANO model en het Apostle model. Bij het KANO model staan vooral de behoeftes van de consument centraal en de manier waarop deze kunnen worden overtroffen, om tot tevreden klanten te komen. Hoewel tevreden klanten mogelijk tot meer loyale klanten kunnen leiden, is dit niet het uitgangspunt van het KANO model. Om die reden is er besloten geen gebruik te maken van het KANO model voor dit onderzoek.

Keuze model

Het Apostle model daarentegen is gebaseerd op zowel klanttevredenheid als klantloyaliteit, omdat er volgens Jones & Sasser (1995) een sterke samenhang bestaat tussen deze twee indicatoren. Omdat de theorie achter het Apostle model diep ingaat op de relatie tussen klanttevredenheid en klantloyaliteit, is het Apostle model het meest geschikt in het kader van dit onderzoek. Zie figuur 2.1 ter illustratie van het model.



Figuur 2.1: Klant types in het Apostel model (Franz, 2012)

In figuur 1 is duidelijk waar te nemen dat klanten niet direct loyaal zijn wanneer zij tevreden zijn en dat loyaal zijn niet altijd een automatisch gevolg is van een hoge tevredenheid. In hun theorie zijn de 'apostelen' de klanten zijn die uiterst tevreden en uiterst loyaal zijn.

Het doel van het onderzoek voor Van Keeken schoenen is om meer inzicht te krijgen in de klanttevredenheid en de mate waarop huidige en toekomstige klanten loyaal zijn naar de organisatie. De uitgangspunten van het Apostle model zijn daarom door de onderzoeken leiden gemaakt in het verdere onderzoeksrapport. Daarbij is het einddoel voor Van Keeken schoenen om op lange termijn zoveel mogelijk loyale klanten aan zich te binden.

In het artikel over klantloyaliteit (Jones & Sasser, 1995) wordt onderstaande figuur 2.2 gepresenteerd, met daarin de kenmerken van de verschillende segmenten.

Individual Customer Satisfaction, Loyalty, and Behavior			
	Satisfaction	Loyalty	Behavior
Loyalist/Apostle	high	high	staying and supportive
Defector/Terrorist	low to medium	low to medium	leaving or having left and unhappy
Mercenary	high	low to medium	coming and going; low commitment
Hostage	low to medium	high	unable to switch; trapped

Figuur 2.2: Individuele klanttevredenheid, loyaliteit en gedrag (Jones & Sasser, 1995)

In bovenstaande figuur is te zien dat volgens Jones en Sasser (1995) alleen de apostelen en gijzelaars een hoge mate van loyaliteit als kenmerk hebben. De gijzelaars zijn echter op een geforceerde wijze loyaal, doordat zij bijvoorbeeld vast zitten aan een contract. Dit laatste is geen relevante situatie voor Van Keeken schoenen, aangezien het als schoenenwinkel alleen te maken heeft met eenmalige transacties. Dit onderzoek zal daarom uitsluitend gericht zijn op het opbouwen van een lange termijnrelatie met zoveel mogelijk 'apostelen' voor Van Keeken schoenen.

Jones en Sasser (1995) hebben een driestappenplan opgesteld, waarmee de tevredenheid van de klanten kan worden verhoogd. Dit stappenplan duidt aan welke stappen Van Keeken schoenen zou moeten nemen op basis van de mate van tevredenheid. Zie hiervoor figuur 2.3.

How to Decide What Actions to Take		
	Bulk of Responses	Strategic Response
Stage 1	2-3 (dissatisfied)	Deliver the basic product or service elements as expected of anyone in the industry
Stage 2	3-4 (neutral)	Provide an appropriate range of supporting services Develop proactive service recovery to make amends when something goes wrong
Stage 3	4-5 (satisfied)	Understand and achieve results in customers' terms

Figuur 2.3: Hoe te beslissen welke acties moeten worden genomen (Jones & Sasser, 1995)

Volgens figuur 2.3 gaat het erbij ontevreden klanten om, dat de basis product of dienstverlening in het verdere klantcontact op het minimale niveau ligt van de concurrentie. In geval van neutrale klanten, gaat het erom dat er een actieve support is. (ook in geval van klachten) In geval van tevreden klanten gaat het erom dat er goed inzicht komt in de klantbehoeftes en de relatie tussen klanttevredenheid en loyaliteit.

2.4 Hypothesen

Aan de hand van de gevonden literatuur over klantloyaliteit en het gekozen conceptueel model zijn drie hypothesen opgesteld. Deze hypothesen zullen getoetst worden op basis van de resultaten van het onderzoek.

Hypothese 1: *Als een organisatie de klanttevredenheid verbetert, dan worden consumenten volledig tevreden.*

Volgens de onderzoekers Jones en Sasser (1995) moet de organisatie erachter komen wat de wensen en behoeften zijn van de afnemers om uiteindelijk hierop in te spelen te kunnen spelen. Daarnaast dient de organisatie aandacht te geven bij de problemen die hier uit voort komen. Hierdoor kan de organisatie ervoor zorgen dat de consument uiteindelijk in de categorie 'apostelen' valt.

Hypothese 2: *Als een consument volledig tevreden is, is de consument ook loyaal aan de organisatie.*

Volgens onderzoekers Jones en Sasser (1995) is er een sterke samenhang tussen klanttevredenheid en klantloyaliteit en zeggen ze het volgende over: completely satisfied customers are more loyal than merely satisfied customers.'. Wat inhoudt dat een volledig tevreden consument loyaler is dan een tevreden consument.

Hypothese 3: *Het is haalbaar om de klanttevredenheid en klantloyaliteit op zo'n manier te managen dat klanten apostelen worden, ofwel een combinatie van zeer tevreden en zeer loyaal."*

Wanneer de klanten niet tot apostelen horen, maar wel duidelijk is voor een organisatie waarom deze klanten niet tot deze groep horen. Is het mogelijk voor de organisatie de knelpunten te verbeteren zodat de consumenten zeer tevreden en zeer loyaal worden, wat uiteindelijk resulteert in de groep apostelen.

3 Methodologie

In dit hoofdstuk worden de methodes uitgewerkt, op basis waarvan het onderzoek is uitgevoerd.

3.1 Type onderzoek

In het kader van dit onderzoek voor Van Keeken Schoenen, is er gebruik gemaakt van een combinatie van deskresearch en fieldresearch.

3.1.1 Deskresearch

Intern onderzoek

Om een zo goed mogelijk inzicht te krijgen in Van Keeken Schoenen en het kernprobleem van deze organisatie, is uitvoerig deskresearch gedaan. Daarin is onderzoek gedaan naar de bedrijfshistorie, de knelpunten, de financiële situatie en de sterktes en zwaktes. Hiervoor is gebruik gemaakt van informatie op de website, financiële rapportages en overige interne documentatie. Aan de hand van het intern deskresearch kan deelvraag 1 deels worden beantwoord.

Literatuur onderzoek

Om een zo goed mogelijk inzicht te krijgen in het theoretisch kader is voor wat het betreft het onderwerp 'klantloyaliteit', uitsluitend gebruik gemaakt van internetbronnen met beschrijvingen en analyses van modellen en theorieën. Door gebruik te maken van relevante wetenschappelijke theorieën, kunnen de deelvragen 2 en 3 worden beantwoord.

Extern onderzoek

Om een zo compleet mogelijk inzicht te krijgen in de kansen en bedreigingen in de schoenenbranche waarin Van Keeken actief is, is uitvoerig deskresearch uitgevoerd. Hierbij is expliciet aandacht gegeven aan de ontwikkeling op het gebied van E-commerce, omdat dit (in)direct veel invloed heeft op Van Keeken. Voor het extern onderzoek is gebruik gemaakt van brancherapportages (banken en researchbedrijven), databronnen van het CBS en websites met informatie voor de Retail branche. Aan de hand van extern deskresearch kan deelvraag 4 deels worden beantwoord.

3.1.2 Fieldresearch

Intern onderzoek

Om een meer inzicht te krijgen in Van Keeken Schoenen, zijn er ongestructureerde interviews afgenomen met de eigenaars Roy Heuzen en Paul van Keeken. Aan de hand van het intern deskresearch in combinatie met de interviews, kan deelvraag 1 worden beantwoord.

Extern onderzoek

Om meer inzicht te verkrijgen in de loyaliteit van de klanten van Van Keeken Schoenen, zijn er enquêtes afgenomen onder een groep bestaande klanten. Aan de hand van de resultaten van de enquêtes is een uitvoerige data analyse uitgevoerd. Indien bepaalde antwoorden meer diepgang nodig hadden, is door middel van telefonische interview contact gezocht met de betreffende respondenten. Aan de hand van het extern deskresearch in combinatie met de enquête uitkomsten en de telefonische interviews kunnen deelvragen 2,3 en 4 worden beantwoord.

3.2 Procedures

Fieldresearch

Steekproefgrootte

Voor het uitvoeren van de kwantitatieve enquête onder bestaande klanten is een steekproefberekening uitgevoerd (bijlage 7). Om het aantal benodigde respondenten te kunnen bereken is voor de populatie uitgegaan van het totaal aantal klanten uit het klantenbestand van Van Keeken, te weten: 1997. Bij een betrouwbaarheidsniveau van 95% en een spreiding van 50% is het benodigde aantal respondenten: 323.

Schaal enquête

Thomas Jones en Earl Sasser (1995) beschrijven in hun theorie dat de relatie tussen een organisatie en een klant pas sterk is, als de klant de organisatie een cijfer geeft van een 4 of hoger (schaal van 5). Wanneer een klant een lager cijfer geeft, moet de organisatie achterhalen wat de redenen zijn van de ontevredenheid. De uitgangspunten van deze theorie vormen van de basis voor de enquête opzet.

Voor de enquête is er gebruik gemaakt van de 5-punts likertscale, een veelvoorkomende methode omdat respondenten – psychologisch gezien – minder geneigd zijn uitersten in te vullen (Onderzoekdoen.nl, z.d.).

In een wetenschappelijke artikel over klantloyaliteit, wordt onderstaande tabel gepresenteerd (Jones & Sasser, 1995).

Interpreting Levels of Satisfaction		
Response	Description	Loyalty
5	completely satisfied	very loyal
3-4	satisfied	easily switched to a competitor
1-2	dissatisfied	very disloyal

Figuur 3.1: Level van tevredenheid

Bovenstaande tabel geeft aan hoe de resultaten van klanttevredenheidsenquêtes geïnterpreteerd zouden moeten worden volgens de theorie van Thomas Jones en Earl Sasser (1995). Wanneer deze theorie vertaald wordt naar de schaal van de enquête ziet dit er als volgt uit:

Cijfer	Mate van tevredenheid	Mate van Loyaliteit
5	Volledig tevreden	Volledig eens
4	Tevreden	Mee eens
3	Neutraal	Neutraal
2	Ontevreden	Niet mee eens
1	Zeer ontevreden	Helemaal niet mee eens

Inhoud vragenlijst

In een artikel over klantloyaliteit (Jones & Sasser, 1995) wordt gesproken over vier elementen die klanttevredenheid beïnvloeden:

- Klanten verwachten bepaalde basiselementen van producten of diensten die door alle concurrenten worden aangeboden.
- Ondersteunende diensten die producten of diensten aantrekkelijker en gebruiksvriendelijker maken, zoals het assisteren van klanten bij het bestellen.
- Een herstelproces in geval van slechte ervaringen van de klant (zoals klachtafhandeling).
- Buitengewone producten en diensten die inspelen op persoonlijke voorkeuren en waarden van de klant, of die gevoelsmatig hun probleem lijken op te lossen.

In een artikel over klantloyaliteit (Jones & Sasser, 1995) wordt daarnaast gesproken over drie voornaamste categorieën die klantloyaliteit meetbaar maken:

- De vraag of men de intentie heeft tot herhaalaankopen van producten of diensten
- Informatie over het primaire gedrag over herhalingsaankopen. Dit wordt gemeten aan de hand van vijf categorieën: recentheid, frequentie, hoeveelheid, retentie en levensduur.
- Informatie over het secundaire gedrag. Hiermee worden doorverwijzingen, aanbevelingen en het delen van klantervaringen bedoeld.

De vragenlijst uit de enquête zal gebaseerd zijn op drie dimensies, namelijk klanttevredenheid, klantloyaliteit en ontwikkelingen in de markt. Om tot de juiste klanttevredenheid en klantloyaliteit vragen te komen zal gebruik worden gemaakt van de uitgangspunten uit bovengenoemde theorie van Jones & Sasser (1995). Voor de vragen over de ontwikkelingen in de markt is gebruikt gemaakt van de input van deskresearch.

Respons verzamelen

Om tot de beoogde 323 respondenten te komen wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van digitale hulpmiddelen.

De enquête vragenlijst wordt opgemaakt met behulp van de enquête software van 'Survio'. Met behulp van de software 'MailChimp' zal de enquête ook worden verstuurd aan de respondenten.

Voor het versturen van de enquête aan de huidige klanten zal gebruik worden gemaakt van het bestaande e-mail adressen bestand van Van Keeken. Totaal gaat het om circa 2000 e-mailadressen, welke normaliter worden gebruikt voor het versturen van nieuwsbrieven vanuit het bedrijf. De enquête zal eenmalig aan alle e-mailadressen in de lijst worden verstuurd. Indien het gewenste aantal respondenten na een week nog niet gehaald is zal, eenmalig een herinnering worden verstuurd.

Naast het versturen van enquêtes via e-mail zullen door de onderzoeker ook in de winkel enquêtes worden afgenomen bij de bezoekers, met behulp van een tablet waarop de vragenlijst digitaal kan worden ingevuld en verzonden.

Indien bepaalde antwoorden meer diepgang nodig hebben, zal door middel van telefonische interview gezocht worden met betreffende respondent. Dit wordt gedaan wanneer meerdere respondenten een 1 (zeer ontevreden of helemaal niet mee eens) of 2 (ontevreden of niet mee eens) als antwoord wordt gegeven bij klanttevredenheid of klantloyaliteit vragen. Het doel hiervan is om goed inzicht te krijgen in waarom men niet tevreden of loyaal is. De telefonische gesprekken worden opgenomen, met als doel om geen informatie verloren te laten gaan. Telefoonnummers worden verkregen door middel van een vraag in de enquête.

Dataverzameling

Op basis van de antwoorden van de respondenten zal een databestand worden aangemaakt. Dit data bestand vormt de basis voor de data analyse. Het doel van de data analyse is om inzicht te krijgen in de trends en de verbanden tussen verschillende antwoorden.

Meetinstrumenten

In het kader van het onderzoek zal gebruik worden gemaakt van de volgende meetinstrumenten:

Meetinstrument	Toepassing
Documenten analyse	Intern + extern deskresearch
E-mail vragenlijst	Per e-mail versturen naar circa 2000 e-mailadressen
Tablet vragenlijst	Face-to-face afnemen bij winkelbezoekers
Telefonische interviews	Respondenten die 1 of 2 beantwoord hebben
Face-to-face interviews	Met de twee eigenaren van Van Keeken

3.4 Betrouwbaarheid

Deskresearch

Voor de interne analyse van Van Keeken is er zoveel mogelijk gebruik maken van bronnen die zijn aangeleverd en gecontroleerd door de eigenaren. De gebruikte financiële cijfers zijn bovendien goedgekeurd door de accountant.

Voor de externe analyse is er zoveel mogelijk gebruik maken van bronnen van professionele en erkende organisaties en auteurs. Verder wordt uitsluitend gebruik gemaakt van wetenschappelijke literatuur voor wat betreft het theoretisch kader.

Fieldresearch

De enquête zijn door de onderzoeker (Bram Tigchelaar) zelf uitgevoerd en heeft een betrouwbaarheidspercentage van 95%, waardoor de resultaten die hieruit voortvloeien als nauwkeurig kunnen worden beschouwd. Ook worden de procedures zorgvuldig gevolgd, zodat de resultaten zo betrouwbaar mogelijk zijn.

3.5 Validiteit

Deskresearch

Bij het zoeken naar en het beschouwen van al het bronmateriaal is steeds de mate van relevantie geïnterpreteerd. Informatie die niet relevant is voor het onderzoek is buiten beschouwing gelaten.

Fieldresearch

Door de vragenlijsten te baseren op de uitgangspunten uit de theorie van Thomas Jones en Earl Sasser. (1995), worden de juiste variabelen gemeten qua klanttevredenheid en loyaliteit. Hierdoor is er sprake van valide onderzoeksresultaten

4 Resultaten

In dit hoofdstuk staan de resultaten van het onderzoek beschreven. Voor beantwoording voor deelvraag 2, 3 en 4 is er fieldresearch uitgevoerd. Deze fieldresearch bestond uit enquêtes en telefonische interviews wanneer er meer informatie benodigd was. In de eerste paragraaf staat de respons beschreven van de uitgevoerde onderzoeken. In paragraaf 4.2, 4.3 en 4.4 staan de resultaten van de deelvragen en in 4.5 staat de beantwoording van de hypotheses.

4.1 Respons

In dit paragraaf staat de respons beschreven van de enquête en de telefonische interviews.

4.1.1 Respons enquête

In totaal is de enquête 407 keer ingevuld. Om een betrouwbaarheidsniveau te behalen van 95% moesten er 323 aantal enquêtes ingevuld worden. In totaal zijn er dus meer enquêtes ingevuld, dit houdt in dat het betrouwbaarheidsniveau van 95% behaald is. Via MailChimp (e-mail programma) zijn in totaal 1997 enquêtes verstuurd (bijlage 3), hierdoor is het niet nodig geweest om te enquêteren in de winkel.

Van de ingevulde enquêtes is dit gedaan door 57 mannen en 350 vrouwen (bijlage 2.21). De leeftijd van de respondenten valt in de volgende categorieën (bijlage 2.22):

- | | |
|---------------------|------------------------|
| • 20 jaar of jonger | 0 respondenten (0%) |
| • 21 t/m 30 jaar | 15 respondenten (4%) |
| • 31 t/m 40 jaar | 24 respondenten (6%) |
| • 41 t/m 50 jaar | 72 respondenten (18%) |
| • 51 t/m 60 jaar | 147 respondenten (36%) |
| • 61 jaar of ouder | 149 respondenten (36%) |

Ook het merendeel (83%) van de ingevulde enquêtes is gedaan door respondenten die woonachtig zijn in de gemeente Bodegraven en Reeuwijk (bijlage 2.23). De respondenten sluiten goed aan bij de doelgroep van Van Keeken (mannen en vrouwen van 40 jaar en ouder die woonachtig zijn in de gemeente Bodegraven Reeuwijk).

4.1.2 Respons telefonische interview

In totaal zijn er 12 telefonische interviews afgenomen. De resultaten van de interviews zijn uitgeschreven in verbatims, deze verbatims zijn terug te vinden in bijlage 4. Om het overzichtelijk te maken zijn de verbatims ook verwerkt in analyseschema's deze zijn te vinden in bijlage 6. De interviews zijn afgenomen aan de hand van input uit de enquête. Indien bepaalde antwoorden meer diepgang nodig hadden zijn er telefonische interviews afgelegd met de respondent. Dit is gedaan bij vragen waarop respondenten antwoorden met "zeer ontevreden of helemaal niet mee eens. Niet elke respondent heeft een telefoonnummer achter gelaten dus het was niet mogelijk om elke respondent te bellen, daarom is er in sommige gevallen gekozen om respondenten te bellen die ook "ontevreden of niet mee eens" antwoorden.

4.2 Welke factoren zijn bepalend in de klantvriendelijkheid van huidige klanten?

De klanttevredenheid is gemeten op basis van de vier factoren uit de theorie van Jones & Sasser (1995), namelijk basiselementen, ondersteunende diensten, herstelproces en buitengewone producten en diensten. Per factor staan de gevonden resultaten beschreven en de score van tevredenheid. Deze score is ook gebaseerd op de theorie van Jones & Sasser (1995). Score van 5 staat voor volledig tevreden, 3-4 tevreden en een score van 1-2 staat voor ontevreden. Indien bepaalde antwoorden meer diepgang nodig hadden is er telefonisch een interview afgelegd met de respondent. Dit is gedaan wanneer er op bepaalde antwoorden opvallend veel “zeer ontevreden” of “ontevreden” werd gegeven. Uit de resultaten van deze interviews is duidelijk geworden waarom respondenten ontevreden zijn en hoe dit verbeterd dient te worden.

4.2.1 Basiselementen

De basiselementen die zijn onderzocht in de enquête waren assortiment en prijs (bijlage 2.1). De gemiddelde score van tevredenheid die respondenten over deze basiselementen gaven was een 4, wat staat voor tevreden.

Opvallend was wel dat 10% van de respondenten (40) ontevreden antwoorden op de vraag of het assortiment aansluit op de wensen van de respondent. Hiervoor is contact opgenomen met zes respondenten.

De respondenten die telefonisch benaderd zijn voor een interview gaven aan dat het assortiment meer divers mocht zijn en frisser. Hiermee wordt bedoeld dat het assortiment qua merken meer diversiteit mag hebben en meer hippere schoenen voor dames. Het volgende vertelde een respondent (7) over het assortiment:

“Geen mooie collectie mag hipper en meer voor dames van 60, meer aanbod, jonger en pittiger”.

Ook gaf een respondent (2) aan dat er merken verdwenen zijn uit het assortiment die voorheen wel verkocht werden bij Van Keeken. Twee respondenten (2 en 3) gaven aan meer diversiteit te willen zien in de merken Rieker en Gabor.

4.2.2 Ondersteunende diensten

De ondersteunende diensten die zijn onderzocht zijn de website, personeel en de winkel.

Website

Een van de ondersteunende diensten die is onderzocht is website, de resultaten zijn terug te vinden in bijlage 2.2. Bij dit onderdeel is de navigatie, sfeer, informatie voorzieningen, contactmogelijkheden en inspiratie bevraagd. De gemiddelde score die respondenten hier gaven was 3, wat staat voor tevreden.

Echter was hier opvallend dat 2% van de respondenten (11) zeer ontevreden en 5% (20) ontevreden te zijn over de inspiratie op de website. Om inzicht te verkrijgen wat hier de oorzaak van is zijn 4 respondenten hier over telefonisch geïnterviewd.

Duidelijk werd uit de antwoorden van de respondenten (1, 4 en 5) dat deze ontevreden zijn over de inspiratie op de website doordat de collectie op de website niet in de winkel te vinden is. Ook geeft een respondent aan dat de uitstraling van de schoenen wat vlotter mag. Respondenten geven aan dit verbeterd te willen zien door de collectie op de website up-to-date te houden en dit eventueel te communiceren via e-mail.

Personeel

Het volgende ondersteunende dienst die is onderzocht is het personeel van Van Keeken, resultaten van deze vraag zijn te vinden in bijlage 2.3. Over het personeel waren de respondenten erg tevreden. 65% van de respondenten gaf zelfs aan zeer tevreden te zijn over de bereidheid van het personeel om te helpen tijdens een bezoek. De gemiddelde score van het personeel is ook een 5, wat staat voor volledig tevreden.

In deze ondersteunende dienst zijn geen opvallende resultaten naar voren gekomen en er was geen extra informatie benodigd, hierdoor zijn er geen telefonische interviews afgenomen.

Winkel

Het laatste onderdeel van de ondersteunende diensten is de winkel, resultaten zijn te vinden in bijlage 2.4. De winkel kreeg een tevredenheidsscore van 4, wat staat voor tevreden. Opvallend is wel dat de respondenten over de aankleding van de winkel ontevreden (3%) en zeer ontevreden (1%) antwoorden. Om de achterliggende gedachten hier in beeld te krijgen is er telefonische contact met 4 respondenten geweest.

Van de geïnterviewde respondenten gaven twee respondenten (6 en 8) aan liever een rustige plek te hebben voor het passen van schoenen. Wanneer er een rustig hoekje gecreëerd wordt met wat meer privacy dan kan dit probleem opgelost worden. Een andere respondent (7) gaf aan dat tijdens de sale alles wat netter gepresenteerd mag worden voor meer overzicht. Ook gaf een respondent aan de winkel niet modern te vinden en maakte hierbij een vergelijking met andere schoenenwinkels, dit kan opgelost worden door de inrichting te moderniseren.

4.2.3 Het herstelproces

Bij het herstelproces is gevraagd naar het retourproces, klachtafhandeling en op maat advies. De resultaten van deze vraag zijn te vinden in bijlage 2.5. De gemiddelde score die de respondenten bij dit onderdeel gaven was een 4, wat staat voor tevreden. Op de vraag hoe de respondenten "op maat advies" beoordeelde, gaf het merendeel (54%) aan zelfs volledig tevreden te zijn. Opvallend is dat 39% van de respondenten neutraal is over het retourproces en 32% neutraal te zijn over de klachtafhandeling. Reden hiervan zou kunnen zijn dat de respondenten hier geen ervaring hebben met het retourproces en de klachtafhandeling.

In het herstelproces gaven weinig respondenten aan ontevreden of zeer ontevreden te zijn, hierdoor is geen extra diepgang benodigd voor dit onderdeel.

4.2.4 Buitengewone producten en diensten

Bij buitengewone producten en diensten is er gekeken naar de tevredenheid over de openingstijden en de extra koopavonden van Van Keeken.

Openingstijden

De resultaten van deze vraag is te vinden in bijlage 2.6. Over de openingstijden gaf 53% volledig tevreden te zijn en 44% tevreden. Ook gaven de respondenten aan volledig tevreden te zijn over de sluitingstijden, 52% volledig tevreden en 45% tevreden. Echter is de gemiddelde tevredenheidsscore 4, dit heeft te maken met de openingsdagen. 12 respondenten (3%) gaven aan ontevreden en 5 respondenten (1%) zeer ontevreden te zijn over de dagen waarop de winkel geopend is. Ondanks dat dit door weinig respondenten is geantwoord, zijn er alsnog vier respondenten telefonische geïnterviewd.

