Warrants en Hedges: Do or Don’t?

Bachelor eindwerkstuk 2012 N.L.A. Krijgsman

3491536

Begeleider: F. Jansen,

Universiteit Utrecht

**Abstract**

Dit artikel is bedoeld om te ontdekken hoe verzekeraars en andere schrijvers van zakelijke slecht nieuws brieven onder andere hun imago kunnen behouden of zelfs verbeteren, hun overtuigingskracht kunnen vergroten en de kwaliteit van hun brief kunnen verbeteren. Dit gebeurt aan de hand van een onderzoek waaraan 140 proefpersonen hebben meegedaan en waarin ze een brief waarin zogenaamd hun verzekeringsclaim werd afgewezen moesten beoordelen op meerdere punten. In dit onderzoek staat de vraag centraal: heeft een zakelijke slecht nieuws brief baat bij een expliciete warrant of een subjectieve hedge? Als imago voor de zender belangrijk is, zal hij er goed aan doen om een hedge toe te voegen. Dan gaat echter wel de briefkwaliteit iets achteruit. Als acceptatie van het slechte nieuws belangrijk is, zal hij er goed aan doen om de warrant expliciet te maken. In dat geval gaat de briefkwaliteit er juist op vooruit. Natuurlijk zijn dit niet de enige gevonden effecten. Wat is bijvoorbeeld het effect van de twee elementen bij elkaar in een brief? Dat en meer leest u in dit verslag.

**Inhoud**

H1: Inleiding 4

H2: Theoretisch kader 5

Argumentatie 5

Politeness Theory 6

ELM 7

Toegepast 8

Onderzoeksvragen 9

H3: Hypothesen 10

Acceptatie 10

Gezicht 10

Imago 10

Verwerking 11

H4: Methoden 12

Ontwerp 12

Materiaal 13

Pretest 15

Proefpersonen 15

Procedure 16

Instrumentatie 17

H5: Resultaten 19

Betrouwbaarheid 19

Resultaten na analyse 20

H6: Conclusie 27

H7 Discussie 29

Literatuur 30

Bijlagen 31

Brieven 31

Thoughtlisting formulier 35

Vragenlijst 36

Vragenclusters 40

**H1 Inleiding**

Verzekeringsmaatschappijen hebben over het algemeen geen goed imago en genieten niet van een groot consumentenvertrouwen. Premies zijn te duur, verzekeringen hebben de naam er alles aan te doen om maar niet uit te betalen en worden niet behulpzaam bevonden. Nu komt het nogal eens voor dat een medewerker van een verzekeringsmaatschappij een brief moet schrijven met daarin de boodschap dat er een claim is afgewezen. Dergelijk slecht nieuws zal het toch al wankele imago van de schrijver niet ten goede komen (Cf.Rothschild & Burnett 1997, Janssen&Jansen 2007). Daarnaast is het voor de ontvanger van de afwijzing waarschijnlijk moeilijk te accepteren dat hij zijn geld niet krijgt.

Wat zou de schrijver van zo’n zakelijke slecht nieuws brief kunnen doen om de imagoschade en het vertrouwensverlies zo veel mogelijk te beperken en de overtuigingskracht te vergroten?

Één manier zal ik voor dit verslag onderzoeken; het hanteren van een sterkere of juist meer onzekere argumentatie. Ik zal kijken of dit effect heeft op de overtuigingskracht, het imago en de beoordeling van de brief in het algemeen. En zo ja, welke effecten er aan het licht zijn gekomen wanneer een argumentatie door een warrant sterker of door een hedge onzekerder wordt gemaakt.

Na afloop van dit onderzoek is duidelijk of, en zo ja; hoe, schrijvers van zakelijke persuasieve brieven baat hebben bij het toevoegen van een expliciete warrant of hedge aan hun argumentatie.

Dit onderzoek bouwt voort op het nog niet gepubliceerde onderzoek van Jansen en Janssen uit 2011(Quantity versus Quality; effects of argumentation in bad news letters), waarin onder andere het effect van aantallen argumenten in een zakelijke brief onderzocht werd.

In dit verslag zal ik eerst de theorieën waarop mijn onderzoek gebaseerd is verduidelijken en deze toepassen op het onderwerp. Vervolgens leg ik de hypothesen en de methoden van dit onderzoek uit en tot slot zal blijken tot welke resultaten dit alles heeft geleid.

