



rijksuniversiteit
groningen

faculteit economie
en bedrijfskunde

customer insights center

Ook altijd zo ontevreden?

*Hoe hechtingsstijlen medewerkers-
klanten- en bedrijfsrelaties bepalen*

Dr. J.T. Bouma (RUGCIC)

Dr. Ir. M.J. Gijzenberg (RUGCIC)

Dr. L.H. Teunter (MetrixLab)

Rapport RUGCIC-201701

ISBN 978-90-367-9898-3

Customer Insights Center





Inhoud

✓	Managementsamenvatting	Pagina 3
✓	Relaties en hechtingsstijlen	Pagina 9
✓	Hechtingsstijlen en medewerkerstevredenheid	Pagina 20
✓	Hechtingsstijlen en klanttevredenheid	Pagina 27
✓	Conclusies	Pagina 35
✓	CV's van de auteurs	Pagina 38
✓	Bijlagen	Pagina 42
✓	Referenties	Pagina 47
✓	Customer Insights Center	Pagina 53



rijksuniversiteit
groningen

faculteit economie
en bedrijfskunde

customer insights center

Managementsamenvatting

Customer Insights Center





Weleens afgevraagd waarom bepaalde klanten nooit tevreden zijn (wat medewerkers ook doen)?



- ❖ Bepaalde mensen noteren eerder 'slecht' dan anderen.
- ❖ Bepaalde mensen schrijven op tafels.
- ❖ Bepaalde mensen zoeken ruzie.

Kan de wetenschap misschien verklaren waarom dit zo is?



Mensen verschillen, dat is een feit...



A. Sommige mensen hebben bescheiden verwachtingen en wanneer die zijn vervuld dan blijven ze in een relatie.



B. Andere mensen schijnen nooit tevreden te worden, ongeacht hoe goed anderen hun best doen om hen te bedienen... en wisselen van relaties wanneer ze kunnen.



Psychologisch onderzoek verklaart verschillen aan de hand van drie cruciale hechtingsstijlen

- ❑ Anxiety = bang zijn om alleen te worden gelaten.
- ❑ Avoidance = angstig zijn om zich te binden.
- ❑ Security = zoeken naar diepe relaties (= het tegenovergestelde van hierboven).



Hechtingsstijlen ontstaan in onze jonge jaren bij verzorgers die (niet) aanwezig zijn, waardoor mensen in een haat- of liefdevolle omgeving opgroeien en de basishouding ontwikkelen voor toekomstige beslissingen ten aanzien van relaties.



Ons onderzoek toont aan dat hechtingsstijlen klant- en medewerkersrelaties bepalen

- Onderzoek van het Customer Insights Center van de Rijksuniversiteit Groningen (RUGCIC) en MetrixLab onder 841 **medewerkers** heeft een relatie aangetoond tussen hechtingsstijlen en medewerkersbetrokkenheid, hetgeen vervolgens leidt tot ambassadeurschap voor werkgevers**.
- Verder heeft ons onderzoek onder 798 **klanten** aangetoond dat hechtingsstijlen vertrouwen in bedrijven en klanttevredenheid beïnvloeden, die op hun beurt NPS- en tevredenheidsscores verklaren*.
- *Deze bevindingen worden elders in dit rapport nader uitgewerkt.*



Vijf aanbevelingen voor (marketing) managers

1. Voeg hechtingsstijlmetingen toe aan feedback vragenlijsten voor klanten om beter te begrijpen waarom sommigen (niet) gemakkelijk tevreden zijn*.
2. Verander de toon van marketingcommunicatie marketingcampagnes aan de hand van hechtingsstijlen. Ondanks dat secure klanten eerder tevreden zijn, is het belangrijk om ook andere hechtingsstijlen in het oog te houden om daarmee klachten en klantvertrek te minimaliseren*.
3. Voeg hechtingsstijlmetingen toe aan het wervingsproces voor nieuwe medewerkers, om daarmee commitment, ontevredenheid en vertrouwen te kunnen managen en de relaties tussen medewerkers en klanten te verbeteren**.
4. Naast het bovenstaande mogen motivationele instrumenten niet worden vergeten (zoals een vertrouwenwekkende omgeving, team building activiteiten, het vieren van successen, complimenten etc.)**.
5. Accepteer dat niet iedereen uiteindelijk tevreden zal zijn*.

* Gijsenberg, Verbeke, Hendriks, Bouma, Teunter (2017); ** Bakermans-Kranenburg & van IJzendoorn (2009); Van IJzendoorn et al. (2006); Verbeke, Bagozzi, & van den Berg (2013).



rijksuniversiteit
groningen

faculteit economie
en bedrijfskunde

customer insights center

Inleiding

Customer Insights Center