Uit de telefonische interviews is een duidelijk verbeterpunt in beeld gekomen, namelijk de winkel openen op zondag. Alle vier de respondenten gaven aan het een gemis en jammer te vinden dat de

winkel niet geopend is op zondag. Een respondent (4) zei zelfs het een gemiste kans te vinden voor Van Keeken:

“Ik winkel vaak op zondag en dan is Van Keeken dicht, echt een gemiste kans”.

Extra koopavonden

Tweede onderwerp van buitengewone producten en diensten die behandeld is in de enquête was “extra koopavonden” en “aanbiedingen tijdens koopavonden”, de resultaten zijn te vinden in bijlage 2.7. Dit onderdeel werd beoordeeld met een tevredenheidsscore van 4, wat staat voor tevreden. Van alle respondenten gaf 34% aan volledig tevreden te zijn en 46% tevreden over de extra koopavonden. 19% van de respondenten gaf aan neutraal te zijn over de extra koopavonden en 1% ontevreden.

Op de vraag hoe tevreden de respondenten zijn over de aanbiedingen tijdens de koopavonden gaf 33% volledig tevreden, 43% tevreden, 23% neutraal en 1% ontevreden. Omdat op deze vragen weinig met ontevreden of zeer ontevreden is geantwoord is, is er geen telefonische contact gezocht met de respondenten.

4.3 Hoe kan klantloyaliteit voor huidige en toekomstige klanten worden beïnvloed?

Een andere onderwerp die centraal stond in de enquête was klantloyaliteit. De klantloyaliteit is gemeten aan de hand van de volgende factoren: intentie tot herhaal aankoop, primaire gedrag over herhalingsaankopen en secundaire gedrag. Volgens de theorie van Jones & Sasser (1995) dient klantloyaliteit gemeten te worden aan de hand van deze factoren. Hieronder staat per factor de gevonden resultaten. Ook bij de vragen met eens en oneens is er een loyaliteit score gegeven. Volgens de theorie van Jones en Sasser (1995) kan zo de mate van loyaliteit bepaald worden.

4.3.1 Intentie tot herhaalaankoop

Om de intentie tot herhaalaankoop te bepalen is gevraagd aan de respondenten of ze nogmaals een bezoek en aankoop zouden doen bij Van Keeken, resultaten zijn terug te vinden in bijlage 2.8. Van de respondenten gaf het merendeel (53%) aan eens te zijn, 34% hiervan gaf helemaal mee eens te zijn en 9% neutraal. Echter gaf 3% (12 respondenten) aan hier niet mee eens te zijn en 1% (2 respondenten) helemaal niet mee eens. Uiteindelijk kwam het cijfer van mate van loyaliteit op een 4.

Om verduidelijking te krijgen waarom de respondenten niet mee eens of helemaal niet mee eens antwoorden, is contact op gezocht met vijf respondenten. Van deze vijf respondenten gaven respondenten de volgende redenen aan:

- Assortiment niet aantrekkelijk te vinden(1)
- Niet op zondag geopend (10 & 11)
- De schoenen te duur te vinden (12)

Een respondent (5) had dit bij deze vraag het verkeerde antwoord ingevuld. De respondent gaf aan in de toekomst een bezoek te brengen aan Van Keeken voor het kopen van nieuwe schoenen. Verbeterpunten voor dit onderdeel gaven de respondenten aan graag meer diversiteit in het aanbod en graag te zien dat de winkel op zondag geopend is.

4.3.2 Primaire gedrag over herhalingsaankopen

Bij het onderwerp “primaire gedrag over herhalingsaankopen” is gekeken naar de recentheid, frequentie, hoeveelheid, retentie en levensduur. In dit onderdeel is niet gekeken naar de score omdat dit niet van toepassing is.

Op de vraag (bijlage 2.9): Hoe vaak bent u afgelopen jaar in de winkel van Van Keeken geweest? Antwoorden het merendeel (45%) van de respondenten met 3 of 4 keer, 32% van de respondenten antwoorden met 5 keer of meer en 18% antwoorden 2 keer. 19 respondenten (5%) antwoorden 1 keer en 1 respondent gaf aan dat hij afgelopen jaar niet geweest is in de winkel van Van Keeken.

Ook stond er een vraag (bijlage 2.10) in de enquête wanneer de respondent voor het laatst in de winkel van Van Keeken is geweest. 18 respondenten (4%) antwoorden dat ze deze week nog zijn geweest. 128 respondenten (31%) antwoorden met een week geleden, het merendeel van de respondenten (48%) antwoorden met een maand geleden. 51 respondenten (13%) antwoorden deze vraag met een half jaar geleden. De overige respondenten (3%) antwoorden de vraag met langer dan een half jaar geleden.

Een andere vraag die gesteld werd in de enquête (bijlage 2.11) was hoe vaak de respondenten dit jaar schoenen hadden gekocht bij Van Keeken. 57 respondenten (14%) antwoorden met 1 keer, de helft (50%) van de respondenten beantwoorde deze vraag met 2 keer. 91 respondenten (22%) gaven aan 3 of 4 keer schoenen gekocht te hebben dit jaar. 9% antwoorden 5 of meer op deze vraag.

Op de vraag wanneer de respondenten voor het laatst schoenen gekocht hadden (bijlage 2.12), antwoorden 14 respondenten (3%), 37 respondenten (9%) een week geleden, 139 respondenten (34%) een maand geleden en 141 respondenten (35%) een half jaar geleden. De overige respondenten (5%) beantwoorde de vraag met langer dan een jaar geleden.

4.3.3 Secundaire gedrag

Het laatste onderdeel van klantloyaliteit dat centraal stond in de enquête was het secundaire gedrag. Met het secundaire gedrag worden doorverwijzingen, aanbevelingen en het delen van klantervaringen bedoeld. Om dit inzichtelijk te maken zijn enkele vragen opgesteld en voorgelegd aan de respondenten. De resultaten staan hieronder. De respondenten moesten de mate van eens zijn invullen, hierdoor is er ook weer een loyaliteit score gegeven per onderdeel.

Allereerst is aan de respondenten gevraagd (2.13) of ze positief spreken over Van Keeken tegen vrienden, collega's en kennissen. De respondenten gaven aan erg positief te zijn, maar liefst 56% van de respondenten gaf aan hier volledig mee eens te zijn. 30% zei hier eens mee te zijn, 13% neutraal en 1% niet mee eens. Een keuze voor de respondenten was ook nog helemaal niet mee eens deze werd 0 keer benoemd. Als we kijken naar de resultaten van deze vraag krijgt Van Keeken een loyaliteit score van 4, dit houdt in dat respondenten loyaal zijn.

De tweede vraag die de respondent werd gesteld was: ik zou Van Keeken aanbevelen aan vrienden, collega's en kennissen (bijlage 2.14). Ook hier waren de respondenten erg positief over. Het merendeel (57%) van de respondenten gaf aan volledig eens te zijn. 30% van de respondenten gaf aan eens te zijn en 11% daarentegen neutraal. Slechts 2% was hier niet mee eens en helemaal niet mee eens werd door geen één respondent genoemd. Ook bij deze vraag is gekeken naar de loyaliteit score en deze kwam uit op een 4, dit houdt in dat de respondenten loyaal zijn.

De laatste vraag van het onderdeel secundaire gedrag die werd gesteld aan de respondenten was: ik zou Van Keeken aanbevelen via sociale media (bijlage 2.15). Hier waren de respondenten minder positief. Van alle respondenten gaf 22% aan volledig eens te zijn, 19% eens en 45% neutraal. 6% van de respondenten gaf aan niet mee eens te zijn en 8% helemaal niet mee eens. Bij deze vraag is ook weer gekeken naar de loyaliteit score. De gemiddelde score die Van Keeken krijgt van de respondenten is een 3, wat staat voor loyaal.

In vergelijking met de antwoorden van vorige vragen valt wel op dat Van Keeken een lagere loyaliteit score krijgt. Om de reden hierachter te vinden zijn er zes respondenten telefonische benaderd voor een telefonische interview. Dit is gedaan om inzichtelijk te maken waarom respondenten antwoorden met niet mee eens en helemaal niet mee eens.

De reden van “niet eens of helemaal niet eens” zijn is dat de respondenten (respondenten 1, 4, 7, 8, 11 en 12) geen gebruik maakt van sociale media of er geen behoefte aan te hebben. Op dit onderwerp zijn geen verbeterpunten benoemd.

4.4 Hoe kan Van Keeken nieuwe loyale klanten aantrekken door te kijken naar de ontwikkelingen in de schoenenbranche en omgeving.

Om antwoord te geven op bovenstaande deelvraag is doormiddel van deskresearch de ontwikkelingen in de schoenenbranche en omgeving van Van Keeken in kaart gebracht. De volgende punten zijn opgevallen in de ontwikkelingen in de schoenenbranche:

- Veel leegstand in de winkelstraat waar Van Keeken gevestigd is
- Consumenten oriënteren zich online voor het kopen van schoenen
- Consumenten kopen online schoenen

Om meer duidelijkheid te krijgen hoe de doelgroep van Van Keeken hier tegen over staat zijn over de onderwerpen ook vragen opgesteld in de enquête. Over de leegstand in de winkelstraat is geen vraag opgesteld omdat bij ondersteunende diensten, onderdeel over klanttevredenheid, naar de tevredenheid over de locatie van de winkel is gevraagd (bijlage 2.4). De resultaten hiervan zijn te vinden in paragraaf 4.2.2.

Online oriënteren

Uit deskresearch (1.3 Probleemanalyse, cijfers E-commerce) blijkt dat van alle Nederlandse consumenten 40% zich online oriënteert voor een aankoop van schoenen. Om duidelijkheid te krijgen over hoe de klanten van Van Keeken hier tegen over staan is in de enquête de volgende vraag gesteld: Oriënteert u zich wel eens online van het kopen van Schoenen? Hierop gaf het merendeel (81%) van de respondenten aan dit te doen. Daarentegen gaf 19% aan dit niet te doen. De resultaten van deze vraag zijn te vinden in bijlage 2.16.

Om inzichtelijk te maken of respondenten zich ook online zouden oriënteren bij van Keeken is de volgende vraag gesteld: Zou u zich online oriënteren voor het kopen van schoenen via de website van Van Keeken? Op deze vraag gaf het merendeel (57%) van de respondenten aan dit misschien te doen. 127 respondenten (31%) gaven aan die wel te doen en 50 respondenten (12%) niet.

Opvallend hier is dat respondenten wel aangeven online te oriënteren voor het kopen van schoenen, maar op de vraag of ze dit ook bij Van Keeken zouden doen antwoorden met ja of misschien. Om meer inzicht te krijgen in deze antwoorden zijn er acht respondenten telefonische benaderd voor een interview. Vier respondenten die bij vraag 16 met ja antwoorde en bij vraag 17 misschien en vier respondenten die bij vraag 16 met ja antwoorden en bij vraag 17 met nee.

De respondenten die zich wel oriënteren voor het kopen van schoenen en misschien of niet op de website van Van Keeken gaven in het telefonische interview het volgende aan: dat ze niet verwachten geïnspireerd te raken door het assortiment van Van Keeken. Ook verwachten ze Van Keeken niet te gebruiken voor het oriënteren van nieuwe schoenen. Wederom gaf een respondent (1) aan dat de collectie niet klopt en dat ze daarom geen gebruik zou maken van de website. Wel gaven enkele respondenten (1, 4 en 6) dit handig te vinden wanneer de nieuwe collectie op de website staat en dit gecommuniceerd wordt.

Online aankopen

Ook is duidelijk geworden door deskresearch (1.3 Probleemanalyse, cijfers E-commerce) dat het internetverkoop van schoenen de laatste jaren sterk is gegroeid en behoren schoenen zelfs tot de producten die online de grootste groei kent. Om erachter te komen hoe de klanten van Van Keeken hier tegen aan kijken is er in de enquête de volgende vraag gesteld: Koopt u wel eens schoenen online? Het merendeel (75%) van de respondenten gaf aan dit te doen. 26% van de respondenten zei dit niet te doen. De resultaten zijn terug te vinden in bijlage 2.18.

Naast bovenstaande vragen is er ook een vraag toegevoegd in de enquête om duidelijkheid te krijgen of de klanten ook bij Van Keeken online schoenen zou kopen. De volgende vraag is daarom gesteld in de enquête: Zou u ook schoenen van Van Keeken online kopen? Hierop gaf het merendeel (59%) van de respondenten aan dit niet te doen. 15% gaf aan dit wel te doen en 26% antwoorde met misschien.

Om dat bovenstaande vragen meer duidelijkheid nodig hadden zijn er acht telefonische interviews gehouden met respondenten die aangeven wel schoenen online te kopen maar misschien of niet bij Van Keeken.

De respondenten die met misschien antwoorden en gaven als reden:

- Als het mogelijk is en goed werkt
- Als er toevallig een schoen op staat die ik zou willen kopen
- Maakt mij niet uit waar ik me schoenen koop

De respondenten die aangaven dat ze online schoenen kopen maar dit niet bij Van Keeken zouden doen, gaven aan dat ze liever in de winkel schoenen kochten. De respondenten vonden het makkelijker om gewoon in de winkel schoenen te kopen, omdat ze direct de schoenen kunnen passen (3, 6 en 7). Een respondent (12) gaf aan het belangrijk te vinden dat de maat klopt en omdat het bij Van Keeken om "prijszige" schoenen gaat het liever in de winkel te kopen.

4.5 Aannemen of verwerpen hypotheses

Aan de hand van de gekozen theorie in het theoretische kader zijn er drie hypotheses gesteld bij dit onderzoek. In deze paragraaf worden deze hypotheses aangenomen of verworpen.

Hypothese 1: *Als een organisatie de klanttevredenheid verbetert, dan worden consumenten volledig tevreden.*

Deze hypothese kan aangenomen worden. In de enquête zijn klanttevredenheid vragen gesteld. Op deze vragen hebben de respondenten de mate van tevredenheid gegeven. Wanneer een respondent aangaf ergens ontevreden over te zijn, is met desbetreffende respondent telefonisch contact op gezocht. In dit telefonisch contact is gevraagd naar de reden en verbeterpunten. Hierdoor is inzichtelijk gemaakt waar de klanten van Van Keeken ontevreden over zijn en hoe dit verbetert kan worden.

Wanneer de organisatie de punten waarover de klanten ontevreden zijn verbetert, aan de hand van de gegeven verbeterpunten. Zal de mate van tevredenheid verbeteren en zullen de ontevreden klanten naar tevreden klanten gaan.

Hypothese 2: *Als een consument volledig tevreden is, is de consument ook loyaal aan de organisatie.*

Deze hypothese wordt ook aangenomen. In de enquête is er een vraag (vraag 8) gesteld of de klant binnenkort nogmaals een bezoek zou brengen aan Van Keeken. De respondenten die hier met nee op antwoorden zijn terug gebeld om de achterliggende gedachten te achterhalen. Uit de antwoorden van deze respondenten is gebleken dat zij niet tevreden zijn over bepaalde punten in de organisatie, namelijk assortiment en dagen waarop geopend. Dit zijn ook punten die naar voren zijn gekomen in het tevredenheidsdeel. Respondenten gaven aan wanneer deze punten verbeterd zouden worden, zei tevreden zouden zijn en ook terug zouden komen voor een bezoek aan Van Keeken.

Hierdoor kan wel gesteld worden dat wanneer de consumenten volledig tevreden zijn, zij ook loyaal zijn aan de organisatie.

Hypothese 3: *Het is haalbaar om de klanttevredenheid en klantloyaliteit op zo'n manier te managen dat klanten apostelen worden, ofwel een combinatie van zeer tevreden en zeer loyaal."*

Uit de resultaten van diverse antwoorden is een tevredenheidsscore en een loyaliteit score verkregen. Zo is inzichtelijk gemaakt hoe tevreden en loyaal de consumenten van Van Keeken zijn. Door middel van telefonische interview is inzichtelijk gemaakt wat de achterliggende gedachten hiervan zijn en hoe deze verbeterd dienen te worden. Als de organisatie deze punten verbetert zal het cijfer van klanttevredenheid en loyaliteit stijgen.

Ook deze hypothese is aangenomen. Het is inzichtelijk hoe de organisatie zijn klanttevredenheid kan verbeteren wat ook resulteert in meer klantloyaliteit.

5 Conclusie

In dit hoofdstuk worden conclusies getrokken uit de resultaten van vorig hoofdstuk, zodat de hoofdvraag van dit onderzoek beantwoord kan worden.

5.1 Klanttevredenheid

Uit de resultaten van het onderzoek kan geconcludeerd worden dat de respondenten tevreden zijn. Wel zijn er nog kansen om bepaalde elementen te verbeteren.

Van Keeken kan zijn basiselementen verbeteren door een divers en hipper assortiment te presenteren aan zijn klant. Door de verbeterpunten van de respondenten door te voeren kan geconcludeerd worden dat de consumenten meer tevreden zullen zijn.

Ook is er een mogelijkheid om de ondersteunende diensten van Van Keeken te verbeteren, met name de website en de winkel. Wanneer Van Keeken het actuele assortiment laat zien op de website die ook te koop is in de winkel, zal de consument hier meer tevreden over zijn. Momenteel zijn er enkele klanten van Van Keeken hier niet tevreden over. Verder geven er respondenten aan dat ze graag een rustig plekje in de winkel zouden willen hebben. Wanneer Van Keeken dit toepast in de winkel zal dit de klant ook meer tevreden maken.

Verder is het ook mogelijk om de buitengewone diensten van Van Keeken te verbeteren. Uit het onderzoek blijkt dat consumenten het een gemis vinden dat Van Keeken niet open is op zondag. Wanneer Van Keeken ook open is op zondag zal dit de klant meer tevreden maken.

Door middel van de antwoorden van de enquête kan er een tevredenheidsscore gegeven worden aan Van Keeken. Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat de consumenten Van Keeken een gemiddelde tevredenheidsscore geven een 4. Kijkend naar figuur 5.1, uit de theorie van Jones en Sasser (1995). Kan er bepaald worden op welk level van tevredenheid de consument zit.

Interpreting Levels of Satisfaction		
Response	Description	Loyalty
5	completely satisfied	very loyal
3-4	satisfied	easily switched to a competitor
1-2	dissatisfied	very disloyal

Kijkend naar bovenstaand figuur kan er geconcludeerd worden dat de klanten van Van Keeken tevreden zijn.

5.2 Klantloyaliteit

Ook blijkt uit de resultaten van het onderzoek dat de klanten van Van Keeken erg loyaal zijn. Dit kan geconcludeerd worden omdat maar één respondent aangaf dit jaar niet te zijn geweest bij Van Keeken. Ook gaven slechts enkele respondenten aan binnenkort niet terug te keren naar Van Keeken. Door middel van telefonische interview is inzichtelijk gemaakt wat hier de reden van is en hoe dit verbeterd kan worden, namelijk het assortiment divers maken en de winkel te openen op zondag. Opvallend is dat deze punten ook benoemd werden bij het onderwerp klanttevredenheid. Er kan dus wel gezegd worden dat er een relatie is tussen klanttevredenheid en klantloyaliteit bij Van Keeken.

Daarnaast is ook gekeken naar de primaire gedrag over herhalingsaankopen. Hier kan geconcludeerd worden dat de meeste klanten 3 tot 4 keer per jaar in de winkel van Van Keeken komen, gemiddeld koopt de consument dan 2 keer per jaar schoenen. Hieruit blijkt dat niet elke keer wanneer er een consument een bezoek brengt aan Van Keeken deze ook werkelijk een aankoop doet.

Het laatste onderdeel van de klantloyaliteit is secundaire gedrag. Uit deze gegevens blijkt dat de klanten van Van Keeken positief spreken over Van Keeken tegen collega's, familie en kennissen. Ook zouden deze consumenten Van Keeken aanraden bij collega's, familie en kennissen. Echter zouden de klanten van Van Keeken, Van Keeken niet aanbevelen via de sociale media, omdat deze klanten geen gebruik maken van sociale media en hier ook geen behoefte aan hebben.

Ook kan er door middel van de antwoorden uit de enquête een loyaliteit score gegeven worden aan Van Keeken, kijkend naar de resultaten beoordelen de consumenten Van Keeken met een 4. Kijkend naar figuur 5.2, zijn de consumenten volgens de theorie van Jones & Sasser loyaal.

5.3 Ontwikkelingen in de schoenenbranche

De laatste conclusie die we kunnen trekken op basis van de resultaten uit vorige hoofdstuk en uitgevoerde deskresearch gaat over de ontwikkelingen in de schoenenbranche. Hieruit kunnen we concluderen dat de Nederlandse consument steeds vaker online oriënteert voor het kopen van schoenen, daarnaast zien we dit ook terug bij de klanten van Van Keeken. Ook deze klanten gaven in het onderzoek aan online te oriënteren voor het kopen van nieuwe schoenen. Het merendeel zou dit ook zelfs ook doen op de website van Van Keeken. Hieruit kunnen we concluderen dat hier een kans ligt voor Van Keeken. Wel dient de website up-to-date te zijn.

Naast het oriënteren van nieuwe schoenen online, koopt de consument ook steeds vaker schoenen online. Uit de resultaten blijkt ook dat de klanten van Van Keeken wel eens schoenen online koopt. Wel verwachten de meeste klanten dit niet te doen via de website Van Keeken. Hieruit kunnen we concluderen dat hier op dit moment nog geen kansen liggen voor Van Keeken.

5.4 Eindconclusie

Het is nu duidelijk hoe tevreden en loyaal de klanten van Van Keeken zijn. Ook is duidelijk waar nog bepaalde knelpunten zitten en hoe deze verbeterd kunnen worden zodat de consument nog meer tevreden en loyaler worden en blijven. Nu kan er antwoord worden gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek:

Hoe kan van Keeken Schoenen uit Bodegraven de terugloop in het aantal klanten voorkomen, door het vergroten van de klantloyaliteit van huidige- en toekomstige klanten?

Momenteel zijn de klanten van Van Keeken tevreden en loyaal, echter zijn er enkele knelpunten die verbeterd kunnen worden om de tevredenheid op een hoger niveau brengen wat ook weer leidt tot loyalere klanten. In het onderzoek is ook duidelijk geworden dat er bij Van Keeken een verband is tussen klanttevredenheid en klantloyaliteit. Wanneer Van Keeken de klanttevredenheid verbetert zullen de klanten ook loyaler worden.

De knelpunten die Van Keeken dient te verbeteren zijn het assortiment (basiselementen), website (ondersteunende diensten), winkel (ondersteunende diensten) en openingsdagen (buitengewone diensten).

6 Aanbeveling

In dit hoofdstuk wordt advies gegeven aan van Van Keeken op basis van de getrokken conclusies uit vorig hoofdstuk. Deze aanbeveling wordt gedaan aan de hand van de theorie van Jones en Sasser (1995). In de theorie staat een stappenplan met stappen die je dient te nemen als je de weet op welk niveau van tevredenheid de consument zit.

6.1 Stappenplan volgens Jones en Sasser

Het is nu duidelijk voor van Van Keeken hoe tevreden en loyaal de klanten zijn. Volgens de onderzoekers Jones en Sasser (1995) dien je aan de hand van deze informatie bepaalde stappen te nemen. Deze stappen staan hieronder in figuur 6.1.

How to Decide What Actions to Take		
	Bulk of Responses	Strategic Response
Stage 1	2-3 (dissatisfied)	Deliver the basic product or service elements as expected of anyone in the industry
Stage 2	3-4 (neutral)	Provide an appropriate range of supporting services Develop proactive service recovery to make amends when something goes wrong
Stage 3	4-5 (satisfied)	Understand and achieve results in customers' terms

Kijkend naar bovenstaand figuur, de tevredenheid- en loyaliteit scores kan er geconcludeerd worden dat de klanten van Van Keeken tevreden zijn en dat Van Keeken zich bevindt in fase 3. De strategische stap die Van Keeken dient te zetten in deze fase is: inzicht verkrijgen in de klantbehoeftes en de relatie tussen klanttevredenheid en loyaliteit. Om duidelijk te maken welke stappen Van Keeken dient te nemen zijn hier vier aanbevelingen geformuleerd.

6.2 Aanbeveling 1: Luister naar de wensen van de klant

De eerste aanbeveling die de onderzoeker Van Keeken mee wilt geven is: luister naar de wensen van de klant. Er zijn momenteel enkele consumenten die niet tevreden zijn over het assortiment, met name over dat assortiment niet aansluit op hun wensen, waren de consumenten ontevreden. Van Keeken dient dit te verbeteren om ook deze klanten tevreden te maken. Dit kan Van Keeken doen door te luisteren naar de wensen van de klant. Van Keeken moet niet direct zijn assortiment gaan veranderen, dit kan er namelijk voor zorgen dat de consumenten die nu tevreden zijn ontevreden worden. Belangrijk is hier dat het duidelijk wordt voor Van Keeken welke merken en soort schoenen de consumenten missen.

6.3 Aanbeveling 2: Houdt website up-to-date en communiceer dit met consumenten

Op de website van Van Keeken worden momenteel schoenen getoond die niet terug te vinden zijn in de winkel, enkele consumenten zijn hier ontevreden over. Dit kan opgelost worden door het nieuwe assortiment up-to-date te houden. Van Keeken dient schoenen die niet meer te koop zijn in de winkel

van de website af te halen en nieuwe schoenen die wel te koop zijn in de winkel te plaatsen op de website. Dit kan door middel van e-mail gecommuniceerd worden met de consument.

6.4 Aanbeveling 3: Creëer een rustig plekje in de winkel

Ook is duidelijk geworden dat er consumenten ontevreden zijn over de aankleding van de winkel. Hiermee werd bedoeld dat sommige consumenten een rustig plekje in de winkel missen om schoenen te passen. Momenteel wordt er in het midden van de winkel gepast en dit vonden enkele respondenten niet prettig. Van Keeken kan deze knelpunt verbeteren door achter in de winkel in een hoek een rustig plekje te creëren.

6.5 Aanbeveling 4: Voer een pilot test uit op zondagen

De laatste aanbeveling die wordt gegeven aan de hand van de conclusies uit vorige hoofdstuk is: voer een pilot test uit op zondag van een half jaar. Daarmee wordt bedoeld dat Van Keeken een test moet doen of het aantrekkelijk is om op zondag haar deuren te openen voor het winkelende publiek.

Sinds augustus 2018 mogen winkels (detailhandel) in het centrum van Bodegraven geopend zijn op zondag van 12:00 tot 17:00 (Gemeentebld, 2018). Momenteel is de winkel van Van Keeken geopend van maandag t/m zaterdag. Uit het onderzoek is gebleken dat enkele consumenten van Van Keeken toch missen op zondag. Om deze klanten tevreden te maken zal Van Keeken zijn deuren openen op zondag voor het winkelende publiek. Om het inzichtelijk te maken of dit ook positief resultaat (winst) oplevert, kan Van Keeken een pilot test uitvoeren.

7 Implementatie

In dit hoofdstuk staat een plan beschreven hoe de aanbevelingen uit vorige hoofdstuk in de praktijk uitgevoerd dienen te worden. Per aanbeveling staat beschreven wat gedaan dient te worden, wie hier verantwoordelijk voor is en wat de bijkomende kosten zijn.

7.1 Aanbeveling 1: Luister naar de wensen van de klant:

Wat: Er moet duidelijk worden wat voor soort schoenen de klanten wensen. Om dit inzichtelijk te maken wordt geadviseerd om ten alle tijden in de winkel te luisteren naar de klant en dit te evalueren met alle personeelsleden aan het einde van de dag.

Daarnaast wordt geadviseerd om met vijf klanten een testpanel te creëren. Een testpanel zal twee keer per jaar gehouden moeten worden, voordat er ingekocht wordt. Tijdens deze testpanelsessie zal er de klant diverse nieuwe modellen voorgeschoteld worden. Doormiddel van zo'n testpanelsessie wordt inzichtelijk welke soort schoenen en welke merken de consument graag koopt. Hiermee kan dan rekening gehouden worden met het inkopen van het nieuwe seizoen.

Wie: Twee keer per jaar wordt er ingekocht door Roy Heuzen. Roy Heuzen zal daarom ook verantwoordelijk zijn voor deze testpanelavond. Roy Heuzen dient zelf aanwezig te zijn en deze avond te organiseren voor de klanten.

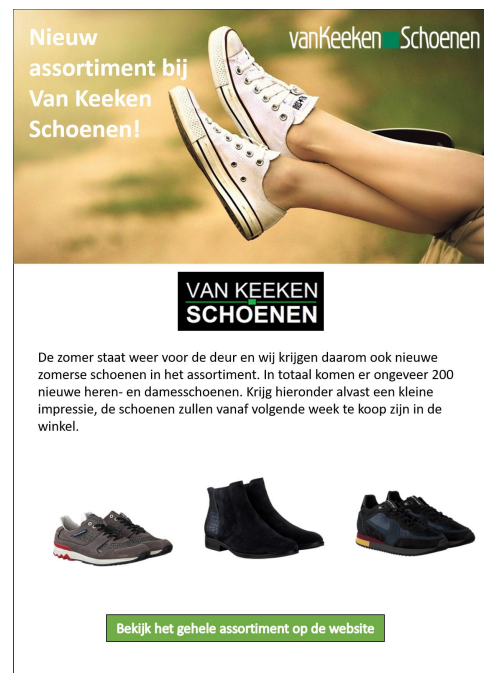
Kosten: Om het aantrekkelijk voor de klant te maken zullen er naast hapjes en drankjes ook tegoedbonnen worden vergeven t.w.v. 20 euro, deze kunnen de klanten besteden bij een volgende aankoop.

De kosten voor de waardebonnen komen op (5 x €20,-) € 100,-, de hapjes en drankjes worden geschat op ongeveer 20 euro. Er worden geen personeelskosten berekend, omdat mede-eigenaar Roy Heuzen zelf aanwezig is op de avond. In totaal komen de kosten neer op € 120,-

7.2 Aanbeveling 2: Houdt website up-to-date en communiceer dit met consumenten

Wat: De website van Van Keeken dient up-to-date te zijn. Momenteel staat er oud assortiment op de website van Van Keeken. Dit assortiment moet van de website gehaald worden en het nieuwe assortiment dient erop gezet worden met foto, naam, prijs en omschrijving. Ook dient de website bijgehouden te worden, als schoenen niet meer te koop zijn in de winkel dienen deze verwijderd te worden van de website. Bij nieuwe schoenen moeten deze worden toegevoegd worden aan de collectie op de website.

Daarnaast dient er met de klanten via e-mail gecommuniceerd te worden dat er nieuw assortiment is. In deze e-mail zal duidelijk worden voor de consument welke schoenen nieuw zijn in het assortiment. Deze mail kan verstuurd worden via het e-mailsysteem MailChimp. Zie in de afbeelding hiernaast een voorbeeld van een mail met het nieuwe assortiment, zie bijlage 8 voor grotere weergave.



Afbeelding 7.1: voorbeeld e-mail

Wie: Er zal een personeelslid aangesteld moeten worden voor het toevoegen en up-to-date houden voor de website. Deze persoon zal ook de e-mail versturen.

Kosten: Geschat wordt dat hier ongeveer 2 uur per week extra werkzaamheden gepland moeten worden. Volgens Roy Heuzen kunnen deze uren ingepland worden tijdens normale werkdagen. Er zal daarom geen extra uren ingezet hoeven worden.

7.3 Aanbeveling 3: Creëer een rustig plekje in de winkel

Wat: Er dient een rustig plekje gemaakt te worden in de winkel van Van Keeken, zodat klanten rustig schoenen kunnen passen en wat meer privacy hebben. Rechtsachter in de winkel is een plek waar dit gedaan kan worden, zie foto hieronder.



In de hoek waar momenteel een plant staat, kan een hoekje gecreëerd worden waar klanten rustig kunnen passen.

Wie: Roy Heuzen zal hier verantwoordelijk voor zijn en meubilair aan moeten schaffen die in stijl is met de huisstijl van Van Keeken.

Kosten: Voor het creëren van een rustig plekje zal meubilair aangeschaft moeten worden waar klanten rustig en comfortable kunnen passen. Geschat wordt dat de kosten van het meubilair ongeveer €500,- euro is.

7.4 Aanbeveling 4: Voer een pilot test uit op zondagen

Wat: Er zal een test uitgevoerd moeten worden of het aantrekkelijk is voor Van Keeken open te gaan op zondag. Geadviseerd wordt dit een half jaar te testen, van maart 2019 tot en met augustus 2019. Zo heeft Van Keeken genoeg tijd om zich hiervoor voor te bereiden. In deze voorbereidingen zal er personeel aangesteld moeten worden op zondag en gecommuniceerd moeten worden met de klanten dat Van Keeken open gaat op zondag. De winkels in Bodegraven zijn iedere zondag geopend van 12:00 tot 17:00. Van maart tot en met augustus staan in totaal 24 zondagen (Openingstijden.nl) gepland, dit is exclusief feestdagen. Op deze feestdagen dan mag de winkel niet geopend zijn.

Ook zal er gecommuniceerd moeten worden met de consumenten dat van Keeken geopend is op zondag. Geadviseerd wordt dit te doen via het gratis e-mail programma MailChimp, maar ook tweemaal een bericht te plaatsen op Rebonieuws, de lokale nieuwswebsite. Geadviseerd wordt dit via Rebonieuws te doen, omdat via MailChimp alleen de huidige klanten worden bereikt. Geadviseerd wordt dit te communiceren voor de periode dat Van Keeken open gaat en wanneer Van Keeken voor het eerst op zondag open gaat.

Wie: Geadviseerd wordt dit met huidig personeel te testen omdat het hier gaat om een pilot. Ook wordt geadviseerd in de winkel twee personeelsleden te hebben. Wel wordt geadviseerd om een extra personeelslid aan te nemen voor ongeveer 11 uur per week om de uren op te vangen van de personeelsleden die op zondag gaan werken.

Kosten: Het gemiddelde bruto maandsalaris van een verkoopmedewerker is geschat door middel van Loonwijzer (bijlage 9), op €2052,- per maand. Als terug wordt gerekend naar bruto uur loon komt dit neer op $((€2052 / 4) / 38) = €13,50$.

De openingstijden op zondag zijn van 12:00 tot 17:00, in totaal is de winkel vijf uur open. Voor het openen en afsluiten wordt een half uur gerekend. In totaal komt dit neer op vijf en een half uur en voor twee personeelsleden op 11 uur per dag. Per zondag komen de personeelskosten op: $11 \times €13,50 = €148,50$.

Als er getest wordt van maart tot en met augustus zou Van Keeken 24 zondagen open moeten, de kosten hiervan komen uit op: $€148,50 \times 24 = €3.564,-$. Na de periode zal er berekend moeten worden of dit het gewenste resultaat opgebracht heeft (winst).

Voor de communicatie kan er gratis een mail verstuurd worden naar de klanten van Van Keeken via MailChimp. Ook wordt geadviseerd dit te communiceren via Rebonieuws. Kosten van een nieuwsbericht via Rebonieuws is €59,- per bericht (Rebonieuws, 2019). Voor twee berichten komen de kosten neer op $(€59 \times 2) = €118,-$.

Literatuurlijst

ABN AMRO. (2017, 9 maart). Concurrentie noopt schoenenbranche tot vernieuwing. Geraadpleegd op 21 november 2018, van <https://insights.abnamro.nl/2017/03/concurrentie-noopt-schoenenbranche-tot-vernieuwing/>

Bureau Tromp. (z.d.). Kano model: wat is het en wat kun je er mee? Geraadpleegd op 22 december 2018, van <https://bureautromp.nl/kano-model/>

CBS. (2018, 14 september). Omzet detailhandel bijna 4 procent hoger in juli. Geraadpleegd op 2 december 2018, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/37/omzet-detailhandel-bijna-4-procent-hoger-in-juli>

Detailhandel.info. (z.d.). Schoenenzaken. Geraadpleegd op 2 december 2018, van <http://detailhandel.info/index.cfm/branches/kleding-sport/schoenenzaken/>

EURIB. (2011, 15 februari). Total Perceived Quality model van Grönroos. Geraadpleegd op 23 november 2018, van <https://www.eurib.net/gronroos-total-perceived-quality-model/>

Franz, A. (2012, 21 februari). The Apostle Model. Geraadpleegd op 19 november 2018, van http://customerthink.com/the_apostle_model/

Franz, A. (2013, 26 maart). CEM Toolbox: Apostle Model. Geraadpleegd op 20 november 2018, van <https://www.business2community.com/customer-experience/cem-toolbox-apostle-model-0447212>

GedragvandeConsument.nl. (z.d.). Wat is het elaboration likelihood model? Geraadpleegd op 22 november 2018, van <https://gedragvandeconsument.nl/consumentengedrag/elaboration-likelihood-model/>

Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing, Customer Management in Service Competition* (3e ed.). West Sussex, Verenigd Koninkrijk: John Wiley & Sons Ltd.

InfoNu. (2017, 27 oktober). Elaboration Likelihood Model (ELM). Geraadpleegd op 22 november 2018, van <https://mens-en-samenleving.infoanu.nl/psychologie/164015-elaboration-likelihood-model-elm.html>

Jones, T. O., & Sasser, W. E. (1995). 'Why Satisfied Customers Defect'. *Harvard Business Review*, , 88–99. Geraadpleegd van <https://hbr.org/1995/11/why-satisfied-customers-defect>

Kadaster. (2018a, 25 mei). KADASTER HELPT BODEGRAVEN IN STRIID TEGEN LEEGSTAND. Geraadpleegd op 8 december 2018, van <https://www.binnenlandsbestuur.nl/ruimte-en-milieu/kennispartners/kadaster/kadaster-helpt-bodegraven-in-strijd-tegen.9588315.lynkx>

Kadaster. (2018b, 3 september). Samenwerken in winkelgebieden [Presentatie]. Geraadpleegd op 4 december 2018, van <https://retailand.nl/app/uploads/2018/09/Presentatie-Bodegraven-Reeuwijk.pdf>

Kano, N. (1984). Attractive quality and must-be quality. *Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 14(2), 39–48.

Management Platform. (2014, 28 maart). SERVQUAL GAP-model. Geraadpleegd op 24 november 2018, van <http://managementplatform.nl/servqual-gap-model/28/03/2014>

Marketingportaal.nl. (z.d.). Elaboration likelihood model. Geraadpleegd op 24 november 2018, van <https://www.marketingportaal.nl/modellen-strategieen/elaboration-likelihood-model>

Marktdata.nl. (2018, 23 oktober). Bescheiden omzetplus schoenenwinkels. Geraadpleegd op 1 december 2018, van <https://www.marktdata.nl/nieuws/Bescheiden-omzetplus-schoenenwinkels>

McCarthy, D. G. (1997). *The Loyalty Link: How Loyal Employees Create Loyal Customers* (3e ed.). New Jersey, Verenigde Staten: John Wiley & Son.

NIBAA Institute. (2011, 15 februari). Perceived Service Quality Model. Geraadpleegd op 23 november 2018, van <http://www.nibaa.nl/branding/perceived-service-quality-model>

Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(33-44). Geraadpleegd van https://foster.uw.edu/wp-content/uploads/2016/07/12_Oliver_1999.pdf

Omroep West. (2018, 25 juli). Leegstand in Bodegraven zorgt voor problemen: 'Ik heb geen computer om dingen te bestellen'. Geraadpleegd op 21 november 2018, van <https://www.omroepwest.nl/nieuws/3495727/Leegstand-in-Bodegraven-zorgt-voor-problemen-Ik-heb-geen-computer-om-dingen-te-bestellen>

Onderzoekdoen.nl. (z.d.). Likert schaal. Geraadpleegd van <https://www.onderzoekdoen.nl/enquete-onderzoek/likert-schaal/>

Openingstijden.nl. (z.d.). Koopzondag in Bodegraven. Geraadpleegd op 15 januari 2019, van <https://www.openingstijden.nl/Zuid-Holland/Bodegraven/koopzondag/>

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1985). Problems and strategic in services marketing. *Journal of Marketing*, 49, 33–46. Geraadpleegd van <https://www.jstor.org/stable/1251563>

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York, Verenigde Staten: Springer Verlag.

Rebonieuws. (2019, 3 maart). Adverteren - Rebonieuws.nl. Geraadpleegd op 19 januari 2019, van <https://www.rebonieuws.nl/adverteren/>

Reichheld, F. (2001). *Loyalty Rules*. Brighton, United States: Harvard Business school publishing corporation.

Sigma. (2016, 22 juni). Kano-model. Geraadpleegd op 23 december 2018, van <https://www.sigmaonline.nl/2016/06/kano-model/>

Bijlage 1: Enquête

Enquête klanttevredenheid Van Keeken

Geachte Heer / Mevrouw,

Welkom bij het onderzoek van Van Keeken Schoenen Bodegraven! Dit onderzoek gaat uitsluitend over de klanttevredenheid van de schoenenwinkel Van Keeken in Bodegraven. De uitkomsten zullen in de toekomst worden gebruikt om de service te verbeteren. Hiervoor hebben wij natuurlijk uw beoordeling over Van Keeken nodig. Het invullen van deze enquête duurt ongeveer 5 min. De gegevens worden volledig anoniem verwerkt.

Onder de ingevulde enquêtes verloten we een waardcheque t.w.v. 50 euro die te besteden is in onze winkel. Vul aan het einde van de enquête uw telefoonnummer in om kans te maken op deze prijs. Ook kunt u gebeld worden met aanvullende vragen over uw beoordeling. Nogmaals de enquête wordt volledig anoniem verwerkt en u bent niet verplicht uw persoonlijke gegevens achter te laten.

Alvast bedankt!

ENQUÊTE STARTEN

1. Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over het assortiment bij Van Keeken:*

Selecteer één antwoord in elke rij

	Ze er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden
Aanbod schoenen	☐	☐	☐	☐	☐
Assortiment sluit aan op mijn wensen	☐	☐	☐	☐	☐
Aanbod accessoires	☐	☐	☐	☐	☐
Prijs/kwaliteit verhouding schoenen	☐	☐	☐	☐	☐
Prijs van het accessoires	☐	☐	☐	☐	☐

2. Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de website van Van Keeken:*

De website van Van Keeken is te bezoeken via:

<http://www.vankeekenbodegraven.nl/>. Op de website kun je o.a. de collectie bekijken, de merken die wij verkopen bekijken en meer informatie over ons vinden.

	Ze er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden
Navigatie	☐	☐	☐	☐	☐
Sfeer	☐	☐	☐	☐	☐
Informatie voorzieningen	☐	☐	☐	☐	☐
Contactmogelijkh eden	☐	☐	☐	☐	☐
Inspiratie	☐	☐	☐	☐	☐

3. Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over het personeel van Van Keeken:*

Selecteer één antwoord in elke rij

	Ze er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden
Klantvriendelijkheid	☐	☐	☐	☐	☐
Bereid mij te helpen	☐	☐	☐	☐	☐
Kennis	☐	☐	☐	☐	☐
Uiterlijke verzorging	☐	☐	☐	☐	☐

4. Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de winkel van Van Keeken:*

Selecteer één antwoord in elke rij

	Ze er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden
Overzichtelijk	☐	☐	☐	☐	☐
Winkeloppervlakte	☐	☐	☐	☐	☐
Aankleding	☐	☐	☐	☐	☐
Bereikbaarheid	☐	☐	☐	☐	☐
Locatie	☐	☐	☐	☐	☐

5. Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de klantenservice bij Van Keeken:*

Selecteer één antwoord in elke rij

	Ze er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden
Retouren van schoenen	☐	☐	☐	☐	☐
Klachtafhandeling	☐	☐	☐	☐	☐
Op maat advies	☐	☐	☐	☐	☐

6. Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de openingstijden van Van Keeken:*

Van Keeken Schoenen Bodegraven heeft de volgende openingstijden: Ma:13.00 – 17.30 uur Di t/m do: 9.00 – 18.00 uur Vr: 9.00 – 21.00 uur Za: 9.00 – 17.00 uur Zo: gesloten

	Ze er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden
Openingstijden	☐	☐	☐	☐	☐
Sluitingstijden	☐	☐	☐	☐	☐
De dagen waarop de winkel geopend is	☐	☐	☐	☐	☐

7. Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de extra koopavonden van Van Keeken (denk hierbij aan koopavonden met kerst of VIP avonden):*

Selecteer één antwoord in elke rij

	Ze er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden
De hoeveelheid per jaar	☐	☐	☐	☐	☐
Aanbiedingen tijdens die avonden	☐	☐	☐	☐	☐

8. Bezoek en aankopen bij de schoenenwinkel Van Keeken*

Selecteer één antwoord in elke rij

	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Eens	Volledig eens
Ik ga binnenkort nogmaals naar de winkel van Van Keeken en iets kopen:	☐	☐	☐	☐	☐

9. Hoe vaak bent u afgelopen jaar in de winkel van Van Keeken geweest?*

Selecteer één antwoord

Niet

1 keer

2 keer

3 of 4 keer

5 keer of meer

10. Wanneer bent u voor het laatst in de winkel van Van Keeken geweest?*

Selecteer één antwoord

Deze week nog

Een week geleden

Een maand geleden

Een half jaar geleden

Langer dan een half jaar geleden

Langer dan een jaar geleden

11. Hoe vaak heeft u dit jaar schoenen gekocht bij Van Keeken?*

Selecteer één antwoord

1 keer

2 keer

3 of 4 keer

5 keer of meer

Niet

12. Wanneer heeft u voor het laatst schoenen gekocht bij Van Keeken?*

Selecteer één antwoord

Deze week nog

Een week geleden

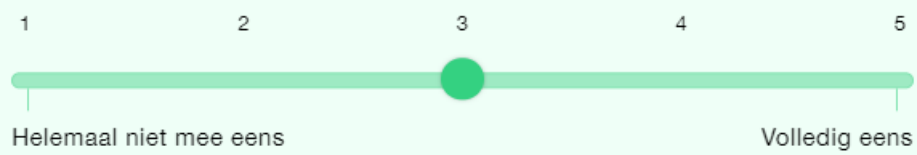
Een maand geleden

Een half jaar geleden

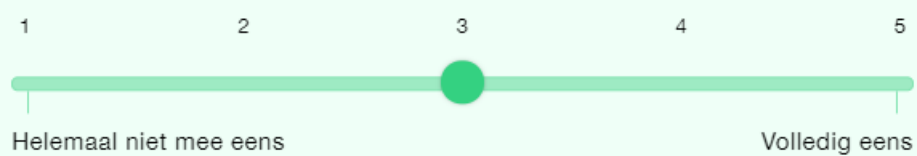
Langer dan een half jaar geleden

Langer dan een jaar geleden

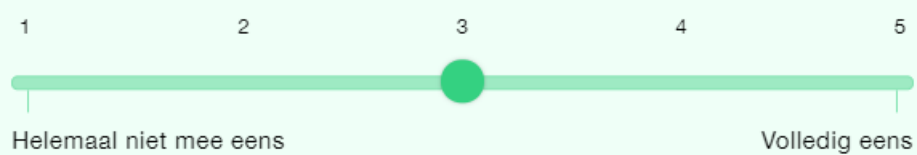
13. Ik spreek positief over Van Keeken tegen vrienden, collega's en kennissen:



14. Ik zou Van Keeken aanbevelen aan vrienden, collega's en kennissen:



15. Ik zou Van Keeken aanbevelen via sociale media:



16. Oriënteert u zich wel eens online van het kopen van Schoenen?*

Selecteer één antwoord

Ja

Nee



17. Zou u zich online oriënteren voor het kopen van schoenen via de website van Van Keeken?*

Selecteer één antwoord

Ja

Nee

Misschien



18. Koopt u wel eens schoenen online?*

Selecteer één antwoord

Ja

Nee

19. Zou u ook schoenen van Van Keeken online kopen?*

Selecteer één antwoord

Ja

Nee

Misschien



20. Mijn geslacht is:*

Selecteer één antwoord

Man

Vrouw

21. Mijn leeftijd is:*

Selecteer één antwoord

20 jaar of jonger

21 t/m 30 jaar

31 t/m 40 jaar

41 t/m 50 jaar

51 t/m 60 jaar

61 jaar of ouder



**22. Bent u woonachtig in de gemeente Bodegraven
Reeuwijk?***

Selecteer één antwoord

Ja

Nee

**23. Laat hier uw telefoonnummer en naam achter om
in aanmerking te komen voor de waardecheque t.w.v.
€ 50,-.**

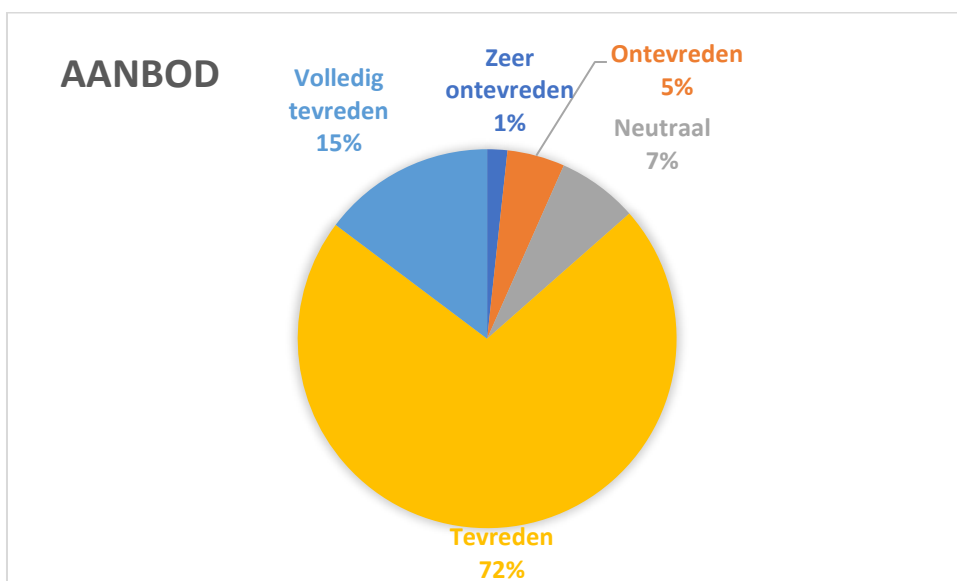
Voer nummer

Bijlage: Resultaten enquête

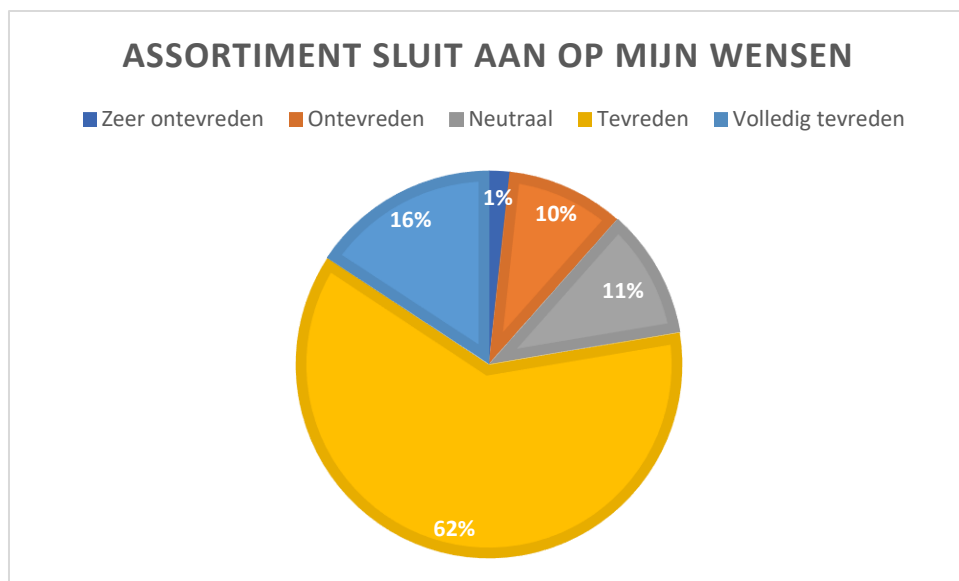
2.1. Antwoorden vraag 1

1 Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over het assortiment bij Van Keeken:	Ze er ontev reden	Ont vre de n	Neu traa l	Tev rede n	Volledi g tevred en	Tot aal	Level tevrede nheid:
Aanbod	7	20	28	292	60	407	4
Assortiment sluit aan op mijn wensen	7	40	44	252	64	407	4
Aanbod accessoires	3	8	200	164	32	407	4
Prijs/kwaliteit verhouding schoenen	3	16	76	248	64	407	4
Prijs van het accessoires	7	4	224	152	20	407	3
Gemiddeld:							4

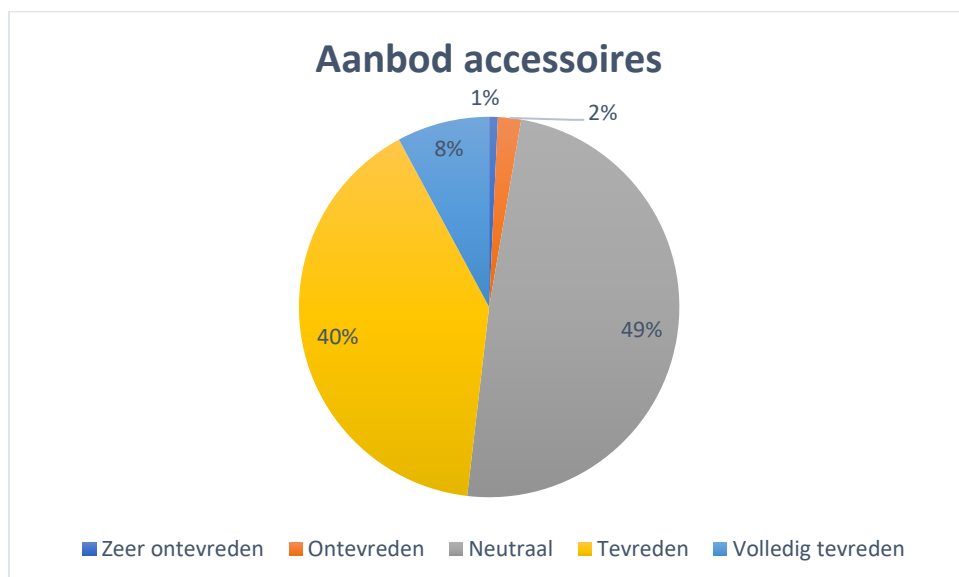
Aanbod



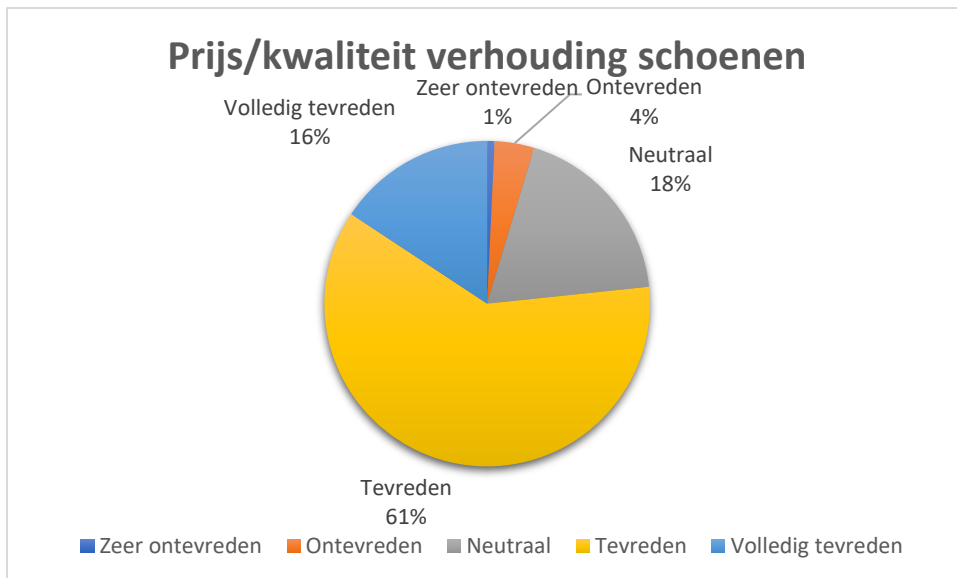
Assortiment sluit aan op mijn wensen



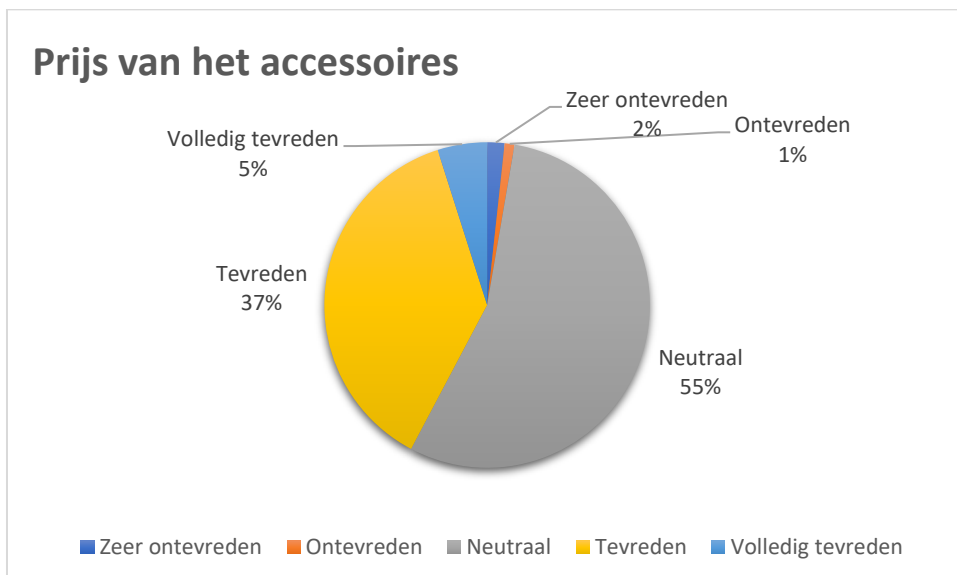
Aanbod accessoires



Prijs/kwaliteit verhouding schoenen



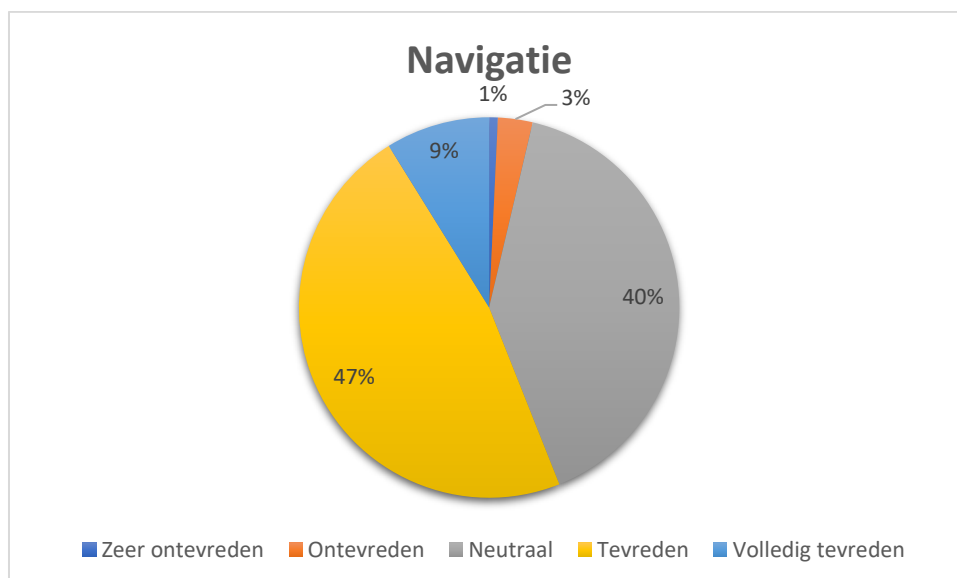
Prijs van het accessoires



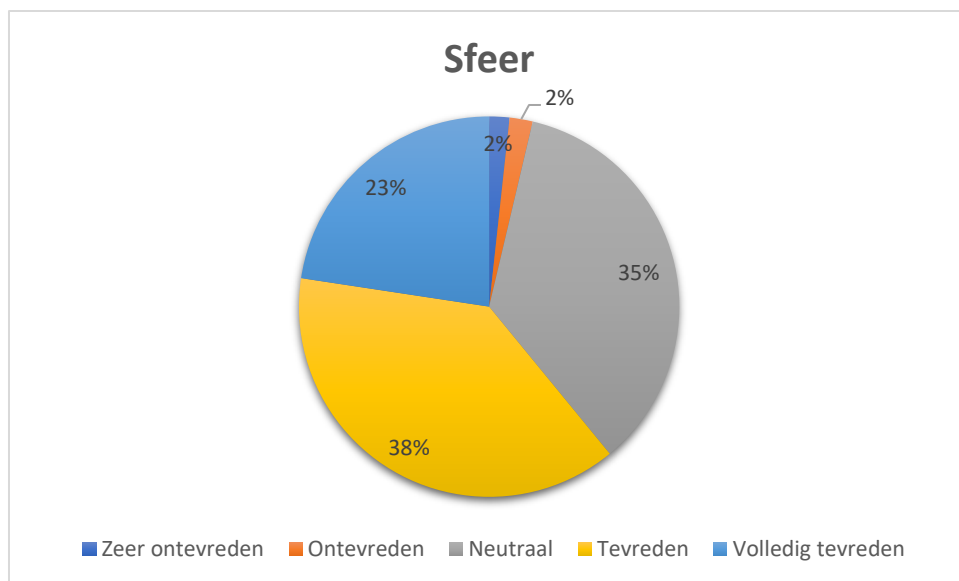
2.2 Antwoorden vraag 2

2 Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de website van Van Keeken:	Zeer ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden	Totaal	Level tevredenheid:
Navigatie	3	12	164	192	36	407	3
Sfeer	7	8	144	156	92	407	3
Informatie voorzieningen	7	12	128	188	72	407	3
Contactmogelijkheden	3	4	136	180	84	407	3
Inspiratie	11	20	172	164	40	407	3
Gemiddelde							3

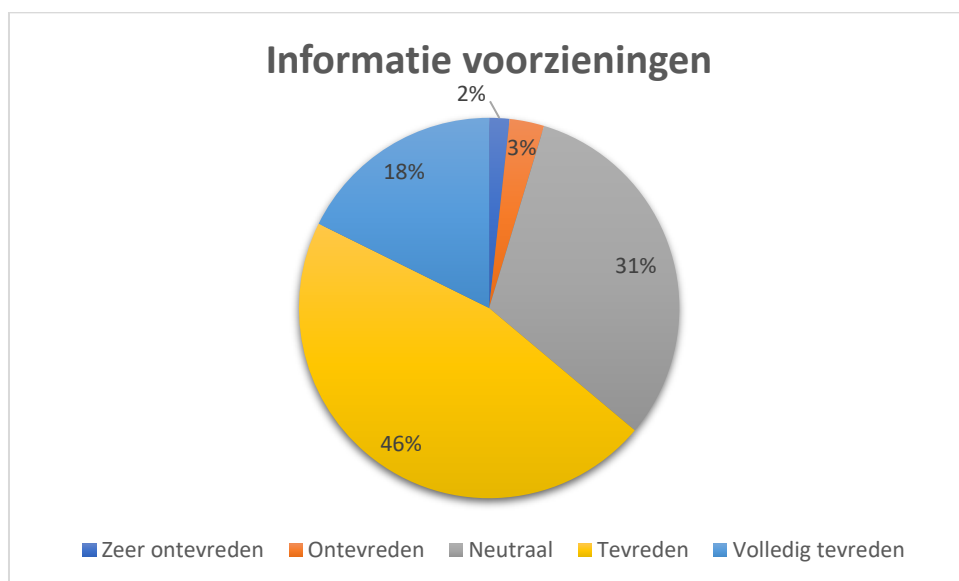
Navigatie



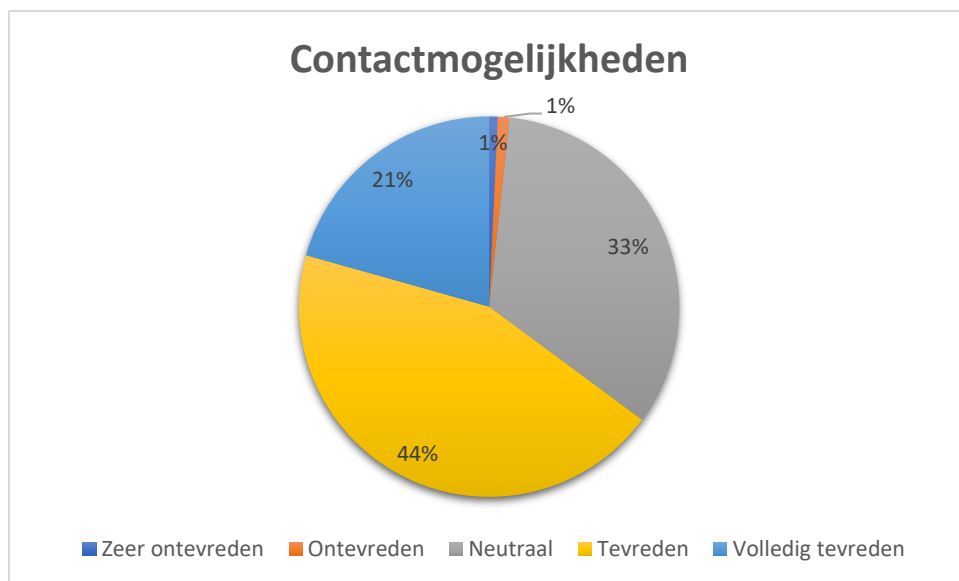
Sfeer



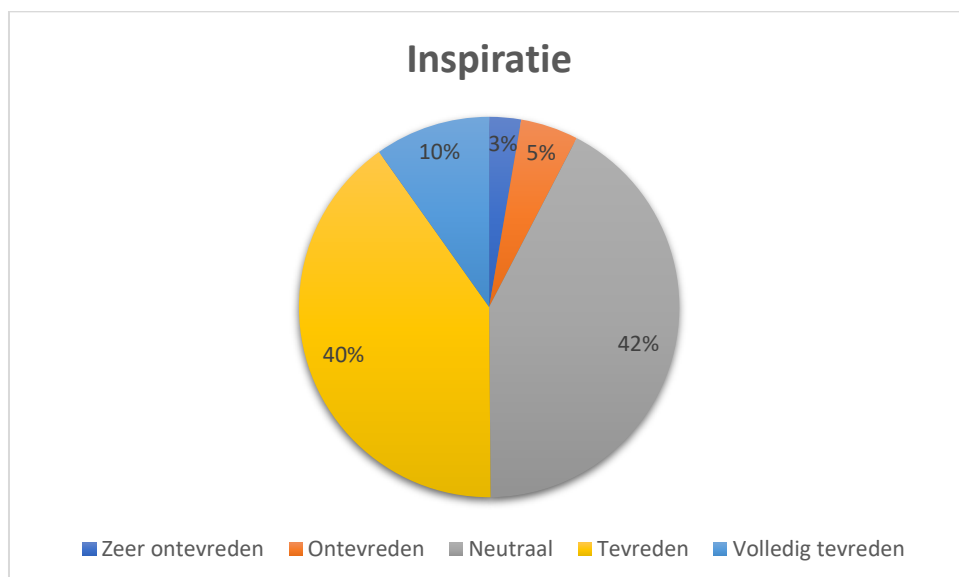
Informatie voorzieningen



Contactmogelijkheden



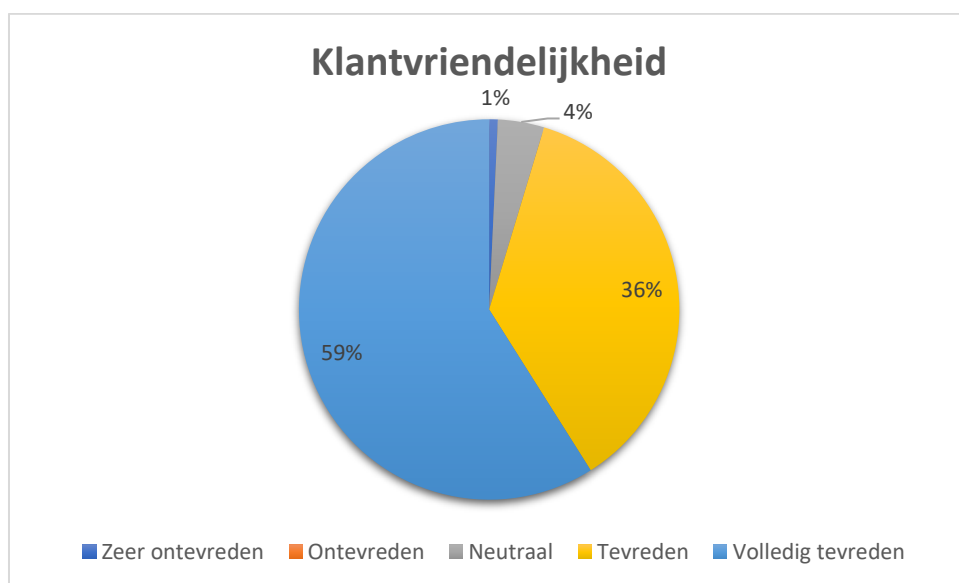
Inspiratie



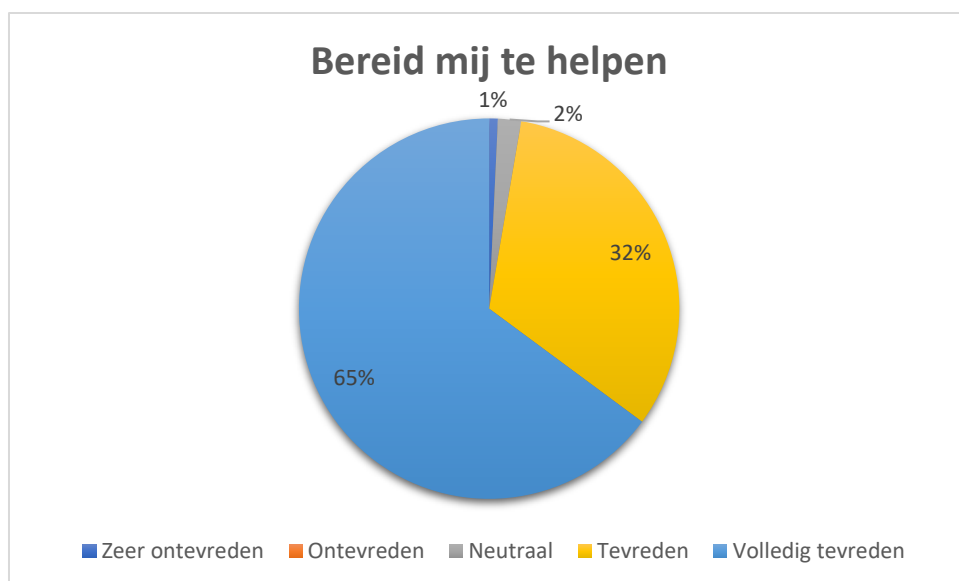
2.3 Antwoorden vraag 3

3 Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over het personeel van Van Keeken:	Zeer ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden	Totaal	Level tevredenheid:
Klantvriendelijkheid	3	0	16	148	240	407	5
Bereid mij te helpen	3	0	8	132	264	407	5
Kennis	3	0	12	148	244	407	5
Uiterlijke verzorging	3	0	16	156	232	407	5
Gemiddelde							5

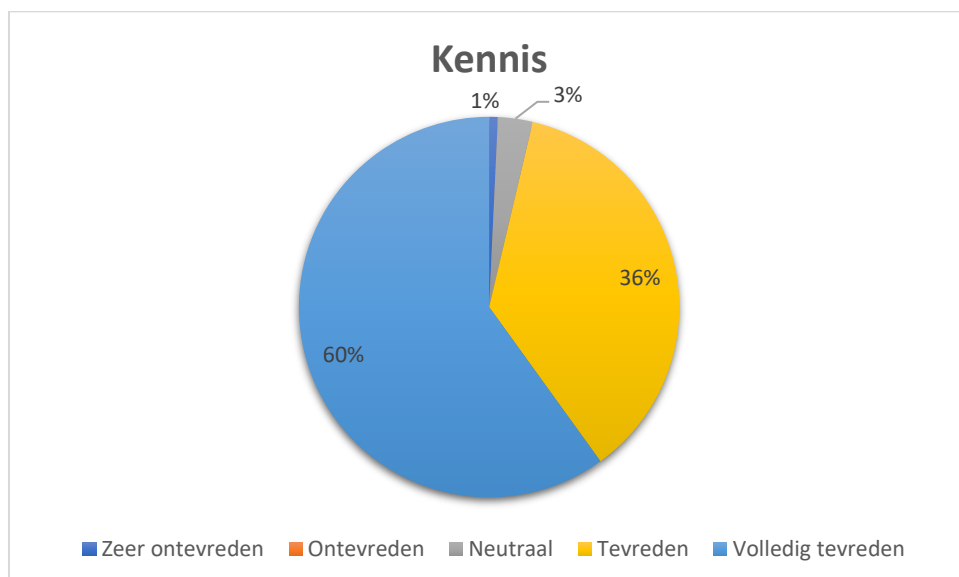
Klantvriendelijkheid



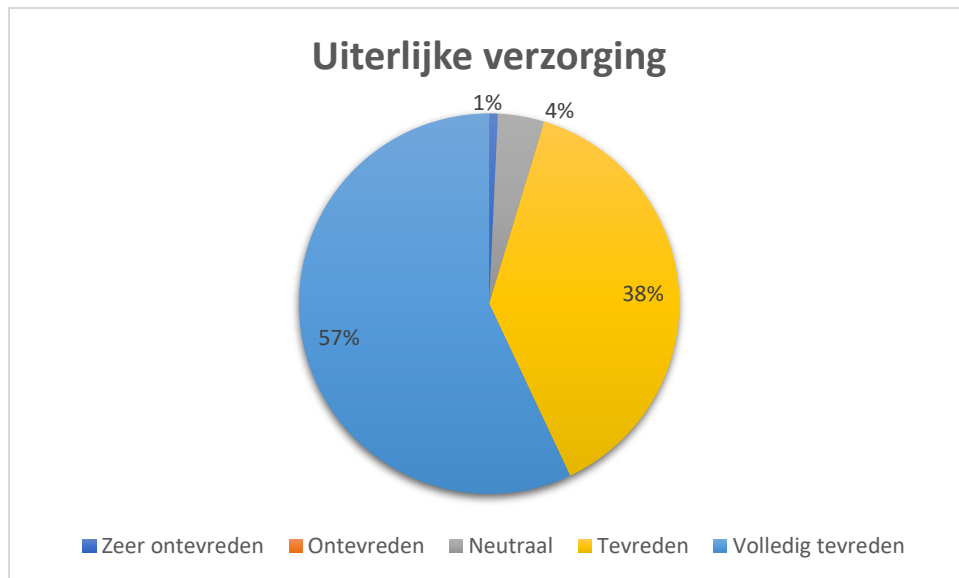
Bereid mij te helpen



Kennis



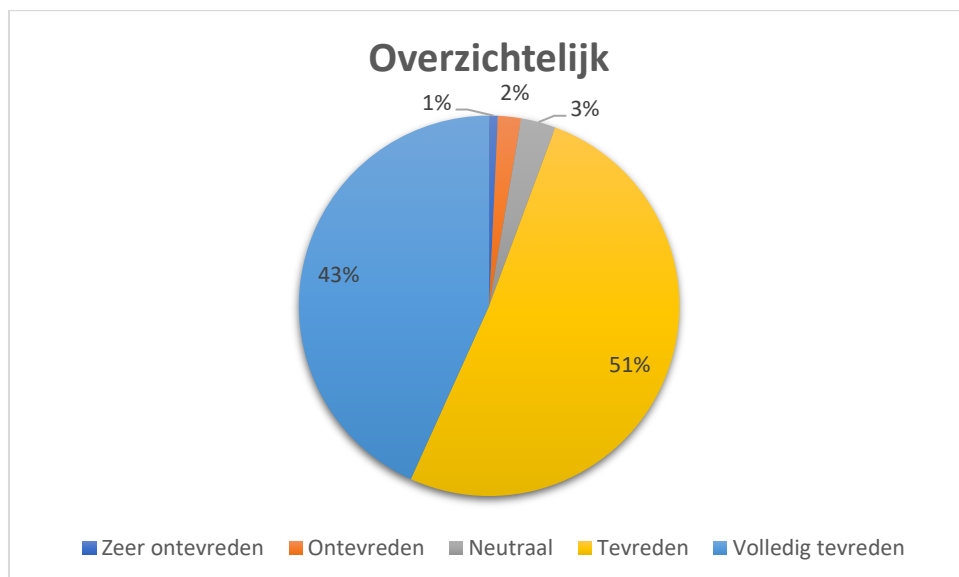
Uiterlijke verzorging



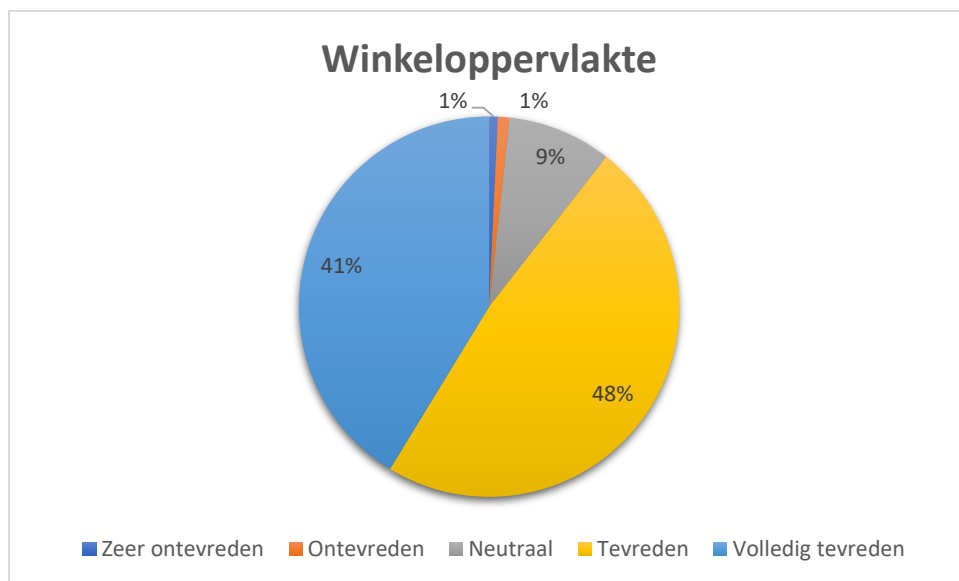
2.4 Antwoorden op vraag 4

4 Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de winkel van Van Keeken:	Ze er ontevred en	Ontevred en	Neutra al	Tevrede n	Volledi g tevrede n	Totaal	Level tevredenhe id
Overzichtelijk	3	8	12	208	176	407	4
Winkeloppervlakte	3	4	36	196	168	407	4
Aankleding	3	12	36	192	164	407	4
Bereikbaarheid	3	0	20	216	168	407	4
Locatie	3	4	12	216	172	407	4
Gemiddelde							4

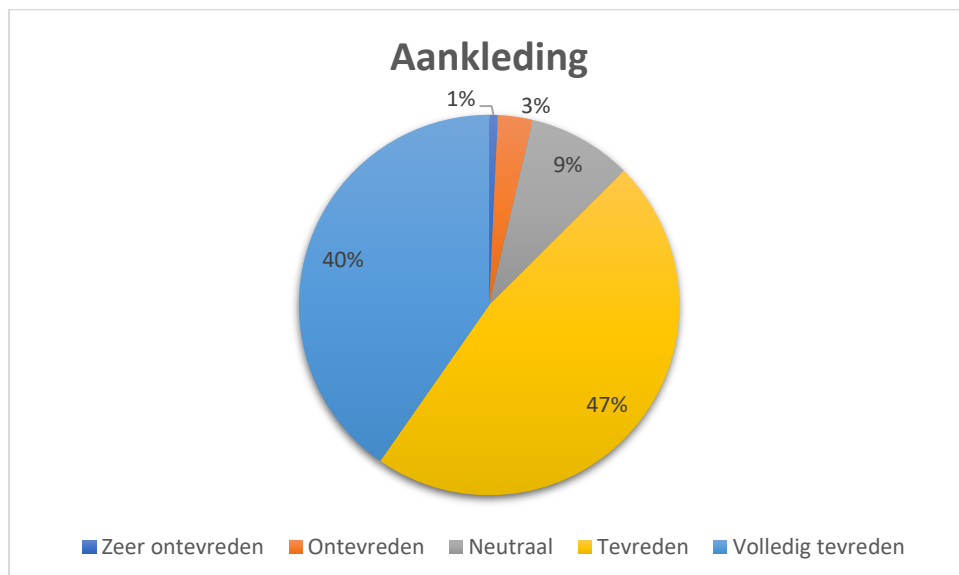
Overzichtelijk



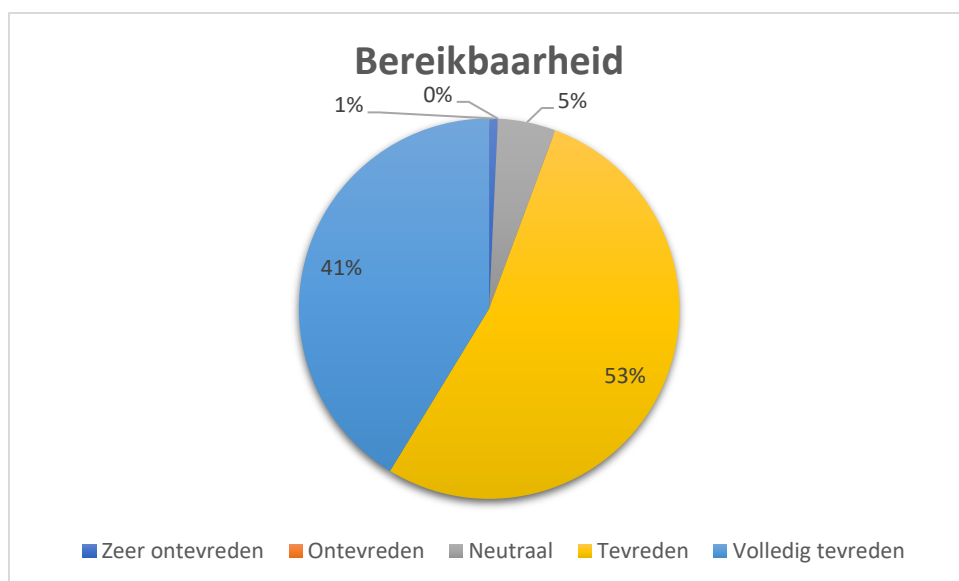
Winkeloppervlakte



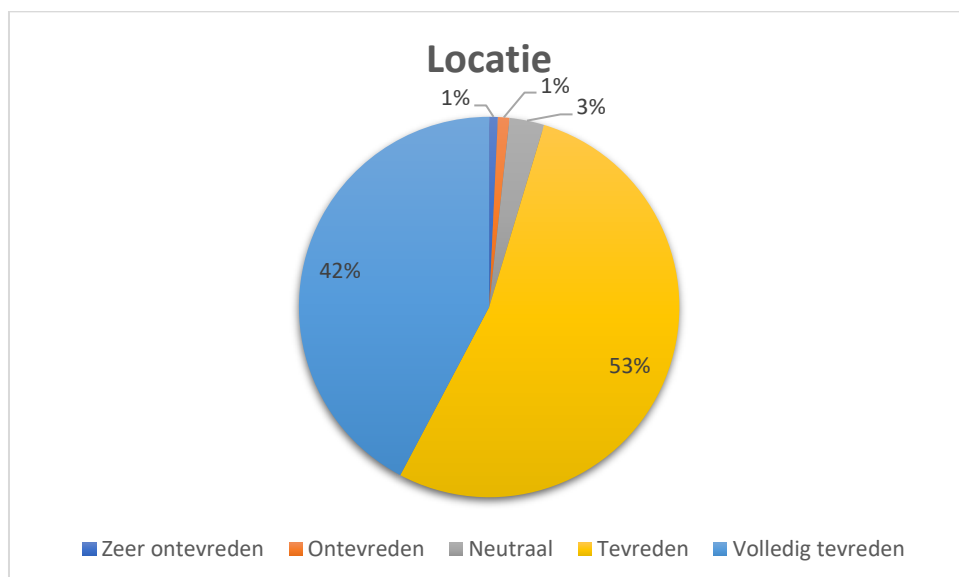
Aankleding



Bereikbaarheid



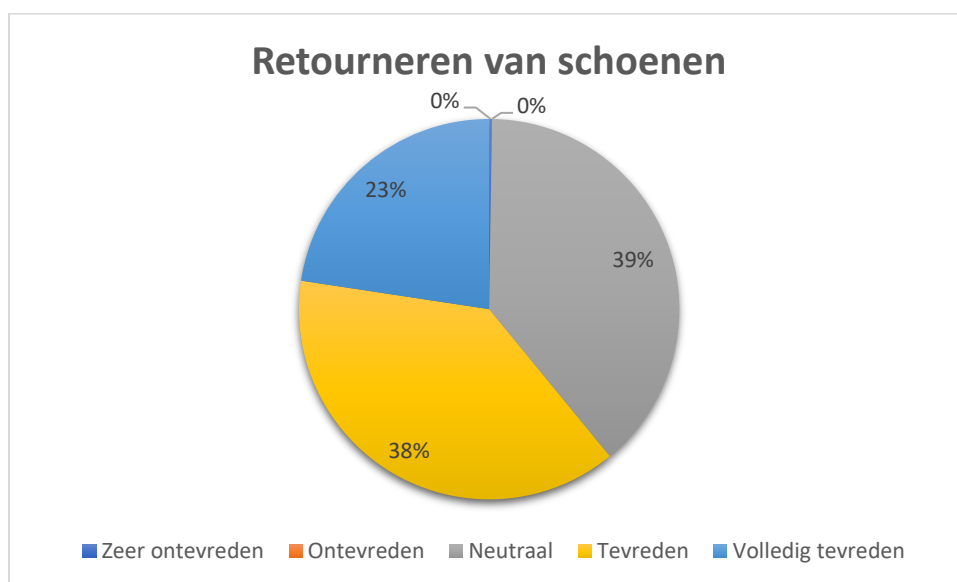
Locatie



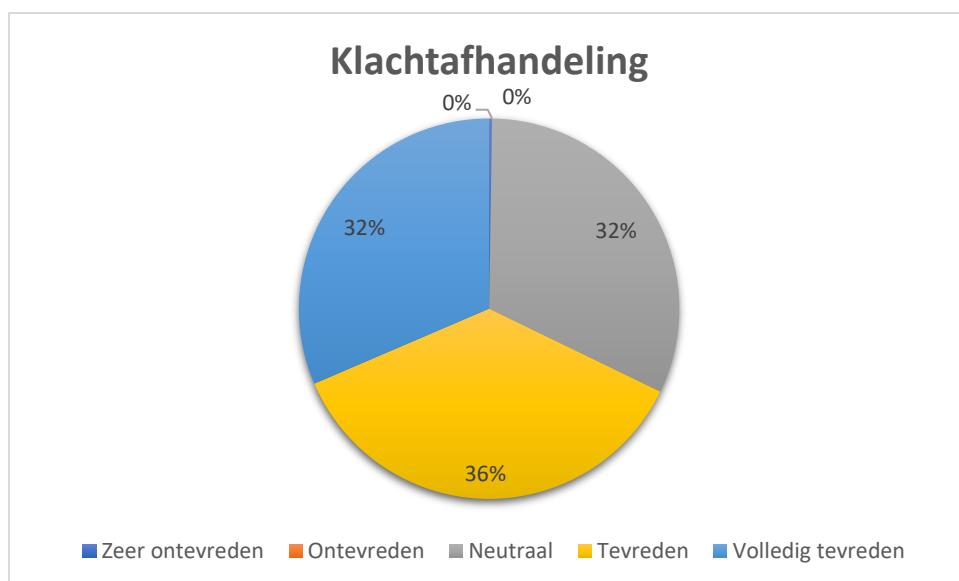
2.5 Antwoorden vraag 5

5 Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de klantenservice bij Van Keeken:	Zeer ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden	Totaal	Level tevredenheid
Retourneren van schoenen	1	0	158	156	92	407	4
Klachtafhandeling	1	0	130	148	128	407	4
Op maat advies	1	3	39	144	220	407	4
Gemiddelde							4

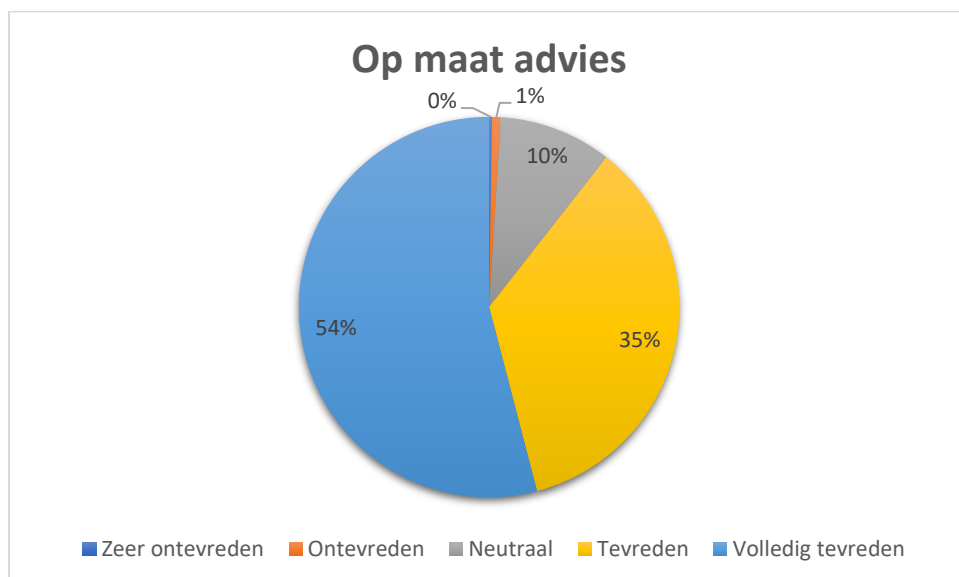
Retourneren van schoenen



Klachtafhandeling



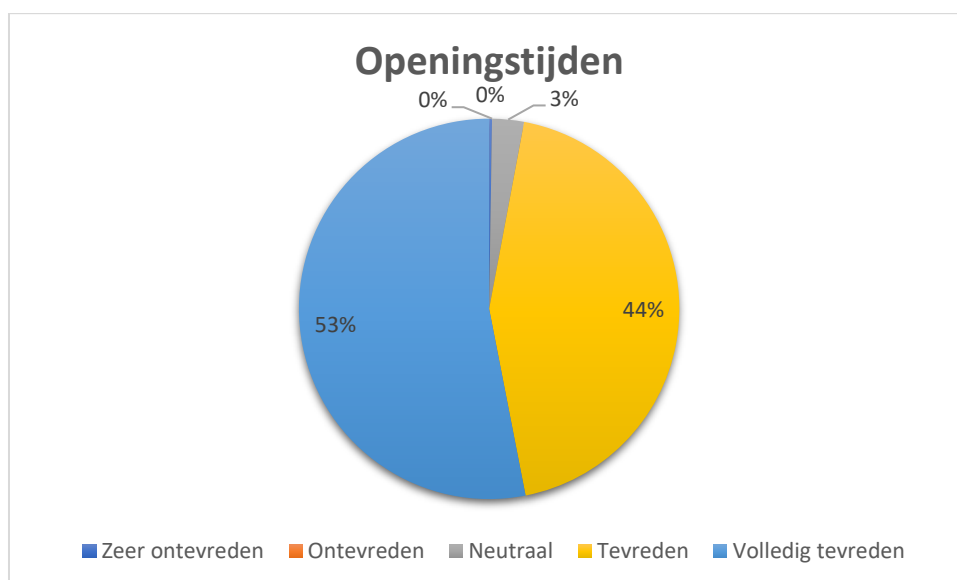
Op maat advies



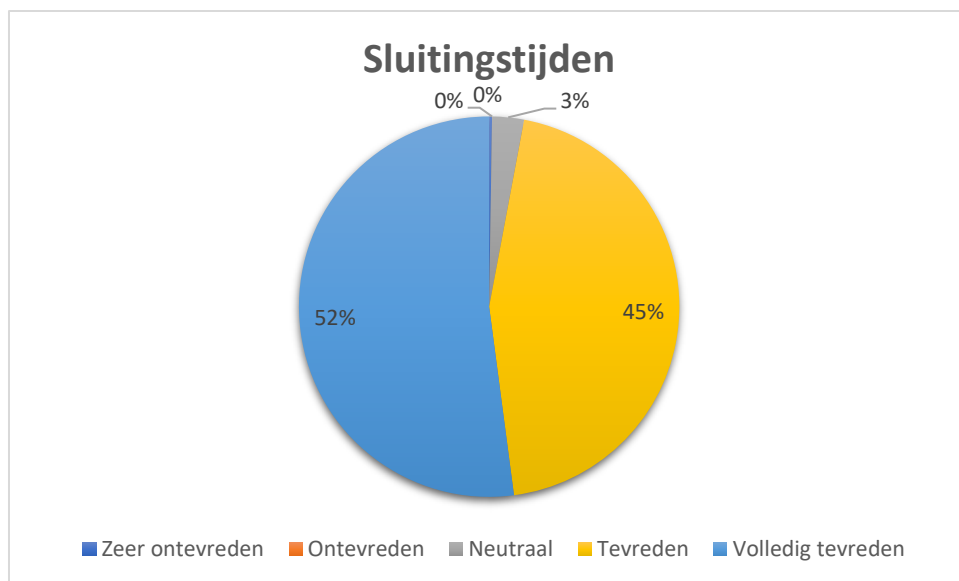
2.6 Antwoorden vraag 6

6 Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de openingstijden van Van Keeken:	Ze er ontevred en	Ontevred en	Neutr aal	Tevred en	Volledi g tevred en	Tota al	Level tevredenh eid
Openingstijden	1	0	11	179	216	407	4
Sluitingstijden	1	0	11	183	212	407	4
De dagen waarop de winkel geopend is	5	12	7	176	207	407	4
Gemiddelde							4

Openingstijden



Sluitingstijden



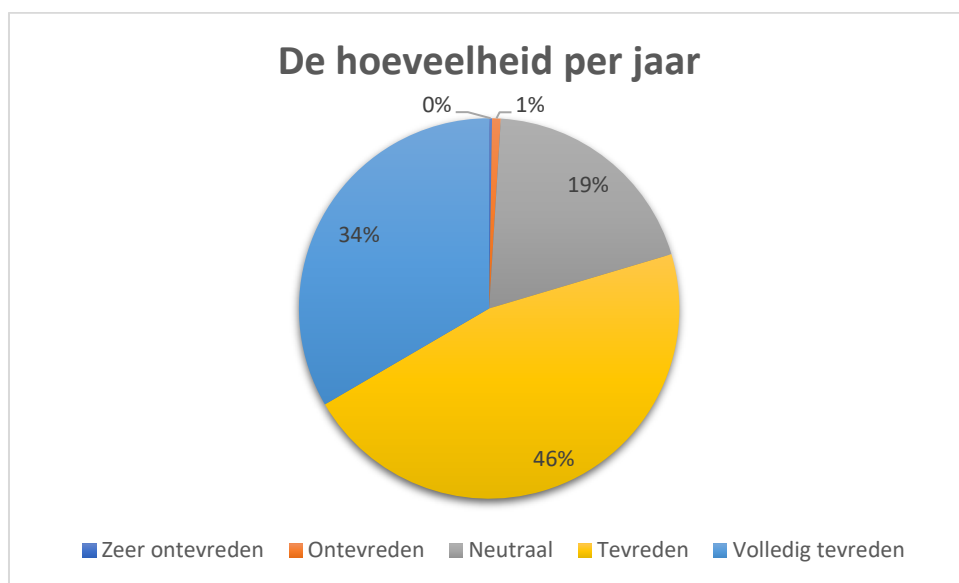
De dagen waarop de winkel geopend is



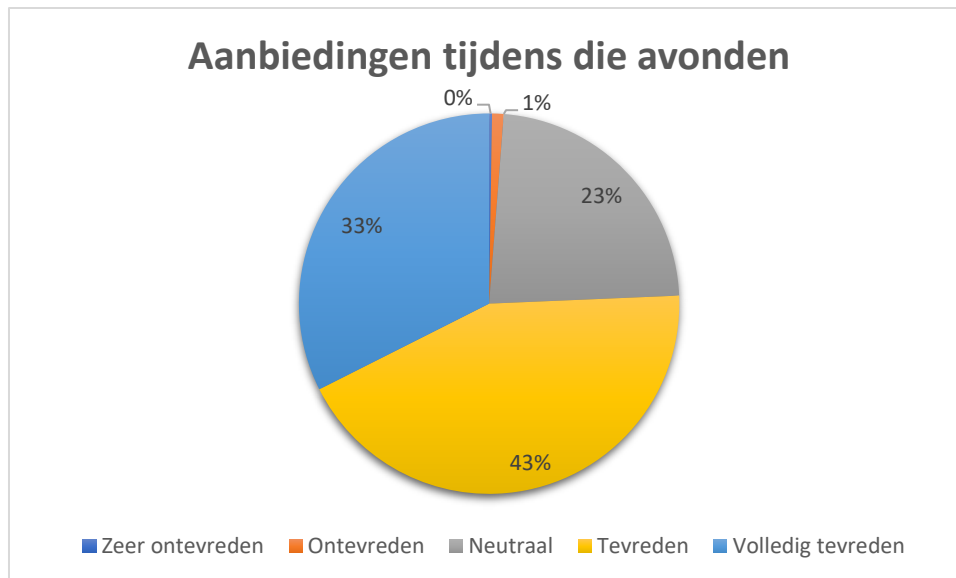
2.7 Antwoorden op vraag 7

7 Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de extra koopavonden van Van Keeken (denk hierbij aan koopavonden met kerst of VIP avonden):	Zeer ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden	Totaal	Level tevredenheid
De hoeveelheid per jaar	1	3	79	188	136	407	4
Aanbiedingen tijdens die avonden	1	4	94	176	132	407	4
Gemiddelde							4

De hoeveelheid per jaar



Aanbiedingen tijdens die avonden

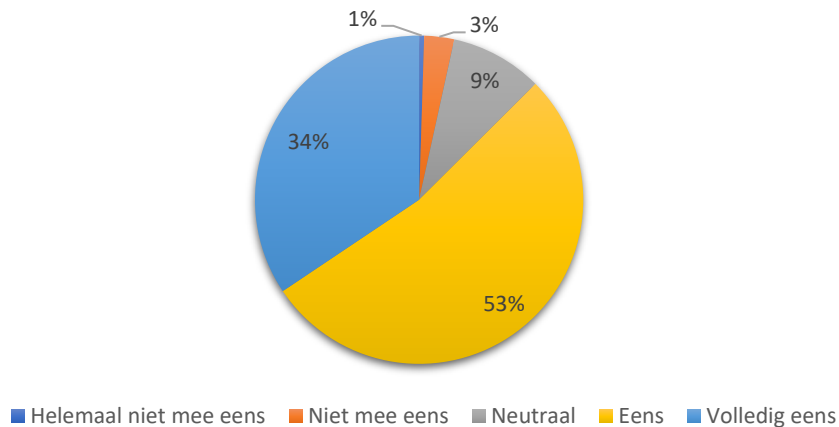


2.8 Antwoorden vraag 8

8 Bezoek en aankopen bij de schoenenwinkel Van Keeken	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Eens	Volledig eens	Totaal	Mate loyaliteit
Ik ga binnenkort nogmaals naar de winkel van Van Keeken en iets kopen:	2	12	37	216	140	407	4
Gemiddelde							4

Ik ga binnenkort nogmaals naar de winkel van Van Keeken en iets kopen:

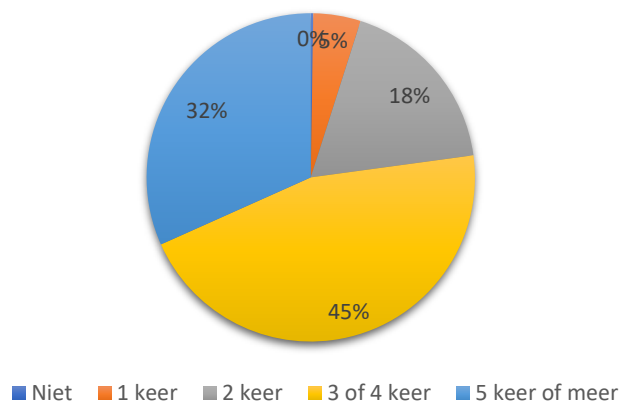
Ik ga binnenkort nogmaals naar de winkel van Van Keeken en iets kopen:



2.9 Antwoorden vraag 9

9 Hoe vaak bent u afgelopen jaar in de winkel van Van Keeken geweest?	Antwoorden	Ratio %
Niet	1	0,25
1 keer	19	4,67
2 keer	73	17,94
3 of 4 keer	185	45,45
5 keer of meer	129	31,70

9 Hoe vaak bent u afgelopen jaar in de winkel van Van Keeken geweest?



2.10 Antwoorden vraag 10

10 Wanneer bent u voor het laatst in de winkel van Van Keeken geweest?	Antwoorden	Ratio %
Deze week nog	18	4,42
Een week geleden	128	31,45
Een maand geleden	197	48,40
Een half jaar geleden	51	12,53
Langer dan een half jaar geleden	13	3,19
Langer dan een jaar geleden	0	0,00

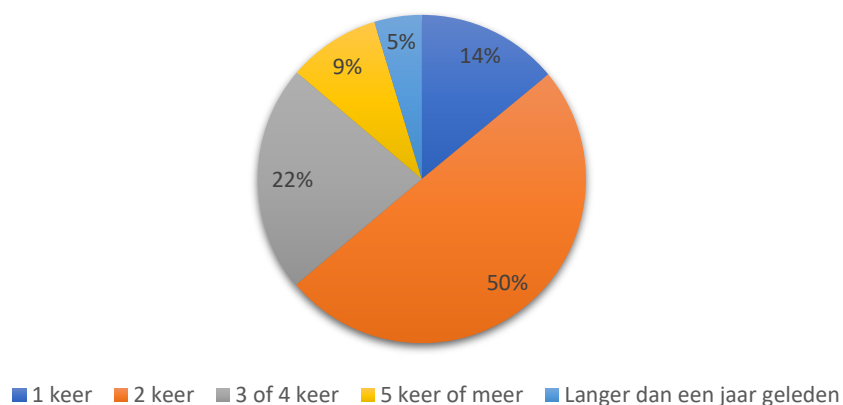


2.11 Antwoorden vraag 11

11 Hoe vaak heeft u dit jaar schoenen gekocht bij Van Keeken?	Antwoorden	Ratio %
1 keer	57	14,00
2 keer	203	49,88
3 of 4 keer	91	22,36

5 keer of meer	37	9,09
Langer dan een jaar geleden	19	4,67

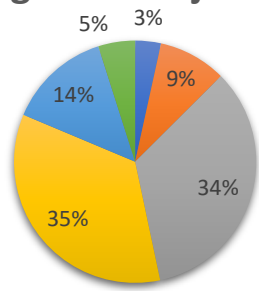
11 Hoe vaak heeft u dit jaar schoenen gekocht bij Van Keeken?



2.12 Antwoorden vraag 12

12 Wanneer heeft u voor het laatst schoenen gekocht bij Van Keeken?	Antwoorden	Ratio %
Deze week nog	14	3,44
Een week geleden	37	9,09
Een maand geleden	139	34,15
Een half jaar geleden	141	34,64
Langer dan een half jaar geleden	56	13,76
Langer dan een jaar geleden	20	4,91

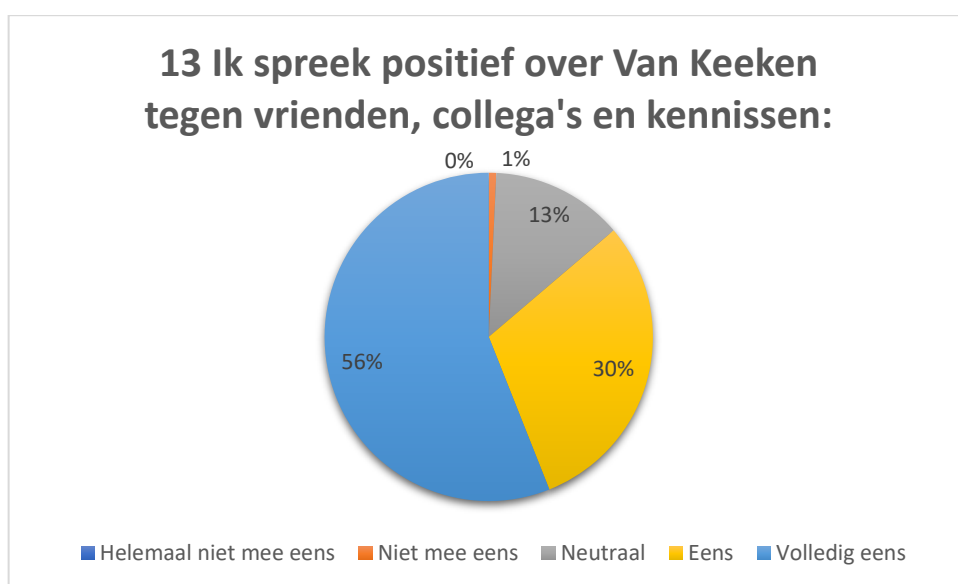
12 Wanneer heeft u voor het laatst schoenen gekocht bij Van Keeken?



- Deze week nog
- Een week geleden
- Een maand geleden
- Een half jaar geleden
- Langer dan een half jaar geleden
- Langer dan een jaar geleden

2.13 Antwoorden vraag 13

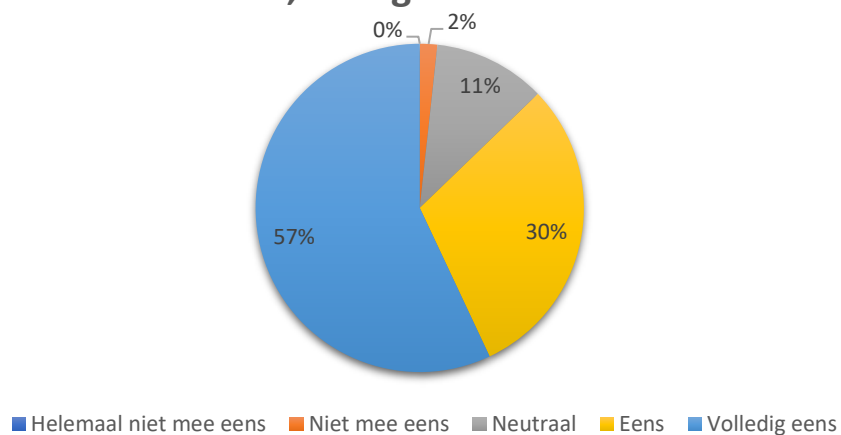
13 Ik spreek positief over Van Keeken tegen vrienden, collega's en kennissen:	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Eens	Volledig eens	Totaal	Mate loyaliteit
Antwoorden	0	3	53	123	228	407	4
Gemiddelde							4



2.14 Antwoorden vraag 14

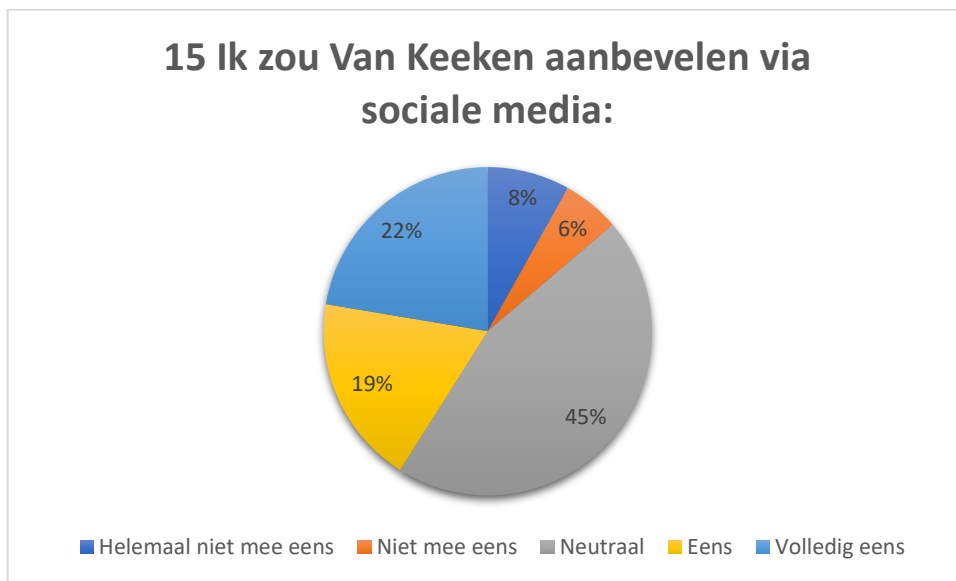
14 Ik zou Van Keeken aanbevelen aan vrienden, collega's en kennissen:	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Eens	Volledig eens	Totaal	Mate loyaliteit
Antwoorden	0	7	45	123	232	407	4
Gemiddelde							4

14 Ik zou Van Keeken aanbevelen aan vrienden, collega's en kennissen:



2.15 Antwoorden vraag 15

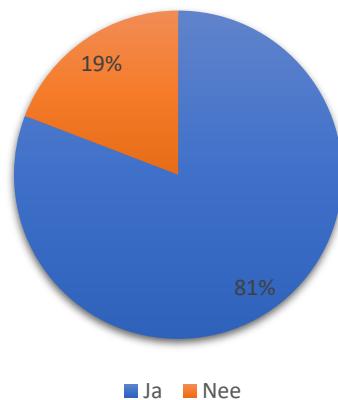
15 Ik zou Van Keeken aanbevelen via sociale media:	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Eens	Volledig eens	Totaal	Mate van loyaliteit
Antwoorden	33	23	184	76	91	407	3
Gemiddelde							3



2.16 Antwoorden vraag 16

16 Oriënteert u zich wel eens online van het kopen van Schoenen?	Ja	Nee	Totaal
Antwoorden	329	78	407

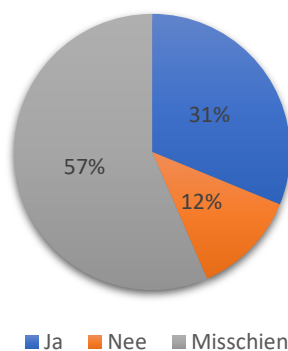
16 Oriënteert u zich wel eens online van het kopen van Schoenen?



2.17 Antwoorden vraag 17

17 Zou u zich online oriënteren voor het kopen van schoenen via de website van Van Keeken?	Ja	Nee	Misschien
Antwoorden	127	50	230

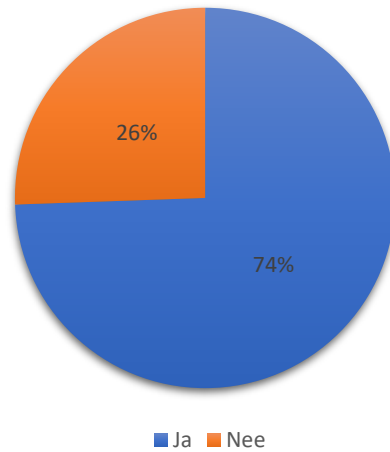
17 Zou u zich online oriënteren voor het kopen van schoenen via de website van Van Keeken?



2.18 Antwoorden vraag 18

18 Koopt u wel eens schoenen online?	Ja	Nee
Antwoorden	303	104

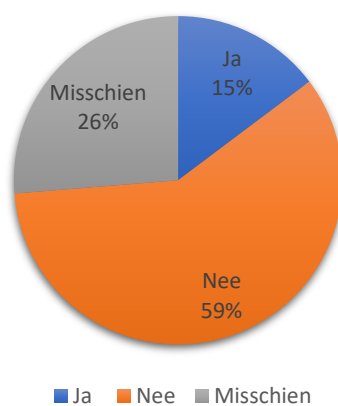
18 Koopt u wel eens schoenen online?



2.19 Antwoorden vraag 19

19 Zou u ook schoenen van Van Keeken online kopen?	Ja	Nee	Misschien
Antwoorden	60	240	107

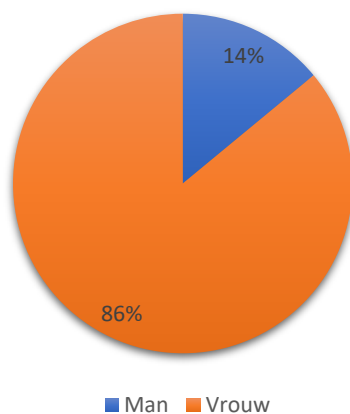
19 Zou u ook schoenen van Van Keeken online kopen?



2.20 Antwoorden vraag 20

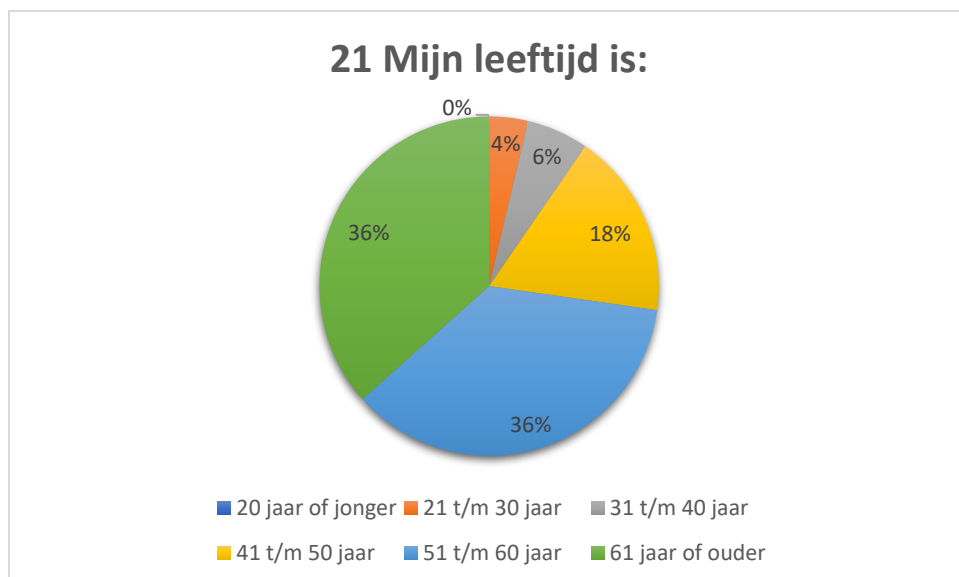
20 Mijn geslacht is:	Man	Vrouw
Antwoorden	57	350

20 Mijn geslacht is:



2.21 Antwoorden vraag 21

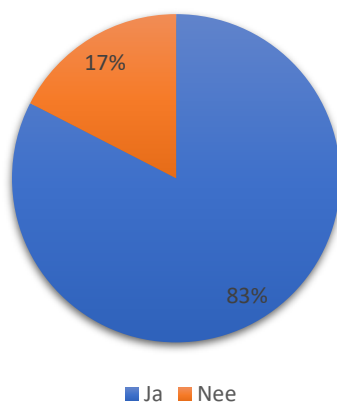
21 Mijn leeftijd is:	Antwoorden
20 jaar of jonger	0
21 t/m 30 jaar	15
31 t/m 40 jaar	24
41 t/m 50 jaar	72
51 t/m 60 jaar	147
61 jaar of ouder	149



2.22 Antwoorden vraag 22

22 Bent u woonachtig in de gemeente Bodegraven Reeuwijk?	Ja	Nee
Antwoorden	336	71

22 Bent u woonachtig in de gemeente Bodegraven Reeuwijk?



Bijlage 3: Verzendingen via MailChimp

	Campaigns	Templates	Lists	Reports	Create	21 V	Van Keeken Van Keeken Schoenen Bo...	Help	Q
☐	Klanttevredenheidsonderzoek Van Keeken Schoenen Bodegraven	1,997 Subscribers	1,114 Opens	584 Clicks	View Report				
	Regular • Van Keeken contacten Sent on Wed, 21 Nov 2018 3:28 pm								

Bijlage 4: Verbatims telefoon interviews

R: = respondent

B: = onderzoeker

4.1 Respondent 1:

B: Hallo x, met Bram Tigchelaar, bel u gelegen?

R: Uh, ik weet niet waar over je belt?

B: Ik bel u namens van Keeken en ik doe een onderzoek onder de klanten van Van Keeken. Als het goed is heeft u een tijdje geleden een enquête ingevuld en daar wil ik u graag paar vragen overstellen, is dat goed?

R: O ja hoor dat is goed

B: Kent u de enquête nog herinneren?

R: Ja ik kan me het nog herinneren.

B: Oke fijn, ik ben namelijk benieuwd naar bepaalde dingen die verbeterd kunnen worden bij Van Keeken. U gaf bijvoorbeeld aan dat u niet tevreden bent over het assortiment van Van Keeken. U gaf aan dat u ontevreden was over het feit dat het assortiment niet aansluit op uw wensen. Zou u dit kunnen toelichten?

R: Tuurlijk. Ik slaag bijna nooit dat komt omdat de schoenen ouderwets zijn het zou wat frisser mogen. Daarom ben ik ontevreden over het assortiment.

B: Hoe zou u dit dan verbeterd zien?

R: Ik zou dan groter aanbod en uh meer diversiteit dan willen. Wat ik zei ik vind het assortiment nu gewoon te ouderwets. Er staan ook heel veel schoenen die je in de kerk zou dragen en dat spreekt me niet echt aan.

B: dus als het aanbod groter wordt en meer diversiteit dan zou je wel tevreden zijn over het assortiment.

R: Jazeker, we zijn in Bodegraven bijna genoodzaakt om ergens anders te schoppen omdat er van de winkels niet veel van overblijft. Kijk maar naar de Kerkstraat hoeveel winkels er weg zijn, daarom ben ik natuurlijk blij dat Van Keeken er gelukkig nog zit. Het zou daarom beter zijn wanneer Van Keeken dan ook wat leuker assortiment heeft en niet een schoen die leuk is. Ik snap ook wel dat dit soort schoenen aanslaan in ons dorp, maar het zou wat meer divers kunnen in mijn ogen.

B: En als je aan groter aanbod denkt denk je dan aan andere merken of een ander soort schoen?

R: dan zou ik inderdaad denken aan andere merken, die wat meer zijn van deze tijd zijn.

B: Zou je misschien de merken op kunnen noemen die jij dan zou kopen?

R: Uh even denken, nee ik zou nu niet echt een merk op kunnen noemen, maar ben niet echt merk gebonden maar er zou meer aanbod mogen zijn.

B: Duidelijk, dan wil ik het graag met je hebben over het volgende punt. Bij de vraag of je tevreden bent over de inspiratie op de website gaf je ook aan ontevreden te zijn. Zou je dit kunnen toelichten?

R: Ja zeker, de collectie klopt vaak niet met wat er in de winkel staat, vandaar dat ik er ontevreden over ben. Vaak weet ik ook niet wanneer er nieuwe collectie is en wat oud is. Het is natuurlijk niet leuk als je op de website een paar schoenen ziet en je komt in de winkel en ze zijn niet te koop.

B: Ja ik snap je. Dus het is wel eens voorgekomen dat je op de website een schoen hebt gezien en die wilde je kopen in de winkel van Van Keeken?

R: Ja, het is wel een tijdje geleden terug gebeurt, maar alsnog ben ik hier niet tevreden over.

B: Duidelijk, hoe zou Van Keeken dit kunnen verbeteren volgens jou?

R: Nou gewoon de collectie op de website up to date houden en communiceren wanneer er nieuw assortiment is. Dan weet ik direct wat er in de winkel verkocht wordt en wat er nieuw is.

B: Ook duidelijk, dus alleen de schoenen op de website laten zien die ook werkelijk verkocht worden, als iets uitverkocht is van de website afhalen en als er nieuw assortiment is dan zou je daar graag een bericht er over ontvangen?

R: Ja precies.

B: Duidelijk, het volgende punt waar je over ontevreden was de dagen waarop Van Keeken geopend is. Je gaf zelfs aan zeer ontevreden te zijn.

R: Klopt, ik winkel vaak op zondag en dan is Van Keeken dicht, echt een gemiste kans

B: Je winkelt dus vaak op zondag en dan mis je Van Keeken?

R: Ja tuurlijk als je op zondag winkelt en de helft is dicht is dat jammer. Niet alleen Van Keeken maar er zijn er wel meerdere. Dus je bent op zondag een beetje aan het zoeken welke winkels er nou wel en niet open zijn.

B: Hoe zou Van Keeken dit dan op kunnen lossen? Open gaan op Zondag?

R: ja open op zondag.

B: Duidelijk, dan ga ik direct naar de volgende vraag, je gaf ook aan bij nogmaals een aankoop doen niet mee eens te zijn. Zou je dit kunnen toelichten?

R: Ja dan kom ik toch weer terug op het assortiment. Als ditzelfde assortiment blijft dan zou ik denk niet nog een aankoop doen.

B: Dus je zou niet nog een aankoop doen omdat het assortiment niet past bij jouw wensen?

R: Ja en omdat ik het assortiment niet aantrekkelijk vind.

B: Heb het misschien al gevraagd maar hoe kan dit verbeterd worden volgens jou?

R: zoals ik al zei meer diversiteit en aanbod.

B: Je gaf ook aan bij Van Keeken aanbevelen via sociale media niet mee eens te zijn. Zou je dit kunnen toelichten?

R: Ja ik gebruik geen sociale media dus ja dan wordt het moeilijk natuurlijk.

B: Nee dan wordt het inderdaad moeilijk. Dan heb ik nog een vraag voor je gaf aan je te oriënteren voor het kopen van schoenen online, maar misschien bij Van Keeken? Zou je kunnen toelichten waarom je dit misschien zou doen?

R: Nou misschien omdat de collectie niet klopt, als de goede collectie getoond wordt dan zal ik denk wel gebruik van maken. Als het nieuwe assortiment er op zou staan en ik weet dit dan zou ik toch wel even kijken wat er nieuw is en wat er in het assortiment is.

B: Een beetje wat je net al aangaf, maar hoe zou je dit dan verbetert willen zien?

R: Nieuwe collectie laten zien op de website en het communiceren.

B: Duidelijk dan heb ik nog één vraag voor je. Je gaf aan dat je online wel schoenen koopt maar niet bij van Keeken zou doen.

R: Als het mogelijk is om schoenen te bestellen het het ook goed werkt misschien wel.

B: Zou je hier dan nog verbeterpunten voor hebben?

R: Zelfde als ik al zei laat het nieuwe assortiment zien.

B: Als het nieuwe assortiment erop zou staan en het zou goed werken zou er dan gebruik van maken?

R: Ja daar zou ik echt over na moeten denken, ik weet het niet.

B: Nou duidelijk, dan heb ik alle vragen wel gehad. Echt enorm bedankt voor uw antwoord en ik hoop dat we de dingen waar u nu ontevreden over bent op korte termijn kunnen verbeteren en dat u natuurlijk terug blijft komen.

R: zeker ik ben wel blij met een winkel als Van Keeken in Bodegraven hoor.

4.2 Respondent 2

R: Hallo met x.

B: Goedendag x. U spreekt met Bram Tigchelaar en ik bel namen de schoenenwinkel Van Keeken en ik heb een paar vragen voor u over een enquête die u een tijdje geleden heeft ingevuld, bel ik u gelegen en heeft u even 5 minuutjes tijd?

R: Ja hoor ik heb wel even 5 minuutjes tijd.

B: Gelukkig, kent u de enquête nog herinneren die u heeft ingevuld?

R: ja hoor.

B: Oké het ging over de klanttevredenheid over Van Keeken, u gaf aan over een paart dingen ontevreden te zijn. Ik ben erg benieuwd waarom u dan ontevreden bent en hoe wij dit voor u kunnen oplossen zodat u weer tevreden wordt.

R: Tuurlijk geen probleem, ik ben niet ontevreden over Van Keeken hoor.

B: Kijk dat is alvast een goed teken, nu willen we graag nog dat u overal tevreden over wordt. Daarom stel ik een paar vragen over u ingevulde antwoorden vind u dat goed?

R: Goed

B: Mooi je gaf bijvoorbeeld aan dat je ontevreden over het assortiment was en dan bij het puntje: assortiment sluit aan op uw wensen. Kunt u aangeven waarom u ontevreden hierover bent?

R: Nou dat komt namelijk omdat ik al vele jaren vaste klant ben bij Van Keeken maar de laatste tijd merk ik op dat er andere merken te koop zijn en niet meer mijn merk. Weinig merken en niet de merken die ik zoek die ze voorheen wel hadden. Voorheen kocht ik veel van het merk Rieker, maar de laatste keer zag ik weinig of niet veel van dit merk.

B: O ja dat begrijp ik dat is lastig. Hoe zou je dit dan graag verbeterd willen zien.

R: Nou wat meer keus in diverse merken zoals Rieker.

B: Duidelijk, dus wat meer diversiteit in merken en vooral in het merk Rieker?

R: Eigenlijk in het algemeen Rieker is wel een merk dat ik zelf graag heb bijvoorbeeld. Dan heeft het nog te maken of ze een leuke schoen in de lijn hebben.

B: Ja duidelijk, dan gaf u ook nog aan ontevreden te zijn over de inspiratie op de website van Van Keeken, zou u kunnen toelichten waarom u hier over ontevreden bent.

R: Ja als ik de website zo bekijk dan wordt ik niet geïnspireerd.

B: Oké en hoe zou u dan wel geïnspireerd raken door de website?

R: De uitstraling wat vlotter maken dan kom je al een heel eind.

B: wat bedoelt u dan met vlotter?

R: ja gewoon wat plaatjes of ander soort achtergrond of laten zien waar een schoen goed bij staat, echt inspireren.

B: Duidelijk, dan gaan we direct door naar de volgende vraag, die gaat ook over oriënteren online. Uh gaf aan dat online wel eens op zoek gaat naar een schoen.

R: Zoals ik al zei wordt ik niet geïnspireerd door Van Keeken op de website. Dus dan zou ik niet online gaan zoeken naar inspiratie.

B: Dat snap ik, en hoe zou dit verbeterd kunnen worden?

R: Nou zou de website vlotter maken en misschien voorbeelden met de meiden van Van Keeken hoe de schoenen staan.

B: Ja dat is ook een goede tip.

R: Je laat dan gewoon je nieuwe assortiment zien en je laat ook zien hoe de schoenen bij iemand staan.

B: Goede punten, u gaf ook nog aan wel online schoenen te kopen maar bij Van Keeken zou je dit niet doen?

R: Nou ja niet, als er toevallig een schoen op staat die ik zou willen kopen misschien. Dan misschien wel maar dat doe ik dan wel in de winkel denk ik. Vaak koop je online even snel wat als iets goedkoop is of ergens niet te koop is. Als ik het gewoon bij Van Keeken kan passen lijkt het me toch makkelijker.

B: Duidelijk. Dan waren dit eigenlijk wel mijn vragen. Heb je verder nog verbeterpunten voor Van Keeken?

R: Nee hoor, goede winkel en vriendelijk personeel. Verder geen verbeterpunten hoor ga zo door zou ik zeggen.

B: Nou dat is fijn om te horen. Ik ga de andere verbeterpunten voor u oppakken en gaan hier aan werken. Heel erg bedankt dat u even tijd voor me wilde maken en een hele fijne avond nog toegewenst!

4.3 Respondent 3

R: x

B: Hallo x, u spreekt met Bram Tigchelaar en ik bel u namens Van Keeken in Bodegraven en ik zou u graag een paar vragen willen stellen over een enquête die u laatst ingevuld heeft. Heeft u even 5 minuutjes tijd voor me?

R: Dat is geen probleem.

B: Oké mooi, het gaat over de enquêtes die u kort geleden heeft ingevuld, en daar heeft was ontevreden over een bepaalde dingen van Van Keeken. Ik ben erg benieuwd waarom u hier ontevreden over bent en hoe wij dit voor u kunnen verbeteren dus vandaar. U heeft de enquêtes ingevuld toch neem ik aan?

R: Ja ik heb hem zelf ingevuld.

B: Dan gaat het helemaal goed, want ik had een paar vraagjes over bepaalde antwoorden die u heeft gegeven. Zo gaf u bijvoorbeeld aan ontevreden te zijn over dat het assortiment niet aansluit op uw wensen, zou u dit misschien toe kunnen lichten?

R: Ja klopt, mijn merk is Gabor dit wordt vel verkocht meer niet veel. Ik weet dat dit merk veel meer soorten schoenen heeft, maar bij Van Keeken zie ik dit niet terug. Dus daar ben ik inderdaad wel ontevreden over.

B: Oké Gabor is een merk die je vaak bij Van Keeken koopt maar je vind niet altijd het juiste model bedoel je dat?

R: Ja of ergens anders maar meestal bij Van Keeken omdat ik weet dat ze daar dit merk verkopen. Het is gewoon een kwalitatief goede schoen en ik weet dat ze goed passen bij mijn voeten dus vandaar.

B: Hoe zou Van Keeken dit op kunnen lossen dat u wel weer tevreden hierover wordt?

R: Simpel, gewoon meer Gabor

B: Ja dat is duidelijk, meer soorten schoenen van het merk Gabor.

R: Precies even wat meer modellen.

B: Duidelijk, dan gaf ik ook aan online te oriënteren als je schoenen koopt, maar je gaf aan dit niet bij van Keeken te doen, zou je dit kunnen toelichten?

R: Meestal als ik me online oriënteer dan ga ik op zoek naar een specifieke schoen, denk niet dat ik op zoek ga op de website van Van Keeken om te kijken wat ze verkopen. Ik weet natuurlijk welke merken ze verkopen dus dan doe je dat niet online.

B: Ik snap wat je bedoelt. En hetzelfde gaf je ook aan bij de vraag of je wel eens iets online koopt en bij van Keeken online zou kopen, je gaf aan dit wel eens te doen maar niet bij Van Keeken zou doen. Kun je dit toelichten?

R: Ja, ik koop wel eens schoenen online vooral als ze goedkoop zijn. Bij Van Keeken ga ik gewoon langs in de winkel kan ik direct de schoenen passen.

B: Dus als je schoenen koopt online dan koop je ze alleen als ze goedkoop zijn?

R: Ja vaak van die schoenen die je ook in een kleding kan kopen zoals bij H&M bijvoorbeeld. Daar kan je voor een tientje een paar schoenen kopen, kijk dan maakt het niet echt uit. Bij Van Keeken verkopen ze wat duurdere schoenen, zoals Gabor. Ja en die schoen zou ik toch liever even willen

passen, en het is gewoon een kleine moeite om even naar de winkel te gaan is een klein stukje voor mij. Ik ook in Bodegraven vlak bij het centrum.

B: ja dat is duidelijk dan, dus de schoenen van Van Keeken vind je net even te duur om toch effe online te bestellen.

R: ja en daarnaast is het een kleine moeite om even langs te gaan, anders moet het opgestuurd worden enzo, ja dat is een kleine moeite om even langs te gaan.

B: Nou dan waren dit eigenlijk alle vragen die ik voor je had. Enorm bedankt voor je tijd en input!

4.4 Respondent 4

B: Hallo spreek ik met x?

R: ja dat klopt je spreekt met x

B: Goedendag u spreekt met Bram Tigchelaar, ik bel u namens Van Keeken. Een tijdje terug heeft u als het goed is een enquête ingevuld over de klanttevredenheid van Van Keeken, klopt dit?

R: Ja dat klopt die heb ik ingevuld.

B: Mooi dan gaat het goed, heeft u misschien even 5 minuutjes tijd om enkele vragen over deze enquête te beantwoorden?

R: Ja hoor geen probleem

B: Oké u heeft namelijk bij bepaalde vragen aangegeven dat u ontevreden was over bepaalde dingen bij van Keeken en hier wil ik graag een paar vragen overstellen zodat we de klanttevredenheid bij Van Keeken kunnen verbeteren.

R: Dat is fijn

B: mooi. Dan is de eerste vraag die ik voor je heb is u gaf aan ontevreden te zijn over hoe het assortiment van Van Keeken aansloot op uw wensen, zou u dit kunnen toelichten?

R: Ik vind de collectie vaak ouderwets, de schoenen zijn in mijn ogen wat voor oudere mensen. Ik ben zelf ook niet de jongste meer maar de schoenen die momenteel verkocht worden wordt je wel oud.

B: U bedoelt dus dat het assortiment of de schoenen bij Van Keeken momenteel ouderwets eruit vinden en wat voor oudere.

R: Ja het zijn zeg maar niet de schoenen van deze tijd.

B: Hoe zou je dit dan verbeterd willen zien?

R: Gewoon leuke vlotte schoenen.

B: Omschrijf eens hoe leuke vlotte schoenen er uit zien?

R: Wat meer kleur en sportiever.

B: Duidelijk want dit zie je nu niet bij Van Keeken?

R: Nee als ik eerlijk ben niet.

B: Duidelijk staat genoteerd. Je gaf ook ontevreden te zijn over de inspiratie op de website van Van Keeken, zou je dit kunnen toelichten?

R: Oké, op de website staan schoenen die er niet meer zijn.

B: In de winkel bedoel je ?

R: Ja in de winkel, het is een beetje jammer wanneer je in de winkel komt en ze verkopen de schoenen niet meer.

B: Is dit wel eens voorgekomen bij u?

R: Ja ik heb wel eens gehad dat ik een schoen op de website had en in de winkel was deze al uitverkocht. Is wel jammer als je speciaal voor die schoen naar de winkel gaat, alsnog wel een andere schoen gekocht maar ja.

B: Hoe zou Van Keeken dit kunnen oplossen volgens jou?

R: Nou, als een schoen niet meer te koop is haal hem dan van de website. Misschien is het ook nog mogelijk om de voorraad erbij te zetten en een mogelijkheid om te reserveren.

B: dat is inderdaad ook een goede tip. Ik snap dat u ontevreden bent als u naar de winkel komt voor een bepaalde schoen. Maar als Van Keeken dit zou oplossen door het up-to-date houden van website zou je dan wel tevreden worden?

R: Ja tuurlijk dan is dat gewoon goed.

B: Top, dan gaf u ook aan ontevreden te zijn over de dagen waarop Van Keeken open is. Zou je hier toelichten over kunnen geven?

R: Ja de zondag he, sinds een tijdje zijn steeds meer winkels open op zondag. Jammer dat de winkel niet geopend is.

B: U winkelt wel eens op zondag?

R: Ja persoonlijk vind ik het ideaal om lekker op zondag even dorp in te gaan. Lekker rustig en je kunt alles op je gemak doen. Even langs de Jumbo en even langs de winkels, voor mij is dit ideaal.

B: Dus u zou graag zien dat Van Keeken open is op zondag?

R: zeker open de deuren op zondag, snap dat je als ondernemer er niet op zit te wachten om ook op zondag te werken, maar er is genoeg jong personeel die graag wilt werken.

B: Goed, u gaf ook aan niet eens te zijn om Van Keeken aanbevelen via sociale media, zou u dit kunnen toelichten?

R: Ja, ik deel nooit echt via wat, meestal houd ik alleen me vrienden en familie in de gaten.

B: Duidelijk dan heb ik nog een vraag over het oriënteren voor het kopen van schoenen. U gaf aan dit wel te doen, en voor Van Keeken misschien, zou je dit toe kunnen lichten?

R: Ja dan hebben we het weer over het vorige punt, als de nieuwe collectie erop komt dan zou ik misschien wel weer kijken wat er te koop is bij Van Keeken, maar vorige keer was het niet goed gegaan.

B: dus de verbeterpunten hier zijn?

R: Huidige collectie er op zetten en de schoenen die niet te koop zijn er af halen.

B: Heel duidelijk, u gaf ook aan wel schoenen online te kopen en misschien ook bij Van Keeken?

R: Ja het maakt mij niet uit waar ik me schoenen koop. Online is het net welke webshops je bent en welke schoenen je tegen komt.

B: oké dat snap ik, zou je voor Van Keeken nog verbeterpunten hebben in dit opzicht?

R: uh geen idee.

B: Nou dan waren dit de vragen die ik voor je had! Dan wil ik je enorm bedanken voor je input en dan gaan we de punten verbeteren die u net aan gaf! Bedankt.

4.5 Respondent 5

B: Hallo, u spreekt met Bram spreek ik met x?

R: Hoi, ja dat klopt, waar belt u voor?

B: Ik bel u namens Van Keeken en ik heb een tijdje geleden een enquêtes verstuurd die u als het goed is ingevuld heeft en daarom bel ik u.

R: Ja dat klopt ik heb de enquête ingevuld.

B: Mooi, ik zou u daar graag wat vragen over willen stellen. U heeft namelijk bij een paar punten aangeven dat u ontevreden over sommige dingen was. Ik ben benieuwd waarom u ontevreden over deze dingen bent hoe we dit voor u kunnen verbeteren. Vind je dit goed? Het zijn een paar vragen en het duurt ongeveer 5 minuten.

R: Ja hoor dat kan wel even.

B: Super, dan is mijn eerste vraag waarom bent u ontevreden over de inspiratie op de website?

R: Ja ik ben ontevreden over de inspiratie op de website, omdat ik even de website bezocht heb toen ik de enquêtes invulde, maar momenteel staan er nog slippers op de website. Ik neem aan dat deze niet meer te koop zijn in de winter. Dus Volgens mij is de website niet helemaal fris meer.

B: Dat kan inderdaad voorkomen dat er oude collectie staat op de website en dit is natuurlijk niet de bedoeling. Hoe zou Van Keeken dit volgens u moeten verbeteren?

R: De nieuwe collectie op de website laten zien. Als je oud assortiment laat zien is het lijkt mij, niet heel aantrekkelijk. Zeker niet als je slippers laat zien in de winter.

B: Duidelijk daar heeft u een goed punt deze neem ik mee. Dan gaf u ook nog op de vraag of u nogmaals een aankoop zou doen niet mee eens te zijn. Bedoelt u dan dat u niet meer naar Van Keeken komt?

R: O dat is niet helemaal de bedoeling geweest denk. Ik denk dat ik dat verkeerd ingevuld heb, ik zou wel nog een keer een bezoek brengen aan Van Keeken. Verder ben ik tevreden over de winkel, top winkel.

B: Dat kan natuurlijk gebeuren. Eigenlijk was dat ook mijn laatste vraag. Heeft u dan nog wel andere punten waarop Van Keeken kan verbeteren in uw ogen?

R: Nee zoals ik al zei ben ik verder gewoon heel tevreden over Van Keeken. Van Keeken kan gewoon zo website even verbeteren dan is alles verder top.

B: Dat is goed om te horen. Dan wil ik u erg bedanken het was kort maar hier kunnen we weer wat mee.

4.6 Respondent 6

R: Met x

B: Hallo x, u spreekt met Bram Tigchelaar, ik heb u een tijdje geleden een enquête gestuurd over Van Keeken en deze heeft u toen ingevuld. Ik zou u graag een paar vragen willen stellen over de antwoorden die u gegeven hebt in de enquête, bel ik u gelegen?

R: Ja is goed ik heb wel even tijd.

B: Mooi ik heb maar ongeveer 5 minuutjes van uw tijd nodig. En ik wil je graag een paar vragen stellen over de antwoorden die u heeft gegeven in de enquête. Zoals u weet ging de enquête over de klanttevredenheid van Van Keeken. Op sommige antwoorden heeft u geantwoord met ontevreden, daarom wil ik graag extra weten waarom u ontevreden bent en hoe dit opgelost kan worden.

R: Ja dat is goed, dat is geen probleem.

B: Dan ben ik als eerst benieuwd waarom u ontevreden bent over de aankleding van de winkel?

R: Even denken hoor, ja heb met ontevreden geantwoord want ik vind het vaak nogal druk in de winkel en daarom heb ik hier met ontevreden geantwoord.

B: Oké bedoelt u dan met druk in de winkel druk met mensen?

R: Ja druk in de winkel je kunt niet even rustig een schoen passen omdat je dan vaak in de weg zit of er moet iemand langs.

B: Oké ik snap wat je bedoelt, maar hoe zou dit voor u opgelost kunnen worden?

R: Nou bijvoorbeeld een apart hoekje maken waar gepast kan worden. Dan kan je daar gewoon rustig passen zonder dat je echte mensen in de weg zit. Ook voor wat meer privacy zou dit wel fijn zijn.

B: Oké Van Keeken zou volgens u eigenlijk een rustig plekje in de winkel moeten creëren in de winkel waar u rustig kunt schoenen kunt passen en met wat privacy?

R: Ja ik zou dat wel heel fijn vinden, dat je gewoon rustig schoenen kunt passen. Zelf ben ik ook niet heel goed te been dus voor mij zal dit echt heel erg helpen, momenteel vind ik het echt te druk vooral als je voorin de winkel aan het passen bent.

B: Duidelijk, dat staat genoteerd daar gaan we het even over hebben. Even kijken dan had ik nog een vraag voor u, u gaf in de enquête aan dat u zich wel eens oriënteert voor het kopen van schoenen, en voor Van Keeken zou u dat ook misschien doen. Waarom zou u dat misschien doen?

R: Nou het zou denk wel handig zijn als ik weet wat er allemaal te koop is bij van Keeken.

B: Op de website van Van Keeken kunt u het assortiment bekijken, maakt u daar wel eens gebruik van dan?

R: Nee daar maak ik geen gebruik van, maar dat zou ik wel ideaal vinden eigenlijk.

B: Oké dat is dus mogelijk via de website of zou u het nog via een andere weg willen bekijken, via sociale media bijvoorbeeld?

R: Nee hoor op de website is het prima, laat het me weten wanneer er een nieuwe collectie is.

B: Ja van Keeken zou u bijvoorbeeld kunnen mailen wanneer er een nieuw assortiment te vinden is op de website, hoe zou u dat vinden?

R: Ja ik zou dat heel goed vinden.

B: Goed, en u geeft ook online wel eens schoenen te kopen en u zegt dat misschien wel te willen bij Van Keeken?

R: Nee ik ga liever naar de winkel om de schoenen te passen. Online koop ik schoenen als ik weet dat ze goed zitten. Van Keeken dat zit bij mij in de buurt dus dan zal ik niet online schoenen kopen.

B: Goed, dit waren eigenlijk de punten waarop u ontevreden was dus dit waren mijn vragen heeft u zelf nog verbeterpunten voor Van Keeken of zijn er nog andere dingen waar u ontevreden over bent?

R: Nee hoor maar ik zou het wel heel fijn vinden als er een rustig plekje gecreëerd wordt om te passen.

B: Oké ik neem dat punt mee en dan wil ik u bedanken voor uw tijd en uw input.

R: Geen probleem graag gedaan.

4.7 Respondent 7

B: Goedendag u spreekt met Bram Tigchelaar, spreek ik met x?

R: Ja dat klopt.

B: Mooi ik wilde u graag spreken, ik bel u namens Van Keeken Bodegraven en u heeft vrij recent een enquête ingevuld over de klanttevredenheid over Van Keeken en u gaf aan ontevreden te zijn over bepaalde dingen bij Van Keeken. Ik ben erg benieuwd waarom u dan ontevreden daarover bent en hoe wij dit voor u kunnen verbeteren zodat u wel tevreden wordt. Vind u het goed als ik u een paar vragen stel, het duurt ongeveer 5 minuutjes.

R: Geen probleem.

B: Oké gelukkig. U gaf bij de eerste vraag aan dat u ontevreden was over het assortiment van Van Keeken, kunt u dit toelichten? Over of het assortiment aansluit op uw wensen.

R: Ja dat klopt ik kan wel zeggen dat ik ontevreden ben over het assortiment bij Van Keeken. Ik vind de huidige collectie niet mooi het zou wat hipper mogen.

B: Duidelijk, hoe zou van Keeken dit dan kunnen verbeteren? Wat versta je bijvoorbeeld onder hipper?

R: Gewoon wat hipper en niet zo oubollig, meer voor dames. Ook al ben je 60 dan ben je toch op zoek naar goede schoenen die lekker zitten maar die er ook goed uit ziet en dat mis ik een beetje het zou meer aanbod en dan jonger en pittiger schoenen voor de hippe vrouw van 60. Ik kan niet echt omschrijven wat voor schoenen het zijn of wat voor merk, maar gewoon hipper.

B: Ik snap denk wel wat u bedoelt. Even wat meer diversiteit in het assortiment en wat hippere schoenen zouden u tevreden maken?

R: Ja zeker.

B: Duidelijk dan gaf u ook nog aan dat u ontevreden was over de aankleding van de winkel. Kunt u daar ook toelichting over geven waarom u ontevreden over de aankleding van de winkel bent.

R: Ja ik was laatst in de winkel tijdens de sale en toen lag alles op een hoop en is het niet overzichtelijk. Vind het ook niet echt bij de stijl van Van Keeken horen alles op een hoop gegooid, het zijn gewoon dure schoenen dus dat vond ik. Normaal is het gewoon goed en netjes gepresenteerd.

B: Dus u bent alleen ontevreden omdat tijdens de sale alles schoenen op een hoop lagen, maar normaal bent u dan wel tevreden?

R: Jazeker, met de sale even wat netter presenteren dan is het ook opgelost.

B: Ook duidelijk, dan heb ik nog een vraag over sociale media. U gaf aan niet eens te zijn om Van Keeken aan te bevelen via sociale media, zou u dit toe kunne lichten?

R: Uh, ja ik heb daar niet zo een behoefte aan eerlijk gezegd.

B: Bent u actief op Facebook?

R: Nee niet actief, ik heb een account maar daar doe ik niet veel mee. Ik heb Van Keeken wel geliket op Facebook, maar ik deel nooit wat of zo.

B: En dat zou u ook niet doen als u een leuk bericht van Van Keeken tegenkomt op Facebook?

R: Nee denk het niet.

B: Nou duidelijk, dan waren dit eigenlijk mijn vragen. Heb je zelf nog verbeterpunten voor Van Keeken?

R: Nee hoor, ik hoop dan dat er wat hippere schoenen terug komen met de zomercollectie en verder ben ik dan tevreden hoor.

B: Dat is goed om te horen, dan ben ik blij dat u even tijd voor me had en dan wens ik u nog een hele fijne dag toe.

4.8 Respondent 8

B: Hallo u spreekt met Bram Tigchelaar, ik bel u namens Van Keeken. Bel ik u gelegen?

R: Ik weet niet waar het over gaat?

B: Als het goed is heeft u recent een enquête ingevuld over de klanttevredenheid van Van Keeken en hier wil ik graag een paar vragen over stellen. Kunt u de enquête nog herinneren?

R: Ja klopt die heb ik vorige week ingevuld.

B: Oké mooi, de enquête ging over de klanttevredenheid van Van Keeken u heeft een paar keer aangegeven ontevreden te zijn over een paar dingen en ik zou graag willen weten waarom u ontevreden bent en hoe ik dit kan oplossen.

R: Dat is goed.

B: Mooi, het duur ongeveer 5 minuutjes en het zijn een paar korte vragen.

R: Geen probleem.

B: Dan ben ik benieuwd waarom u zeer ontevreden bent over het assortiment. Op de vraag of het assortiment aansluit op uw wensen heeft u geantwoord met zeer ontevreden. Kunt u dit misschien toelichten?

R: Ja vaak zijn er enkele schoenen in de collectie die ik zelf mooi vind. Alleen grijp ik vaak mis wanneer ik de juiste maat nodig heb.

B: Dus u vind wel schoenen die u leuk vind, maar vaak is de juiste maat niet aanwezig?

R: Ja inderdaad en dat vind ik best lastig. Dan heb je eindelijk een goede schoen gevonden die er ook leuk uit ziet en dan is de juiste maat er niet daar baal ik van. Maar het is dan ook niet dat er een alternatief aangeboden wordt, ja er wordt wel een alternatief aangeboden maar dit zijn vaak niet de schoenen die ik dan weer leuk vind.

B: Hoe zou Van Keeken dit dan op kunnen lossen volgens jou?

R: Misschien wat meer trendy shoes en alsjeblieft maat 42.

B: Duidelijk dus meer diversiteit en maat 42 want dat u uw maat geloof ik?

R: Ja inderdaad.

B: Zal u dan tevreden worden als Van Keeken die de volgende keer aanbiedt?

R: Ja zeker dan zal ik heel tevreden zijn.

B: Mooi, daar kan aan gewerkt worden. Daarnaast gaf ik ook aan dat u qua aankleding van de winkel ook ontevreden was, zou u dit toe kunnen lichten?

R: Winkel zelf is qua aankleding goed hoor, alleen als je moet passen zit je zo in het looppad en in het zicht. Ik vind dat persoonlijk zelf niet zo fijn. Dus daarom heb ik aangegeven dat ik ontevreden daar over ben.

B: Duidelijk, hoe zou Van Keeken dit dan voor u moeten verbeteren?

R: Een plekje maken waar rustig gepast kan worden.

B: oké en hoe zie je dit dan voor je gewoon in de winkel wel?

R: ja wel in de winkel dat zou wel moeten, maar niet zo in het begin waar je zo het zicht zit.

B: Dus bijvoorbeeld een plekje achter in de winkel?

R: Ja dat lijkt mij prima ook voor het personeel die zit dan dichtbij het magazijn waar de schoenen vandaan komen.

B: Duidelijk, de volgende vraag. U gaf aan bij de vraag zou u Van Keeken aanbevelen via sociale media niet mee eens te zijn. Zou u dit kunnen toelichten?

R: Ja ik maak geen gebruik van Facebook en andere media. Dus vandaar.

B: Nee dat is dan logisch. En u gaf aan dat u zich wel een oriënteert voor het kopen van schoenen online. Maar u zal dit niet doen via de website van Van Keeken kunt u ook toelichten waarom dit niet zou doen?

R: Ik zou denk niet op zoek gaan naar de schoenen van Van Keeken, dat zie ik wel in de winkel.

B: En als Van Keeken het nieuwe assortiment laat zien en je kunt thuis alvast bekijken wat er nieuw is zou je dan er gebruik van maken?

R: Weet ik niet ik denk niet. Tijdens het winkelen stap je toch de winkel gewoon in en dan kijk je daar wel wat er allemaal te koop is. Als ik echt nieuwe schoenen heb dan ga je gewoon naar de winkel en zal denk niet op de website van Van Keeken kijken of daar toevallig een schoen staat die ik zoek, nee denk het niet.

B: Ook gaf je aan wel schoenen online te kopen maar niet van Van Keeken. Waarom zou je geen schoenen kopen bij Van Keeken?

R: ik zal niet weten waarom niet. Misschien omdat de schoenen toch wilt passen omdat het hier om wat duurdere schoenen gaat. En je gaat echt naar Van Keeken voor een comfort schoen. Dus dan moet die echt passen.

B: Goed dan waren dit eigenlijk alle vragen al. Heb je zelf nog extra toevoegingen of verbeterpunten voor Van Keeken?

R: Nee denk het niet.

B: Goed dan wil ik je bedanken voor je tijd en de verbeterpunten natuurlijk.

R: Graag gedaan.

4.9 Respondent 9

B: Goedendag u spreekt met Bram Tigchelaar, ik bel namens van Keeken, spreek ik met x?

R: Ja daar spreekt u mee.

B: Goed, als het goed is heeft u vrij recent een enquête ingevuld van Van Keeken en daar zou u graag een paar vragen over stellen, komt het u uit? Het duurt ongeveer 5 minuutjes.

R: O ja hoor geen probleem.

B: dat is mooi, u heeft op een paar vragen geantwoord met ontevreden, ik ben benieuwd waarom u ontevreden bent en of we dit voor u kunnen verbeteren. U gaf bijvoorbeeld aan dat u ontevreden was over de aankleding van de winkel, zou u dit kunnen toelichten?

R: Ja, de winkel vind ik zelf niet echt modern. Vooral als je het vergelijkt met andere schoenenwinkels.

B: Oké helder, en wat bedoel je dan met niet echt modern?

R: Nou het gaat hier toch wel om een highclass schoenenwinkel met Van Bommels, Van Lier en dat soort merken. Dan verwacht je ook wel een highclass uitstraling, dit zie je bij Van Keeken niet echt terug komen. En daarom als je mij vraag hoe tevreden ben je over de uitstraling van winkel ja dan ben ik ontevreden.

B: Duidelijk ik snap wat je bedoelt, hoe zou Van Keeken dit dan beter kunnen doen in je ogen, dus wat zijn dan verbeterpunten?

R: De inrichting zou gemoderniseerd mogen worden. Ja gewoon wat meer sfeer van een highclass schoenenwinkel.

B: Oké, duidelijk. Uh, het volgende punt waar ik het met u over wil hebben dat is, dat u aangeeft wel online te oriënteren maar u zou dit niet voor Van Keeken doen, wat is hier de reden achter?

R: Ja meestal als ik schoenen online op zoek wil ik zo ook direct kopen dat is bij Van Keeken niet mogelijk.

B: En als dit wel mogelijk zou zijn bij Van Keeken?

R: Nee zou denk ook niet bij Van Keeken schoenen kopen.

B: En als je een leuke schoen voorbij ziet komen op internet van Van Keeken op Facebook bijvoorbeeld, zou je deze dan niet in de winkel kopen?

R: ik zou er niet speciaal voor naar de winkel gaan.

B: Duidelijk. Je gaf ook aan in de enquête dat je wel eens online schoenen koopt, maar voor Van Keeken zou je dit ook misschien doen. Dus zou je als het mogelijk zou toch schoenen kopen bij Van Keeken online?

R: Nee denk het niet. Bij Van Keeken zou ik geen schoenen kopen online het is makkelijker om langs te gaan. Dan zou ik toch even naar de winkel gaan om de schoenen te passen.

B: Zou je hierin dan nog verbeterpunten hebben voor van Keeken, voor het online gedeelte zeg maar?

R: Nee hoor ik zou lekker blijven focussen op online.

B: Goed, dan waren dit al mijn vragen. Heeft u zelf nog vragen of verbeterpunten voor Van Keeken?

R: Nee eigenlijk niet.

B: Dan wil ik u bedankten voor uw tijd en uw input en dan wens ik u nog een hele fijne dag toe!

4.10 Respondent 10

R: Met x.

B: Hallo x, u spreekt met Bram Tigchelaar. Ik bel u namens Van Keeken Bodegraven, heeft u misschien eventjes tijd voor mij op een paar vragen te beantwoorden?

R: Dat is goed waar gaan de vragen over?

B: De vragen gaan over een enquête die u als het goed is een tijdje geleden online ingevuld heeft, klopt het dat u een tijdje terug een enquête heeft ingevuld?

R: Ja dat klopt.

B: Mooi, daar zou ik u graag een paar vragen over stellen. Het gaat over hoe tevreden u over Van Keeken Bodegraven bent. U heeft in de enquête aangegeven over sommige dingen ontevreden te zijn, ik ben benieuwd waarom u ontevreden bent en hoe dit opgelost kan worden. Het duurt ongeveer 5 minuutjes en het zijn maar een paar vragen want ik zag dat u meer ontevreden bent over twee dingen.

R: Oké

B: De eerste vraag die ik voor u heb is waarom bent u ontevreden over de dagen waarop Van Keeken geopend is?

R: Ja, ik mis Van Keeken op zondag. Sinds een tijdje zijn bepaalde winkels geopend en daar is Van Keeken er niet een van. Maar ik winkel wel eens op zondag en dan is het raar als de helft van de winkels wel open is en de andere helft niet.

B: Oké dus u mist Van Keeken op zondag in de winkelstraat?

R: Ja ik zou wel graag willen dat Van Keeken geopend is op zondag, zodat ik daar ook gewoon kan winkelen. Ik zou niet elke zondag langs gaan, maar als ik dan zondag winkel dan zou ik het wel top vinden als alle winkels dan gewoon open zijn.

B: Dat is duidelijk dus als Van Keeken op zondag open zou zijn dan zal u tevreden worden over de openingsdagen?

R: Nou ja dan zou ik volgende keer wel aangeven dat ik tevreden ben inderdaad.

B: Dan komen we bij de volgende vraag. U gaf aan bij nogmaals een aankoop te doen bij Van Keeken hier net mee eens te zijn? Wat is hier de reden van?

R: Uh, zelfde reden als vorige vraag eigenlijk. Tegenwoordig shop ik vaak op zondag en als Van Keeken niet open is dan kan ik ook niet langs komen.

B: Oké want u winkelt alleen op zondag?

R: Ja als ik echt ga shoppen wel ja. Dat is de dag dat ik kan shoppen. De rest van de week heb ik geen tijd en ben ik druk. Dus ik vind zondag de perfecte dag om te shoppen, gelukkig zie je ook steeds vaker dat het al mogelijk is.

B: dus als Van Keeken open gaat op zondag dan komt u gewoon langs?

R: Ja precies. Het is niet dat ik doordeweeks niet naar Van Keeken zal gaan, ja als dit lukt wel natuurlijk maar als dit voor mij niet uitkomt ja dan kom ik niet in de winkel natuurlijk.

B: Duidelijk, heb je dan nog andere punten waar u ontevreden bent over Van Keeken?

R: Nee niet dat ik kan bedenken.

B: Misschien verbeterpunten?

R: Nee ook niet.

B: Nou goed, dan waren dit mijn vragen. Dan wil ik u bedanken voor uw tijd. Ik neem uw antwoorden mee. En dan wens ik u nog een hele fijne dag.

4.11 Respondent 11

B: Goedendag, u spreekt met Bram Tigchelaar, spreek ik met x?

R: Hallo, ja dat klopt daar spreekt u mee. Waar kan ik u mee helpen?

B: Ik bel u namens Van Keeken in Bodegraven en ik wil u graag een paar vragen stellen over de een enquête die u een tijdje geleden online heeft ingevuld. Deze enquête ging over de klanttevredenheid van Van Keeken en u heeft hier aangegeven over bepaalde punten ontevreden te zijn. Ik ben benieuwd waarom u ontevreden bent en hoe dit opgelost kan worden.

R: Ja

B: Het duurt ongeveer 5 minuutjes en het zijn maar een paar vragen. De eerste vraag is u heeft aangegeven zeer ontevreden te zijn over de dagen waarop Van Keeken geopend is, zou u kunnen toelichten waarom u zeer ontevreden hierover bent?

R: Ja. Het wordt steeds drukker op zondag, helaas is Van Keeken dan nog niet open en dat is wel de dag dat ik in dorp ben. Dus vandaar dat ik zeer ontevreden ben. Ik ben ook zeker voorstander van dat alle winkels gewoon open moeten, het is natuurlijk niet interessant en ook niet goed voor het winkelbeeld als er maar een paar winkels open gaan. Ik vind dat daarom alle ondernemers gewoon samen moeten zeggen, ja we gaan met ze alle open. Dan wordt het voor winkelende mensen ook interessant om weer naar dorp te gaan. En nu is het een beetje jammer dat er maar enkele winkels open zijn. Hopelijk gaat Van Keeken in de toekomst wel gewoon op zondag open.

B: Das duidelijk u heeft er behoefte aan om op zondag te shoppen. Maar dan gaan we meteen naar de volgende vraag, want u gaf ook aan bij de vraag, zou u nogmaals een aankoop doen bij Van Keeken niet mee eens te zijn. Wat is hier de reden voor?

R: Zolang Van Keeken niet op zondag open is kom ik niet langs. En dan komt het niet omdat ik niet tevreden over Van Keeken ben maar gewoon, omdat ik vind dat alle winkels samen open moeten gaan en omdat ik graag op zondag naar de stad ga. Vooral in de zomer is het toch gezellig wanneer alle winkels open zijn. Lekker zonnetje erbij op de hoek kun je een lekker ijsje halen.

B: Duidelijk, dus echt een verbeterpunt voor u zou zijn dat Van Keeken op zondag open moet zijn, dan komt u ook weer langs?

R: Ja ga zondag open dan kom ik weer langs, het is ook beter voor andere ondernemers die wel open zijn. Dan wordt het voor het winkelende publiek weer aantrekkelijker en komen er meer mensen.

B: Goed heel duidelijk. Dan ben ik nu benieuwd naar het volgende punt namelijk Van Keeken aanbevelen via sociale media, daar gaf u aan niet mee eens te zijn. Dus u zou van Keeken niet aanbevelen via sociale media?

R: Nee daar ben ik niet zo van. Misschien dan een beetje ouderwets maar ik maak daar geen gebruik van dus ik kan dat niet doen.

B: Duidelijk, u heeft geen Facebook, Twitter of Instagram?

R: Nee dat heb ik allemaal niet jongen.

B: Oké, dan gaan we naar het volgende onderwerp. Het online oriënteren van schoenen, u gaf aan dit wel te doen maar u zou dit niet doen bij van Keeken, zou u dit toe kunnen lichten?

R: Denk niet dat ik de schoenen van Van Keeken online zal op zoeken. Denk ook niet dat van Keeken voorbij komt als ik op zoek ga naar schoenen.

B: en als je weet dat het assortiment van Van Keeken online staat zou je dan kijken wat er te koop is in de winkel?

R: Nee dan kijk ik wel in de winkel wat er te koop is. Je wilt toch weten hoe de schoen zit en dan kun je net zo goed direct naar de winkel gaan.

B: Duidelijk, dan waren dit mijn vragen eigenlijk. Heb je zelf nog aanvullingen of verbeterpunten voor Van Keeken?

R: Nee hoor gewoon op zondag open gaan, dan ben ik tevreden.

B: mooi dan wil ik u bedanken. Ik neem u verbeterpunten mee en ga dit bespreken. En verder wens ik u nog een hele fijne dag toe.

4.12 Respondent 12

B: Goedendag u spreekt met Bram Tigchelaar, ik bel namens de schoenenwinkel Van Keeken in Bodegraven. Bel ik u gelegen? Ik zou u graag een paar vragen willen stellen?

R: Als het niet te lang duurt is het goed.

B: Het duurt ongeveer 5 minuutjes en het gaat over een enquête van Van Keeken die u een tijdje geleden heeft ingevuld. Klopt het dat u een enquête heeft ingevuld over Van Keeken?

R: Ja dat klopt die heb ik ingevuld.

B: Dan gaat het goed. De enquête ging over de klanttevredenheid over Van Keeken en daar heeft gaf u op een bepaalde vraag aan niet tevreden te zijn. Ik ben benieuwd waarom u ontevreden bent en hoe dit verbeterd kan worden. Is het goed dat ik je hier een paar vragen over stel?

R: Ja dat is goed.

B: Oké u gaf bij een vraag aan dat u niet nogmaals een aankoop zou doen bij Van Keeken wat is hier de reden van?

R: Ik vind de schoenen van Van Keeken te duur, niet mijn budget.

B: Oké de schoenen van Van Keeken zijn wat duurder en zijn kwalitatief hogere schoenen inderdaad, hoe zou Van Keeken dit dan kunnen verbeteren volgens u?

R: Meer uitverkoop of schoenen goedkoper en betaalbaar maken

B: Ja dat is duidelijk. En u geeft ook aan het helemaal niet mee eens te zijn om Van Keeken aan te bevelen via sociale media. Zou u kunnen toelichten waarom u niet eens bent met dit?

R: Ik gebruik geen sociale media. Hoeft van mij niet social media, dat is meer iets voor mijn kinderen.

B: Dat begrijp ik als u het niet gebruikt dan heeft u er niet zo veel aan. Dan heb ik nog wel een vraag over het online van kopen. U gaf aan dat wel eens te doen?

R: Ja dat klopt ik koop wel eens schoenen online inderdaad.

B: Want u gaf aan dat u dit ook niet zou doen voor van Keeken wat is hier de reden dan van?

R: Nou ik denk niet dat ik online schoenen zou kopen, zijn vaak prijzige schoenen en het is belangrijk dat de maat klopt.

B: De reden is dus dat je de schoenen van Van Keeken niet zou kopen, omdat je deze te duur vindt om te verzenden?

R: Niet om te verzenden maar het zijn toch wel dure schoenen dus dan wil je toch wel dat de schoenen goed zitten en goed passen. Dus bij zo een dure aankoop zou ik toch liever gewoon naar de winkel gaan.

B: Duidelijk. Dan waren dat eigenlijk mijn vragen. Heb je zelf nog verbeterpunten voor van Keeken?

R: Nee denk het niet.

B: Nou dan wil ik u onwijs bedanken voor uw tijd en dan wens ik u nog een hele fijne dag toe.

Bijlage 5: Respondent schema's telefonische interviews

Respondent	V1.1	V1.2	V1.3	V1.4	V1.5	V2.1	V2.2	V2.3	V2.4	V2.5	V3.1
1	Zeer ontevreden	Zeer ontevreden	Zeer ontevreden	Zeer ontevreden	Zeer ontevreden	Tevreden	Neutraal	Neutraal	Tevreden	Ontevreden	Tevreden
2	Ontevreden	Ontevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Ontevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Ontevreden	Tevreden
3	Ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Tevreden	Volledig tevreden
4	Tevreden	Ontevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Ontevreden	Tevreden
5	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Tevreden	Neutraal	Ontevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Ontevreden	Tevreden
6	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Tevreden	Zeet ontevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Tevreden
7	Ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Tevreden
8	Zeet ontevreden	Zeet ontevreden	Neutraal	Tevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Tevreden
9	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Tevreden	Neutraal	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Tevreden
10	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Tevreden	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Tevreden	Volledig tevreden
11	Tevreden	Neutraal	Ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Tevreden
12	Tevreden	Neutraal	Ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Tevreden

V3.2	V3.3	V3.4	V4.1	V4.2	V4.3	V4.4	V4.5	V5.1	V5.2	V5.3	V6.1	V6.2	V6.3
Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Zeet ontevreden
Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden
Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden
Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Ontevreden
Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Tevreden	Tevreden	Tevreden
Volledig tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Volledig tevreden	Ontevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Neutraal	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden
Tevreden	Neutraal	Neutraal	Ontevreden	Neutraal	Ontevreden	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Tevreden	Tevreden	Tevreden
Tevreden	Tevreden	Tevreden	Ontevreden	Tevreden	Ontevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden
Volledig tevreden	Tevreden	Tevreden	Tevreden	Volledig tevreden	Ontevreden	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Neutraal	Tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden
Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Tevreden	Tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Neutraal	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Volledig tevreden	Ontevreden
Tevreden	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Zeet ontevreden
Tevreden	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Tevreden	Tevreden	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal

V7.1	V7.2	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16
Neutraal	Neutraal	Niet mee eens	2 keer	Een half jaar ge 2 keer	Een half jaar ge Eens	Een half jaar ge Eens	Eens	Eens	Niet mee eens	Ja
Tevreden	Tevreden	Eens	3 of 4 keer	Een week geled 3 of 4 keer	Een week geled Eens	Een week geled Eens	Eens	Eens	Ja	Ja
Tevreden	Tevreden	Volledig eens	5 keer of meer	Een week geled 3 keer	Een half jaar ge Neutraal	Een half jaar ge Neutraal	Eens	Neutraal	Ja	Ja
Tevreden	Tevreden	Eens	5 keer of meer	Deze week nog 5 keer of meer	Deze week nog Eens	Deze week nog Eens	Eens	Niet mee eens	Ja	Ja
Neutraal	Tevreden	Niet mee eens	3 of 4 keer	Een maand gele 1 keer	Een maand gele Eens	Een maand gele Eens	Eens	Neutraal	Ja	Ja
Tevreden	Neutraal	Eens	3 of 4 keer	Een maand gele 3 of 4 keer	Een maand gele Eens	Een maand gele Eens	Eens	Neutraal	Ja	Ja
Tevreden	Tevreden	Neutraal	5 keer of meer	Een week geled Niet	Langer dan een Niet mee eens	Langer dan een Niet mee eens	Niet mee eens	Niet mee eens	Niet mee eens	Nee
Tevreden	Tevreden	Eens	5 keer of meer	Een week geled 3 of 4 keer	Een half jaar ge Neutraal	Een half jaar ge Neutraal	Niet mee eens	Niet mee eens	Niet mee eens	Ja
Tevreden	Neutraal	Eens	3 of 4 keer	Een maand gele 3 of 4 keer	Een maand gele Eens	Een maand gele Eens	Eens	Neutraal	Ja	Ja
Volledig tevreden	Volledig tevreden	Niet mee eens	3 of 4 keer	Een week geled 2 keer	Een maand gele Volledig eens	Een maand gele Volledig eens	Volledig eens	Eens	Ja	Ja
Ontevreden	Ontevreden	Niet mee eens	2 keer	Een maand gele 1 keer	Een maand gele Neutraal	Een maand gele Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Ja
Ontevreden	Neutraal	Helemaal niet mee eens	2 keer	Een maand gele 1 keer	Een maand gele Neutraal	Een maand gele Neutraal	Neutraal	Neutraal	Neutraal	Ja

V17	V18	V19	V20	V21	V22
Miss	Ja	Nee	Vrouw	51 t/m	Ja
Miss	Ja	Nee	Vrouw	41 t/m	Ja
Nee	Ja	Nee	Vrouw	51 t/m	Ja
Miss	Ja	Miss	Vrouw	51 t/m	Ja
Ja	Ja	Ja	Vrouw	21 t/m	Ja
Miss	Ja	Miss	Vrouw	31 t/m	Ja
Nee	Nee	Nee	Vrouw	51 t/m	Ja
Nee	Ja	Nee	Vrouw	51 t/m	Ja
Nee	Ja	Miss	Man	51 t/m	Ja
Ja	Ja	Ja	Vrouw	41 t/m	Ja
Nee	Ja	Nee	Vrouw	41 t/m	Ja
Ja	Ja	Miss	Man	51 t/m	Ja

Bijlage 6: Analyse schema's

6.1: Analyse schema 1

Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over het assortiment bij Van Keeken (assortiment sluit aan op mijn wensen):			
Respondent	Antwoord	Reden	Verbeterpunten
Respondent 1	Zeerv ontevreden	Ik slaag bijna nooit dat komt omdat de schoenen ouderwets zijn het zou wet frisser mogen	Groter aanbod, meer diversiteit
Respondent 2	Ontevreden	Weinig merken en niet de merken die ik zoek die ze voorheen wel hadden	Wat meer keus in diverse merken zoals Rieker
Respondent 3	Ontevreden	Mijn merk is Gabor dit wordt wel verkocht maar niet veel.	Meer Gabor
Respondent 4	Ontevreden	Ik vind de collectie vaak ouderwets, de schoenen zijn in mijn ogen wat voor oudere.	Leuke vlotte schoenen
Respondent 7	Ontevreden	Ik vind de huidige collectie niet mooi het zou wat hipper mogen	Voor dames (ook al zijn ze bijna 60 jaar) meer aanbod, jonger/pittiger aanbod, dynamischer aankleding
Respondent 8	Zeerv ontevreden	Vaak zijn er enkele schoenen in de collectie die ik zelf mooi vind. Alleen ik grijp vaak mis wanneer ik de juiste maat nodig heb.	Misschien wat meer trendy shoes en alsjeblief maat 42

6.2 Analyse schema 2

Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de website van Van Keeken (inspiratie op de website):			
Respondenten	Antwoord	Reden	Verbeterpunten
Respondent 1	Ontevreden	De collectie klopt vaak niet wat er in de winkels staat en vaak weet ik niet wanneer er nieuwe collectie is.	De collectie op de website up to date houden en communiceren bij nieuwe collectie
Respondent 2	Ontevreden	Als ik de website zo bekijk dan wordt ik niet geïnspireerd.	Uitstraling wat vlotter maken
Respondent 4	Ontevreden	Op de website staan schoenen die er niet meer zijn, beetje jammer wanneer je in de winkel komt en ze verkopen de schoenen niet meer.	Als een schoen niet meer te koop is haal hem dan van de website. Misschien is het ook nog mogelijk om de voorraad erbij te zetten en een mogelijkheid om te reserveren
Respondent 5	Ontevreden	Momenteel staan er nog steeds slippers op de website. Ik neem aan dat deze niet meer te koop zijn in de winter. Volgens mij is de website niet meer helemaal fris.	De nieuwe collectie op de website laten zien.

6.3 Analyse schema 3

Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de winkel van Van Keeken (aankleding winkel):			
Respondente n	Antwoord	Reden	Verbeterpunten
Respondent 6	Ontevreden	Ik vind het vaak nogal druk in de winkel.	Een apart hoekje maken waar gepast kan worden. Ook voor wat meer privacy
Respondent 7	Ontevreden	Meer overzicht, met de sale ligt alles op een hoop en is het niet overzichtelijk	Wat netter presenteren
Respondent 8	Ontevreden	Winkel zelf is qua aankleding goed hoor, alleen als je moet passen zit je zo in het looppad en in het zicht.	Een plekje maken waar rustig gepast kan worden.
Respondent 9	Ontevreden	De winkel vind ik zelf niet echt modern. Vooral als je het vergelijkt met andere schoenenwinkels.	De inrichting zou gemoderniseerd mogen worden.

6.4 Analyse schema 4

Beoordeel in hoeverre u tevreden bent over de openingstijden van Van Keeken (dagen waarop de winkel geopend is):			
Respondenten	Antwoord	Reden	Verbeterpunten
Respondent 1	Zeer ontevreden	Ik winkel vaak op zondag en dan is Van Keeken dicht, echt een gemiste kans.	Open op zondag
Respondent 4	Ontevreden	Jammer dat de winkel niet geopend is op zondag. Er zijn steeds meer winkels open op zondag	Open de deuren op zondag
Respondent 10	Ontevreden	Ik mis Van Keeken op zondag.	Open op zondag
Respondent 11	Zeer ontevreden	Het wordt steeds drukker in het dorp op zondag, helaas is Van Keeken dan nog niet open en dit is wel de dag dat ik in dorp ben.	Hopelijk in de toekomst wel op zondag open

6.5 Analyse schema 5

Ik ga binnenkort nogmaals een bezoek brengen aan de winkel van Van Keeken			
Respondenten	Antwoord	Reden	Verbeterpunten
Respondent 1	Niet mee eens	Omdat ik het assortiment niet aantrekkelijk vind	Zoals ik al zei meer diversiteit en aanbod
Respondent 5	Niet mee eens	Ik denk dat ik dat verkeerd ingevuld hebt ik zou wel nog een keer een bezoek brengen aan Van Keeken	N.v.t.
Respondent 10	Niet mee eens	Tegenwoordig shop ik vaak op zondag en als van Keeken niet open is dan kan ik ook niet langs komen	Op zondag open
Respondent 11	Niet mee eens	Zolang Van Keeken niet op zondag open is kom ik niet langs	Ga zondag open, ook beter voor de andere ondernemers die wel open zijn.
Respondent 12	Helemaal niet mee eens	Ik vind de schoenen van Van Keeken te duur, niet mijn budget.	Meer uitverkoop of schoenen goedkoper en betaalbaar maken

6.6 Analyse schema 6

Ik zou Van Keeken aanbevelen via sociale media:			
Respondenten	Antwoord	Reden	Verbeterpunten
Respondent 1	Niet mee eens	Ik gebruik geen sociale media.	Geen verbeterpunten
Respondent 4	Niet mee eens	Ik deel nooit echt via wat meestal houd ik alleen me vrienden en familie in de gaten.	Geen verbeterpunten
Respondent 7	Niet mee eens	Ik heb daar niet zo een behoefte aan eerlijk gezegd.	Geen verbeterpunten
Respondent 8	Niet mee eens	Maak geen gebruik van Facebook en andere media.	Geen verbeterpunten
Respondent 11	Helemaal niet mee eens	Nee daar ben ik niet zo van.	Geen verbeterpunten
Respondent 12	Helemaal niet mee eens	Hoeft van mij niet sociale media, dat is meer iets voor mijn kinderen.	Geen verbeterpunten

6.7 Analyse schema 7

Wel online oriënteren voor schoenen en misschien ook bij Van Keeken			
Respondenten	Antwoord	Reden	Verbeterpunten
Respondent 1	Ja en misschien	Omdat de collectie niet klopt, als de goede en nieuwe collectie getoond wordt dan zal ik er denk wel gebruik van maken.	Nieuwe collectie laten zien op de website en het communiceren.
Respondent 2	Ja en misschien	Zoals ik al zei wordt ik niet geïnspireerd door Van Keeken.	Vlotter maken en misschien voorbeelden met de meiden van Van Keeken hoe de schoenen staan.
Respondent 4	Ja en misschien	Als de nieuwe collectie erop komt dan zou ik misschien wel weer kijken wat er te koop is bij Van Keeken.	Huidige collectie er op zetten en de schoenen die niet te koop zijn er af halen.
Respondent 6	Ja en misschien	Zou denk wel handig zijn als ik weet wat er allemaal te koop is bij Van Keeken.	Laat het me weten wanneer er nieuwe collectie is.

6.8 Analyse schema 8

Wel online oriënteren voor schoenen en niet bij Van Keeken			
Respondenten	Antwoord	Reden	Verbeterpunten
Respondent 3	Ja en nee	Meestal als ik me online oriënteer dan ga ik op zoek naar een specifieke schoen, denk niet dat ik op zoek ga op de website van Van Keeken om te kijken wat ze verkopen.	Geen
Respondent 8	Ja en nee	Ik zou denk niet op zoek gaan naar de schoenen van Van Keeken, dat zie ik wel in de winkel	Geen
Respondent 9	Ja en nee	Meestal als ik schoenen online op zoek wil ik zo ook direct kopen dat is bij Van Keeken niet mogelijk.	Nee zou denk ook niet bij Van Keeken schoenen kopen
Respondent 11	Ja en nee	Denk niet dat ik de schoenen van Van Keeken online zal op zoeken. Denk ook niet dat Van Keeken voorbij komt als ik op zoek ga naar schoenen.	Geen verbeterpunten

6.9 Analyse schema 9

Koopt wel online schoenen en misschien ook bij Van Keeken online			
Respondenten	Antwoord	Reden	Verbeterpunten
Respondent 1	Ja en misschien	Als het mogelijk is om schoenen te bestellen en het ook goed werkt misschien wel.	Zelfde als ik al zei laat het nieuwe assortiment zien.
Respondent 2	Ja en misschien	Als er toevallig een schoen op staat die ik zou willen kopen misschien.	Geen verbeterpunten
Respondent 4	Ja en misschien	Ja het maakt mij niet uit weer ik me schoenen koop.	Uh geen idee.
Respondent 8	Ja en misschien	Ik zal niet weten waarom niet.	Geen verbeterpunten

6.10 Analyse schema 10

Koopt wel schoenen online maar niet bij Van Keeken online			
Respondenten	Antwoord	Reden	Verbeterpunten
Respondent 3	Ja en nee	Ik koop wel eens schoenen online vooral als ze goedkoop zijn. Bij Van Keeken ga ik gewoon langs in de winkel kan ik direct de schoenen passen.	Geen verbeterpunten
Respondent 6	Ja en nee	Nee ik ga liever naar de winkel om de schoenen te passen. Online kopen ik schoenen als ik weet dat ze goed zitten.	Geen verbeterpunten
Respondent 9	Ja en nee	Bij van Keeken zou ik geen schoenen kopen online het is makkelijker om langs te gaan.	Geen verbeterpunten
Respondent 12	Ja en nee	Denk niet dat ik online schoenen zou kopen, zijn vaak prijzige schoenen en het is belangrijk dat de maat klopt.	Geen verbeterpunten

Bijlage 7: Steekproefgrootte

$$n \geq \frac{N \cdot z^2 \cdot p(1 - p)}{z^2 \cdot p(1 - p) + (N - 1) \cdot F^2}$$

N = het aantal benodigde respondenten
Z = de standaardafwijking bij een bepaald betrouwbaarheidspercentage
N = de grootte van de populatie
P = de kans dat iemand een bepaald antwoord geeft
F = de foutmarge

De grootte van de populatie (N) is 1997 respondenten. De foutmarge (F) voor een representatieve steekproef met deze populatiegrootte is 5%. De antwoordverdeling (p), de kans dat iemand een bepaald antwoord geeft, is niet bekend en staat daarom op 50%. De standaardafwijking (z) staat op 95%. Het aantal benodigde respondenten is daar door 323. Er hebben 407 respondenten deelgenomen aan dit onderzoek, waardoor er een betrouwbaarheidspercentage van 95% behaald is.

**Nieuw
assortiment bij
Van Keeken
Schoenen!**

vanKeeken  Schoenen



**VAN KEEKEN
SCHOENEN**

De zomer staat weer voor de deur en wij krijgen daarom ook nieuwe zomerse schoenen in het assortiment. In totaal komen er ongeveer 200 nieuwe heren- en damesschoenen. Krijg hieronder alvast een kleine impressie, de schoenen zullen vanaf volgende week te koop zijn in de winkel.



Bekijk het gehele assortiment op de website

Bijlage 9: Salaris verkoopmedewerker

2 Bruto salaris per maand voor: Verkoopmedewerker kleding, textiel, lingerie, schoenen en lederwaren

● Minimum en maximum salaris in je beroepsgroep

● Gemiddeld salaris