### Hoofdstuk 2 Theoretisch kader

### Om de achtergrond van dit onderzoek goed te kunnen begrijpen moeten we een aantal theorieën doornemen. We moeten weten hoe een sterke argumentatie in elkaar steekt. Dit kunnen we vinden in de argumentatieleer van Toulmin. Ook moeten we weten wat een zender van een boodschap kan doen om de ontvanger zich niet benadeeld te laten voelen, zeker bij het schrijven van een slecht nieuws brief. Dit kunnen we vinden in de Politeness Theory van Brown en Levinson. Tot slot zullen we rekening moeten houden met hoe mensen een dergelijke boodschap verwerken. Inzicht in deze vraag kunnen we halen uit het Elaboration Likelihood Model van Petty en Cacioppo.

### Argumentatie, Toulmin(1958)

### Stephen Toulmin legt in zijn ‘Uses of Argument’ (1958) uit hoe een goede argumentatie meestal in elkaar steekt. Hij onderscheidt zes elementen die een argumentatie kan bevatten. Ten eerste een ‘claim’, het standpunt dat verdedigd wordt. Ten tweede de ‘data’, oftewel de grond, voor deze claim. Dit zijn gegeven feiten. Ten derde onderscheidt Toulmin een ‘warrant’ die deze data koppelt aan de claim die ermee verdedigd wordt. De warrant wordt niet altijd expliciet genoemd (bijvoorbeeld in de redenering ‘deze vakantie ga ik niet boeken want hij is te duur’ impliciet: ‘en dat kan ik niet betalen’). Een warrant is, net als de eerste twee genoemde onderdelen, een essentieel element van een argumentatie. Vervolgens noemt Toulmin de ‘backing’, de ondersteuning voor de warrant. Tot slot kunnen er om het de claim te nuanceren een ‘rebuttal’, tegenargumenten tegen de claim, en een ‘qualifier’, de uitzonderingen en restricties van een claim, gebruikt worden. Deze drie laatstgenoemde elementen zijn geen essentiële elementen. Zie afbeelding 1 voor een overzichtelijke weergave van al deze elementen.

### toulmin.png

### Afbeelding 1

### Het meest van belang voor dit onderzoek is de warrant. De warrant laat zien waarom de grond de claim ondersteunt. Dit kan op veel manieren, die niet allemaal even sterk overtuigend zijn. Een zwakke warrant is bijvoorbeeld de redenering gebaseerd op autoriteit. Een causatieve redenering heeft juist een sterke link, een sterke warrant, tussen claim en de data. Een voorbeeld van een Toulmin-redenering is: ‘De wietpas moet afgeschaft worden (claim) want die zorgt er alleen maar voor dat er meer straathandelaren komen (grond)’. De impliciete warrant is hier: ‘als mensen zonder pas geen wiet in de coffeeshops kunnen halen gaan ze het bij straathandelaren kopen’.

### Politeness Theory, Brown & Levinson (1978)

### In de communicatiewetenschap betekent ‘beleefdheid’ het in stand houden van het gezicht van een ander. Dat gebeurt door gezichtsbedreigende factoren (Face Threatening Acts, FTA’s) af te wenden of te voorkomen. Brown en Levinson onderscheiden twee soorten gezichten; een negatief en een positief. Iemands positieve gezicht komt ten eerste in het gedrang wanneer zijn zelfwaardering niet bevestigd of niet ook gewaardeerd wordt door de conversatiepartner. Dit gebeurt wanneer de persoon merkt dat zijn conversatiepartner hem niet waardeert, maar ook als de persoon wordt genegeerd. Ten tweede komt het positieve gezicht in gevaar wanneer duidelijk wordt dat zijn of haar wensen niet gedeeld worden door degene die deze wensen kan uitvoeren. Iemands negatieve gezicht wordt bedreigd wanneer er een bepaalde mate van vrijheid wordt weggenomen, bijvoorbeeld door een verbod of door onderbreking tijdens het praten. Het negatieve en positieve gezicht van zowel de zender als de ontvanger kan tijdens een interactie bedreigd worden. Het redden van elkaars gezicht heeft als doel een goede relatie in stand te houden. Om het gezicht van de conversatiepartner te beschermen gebruiken mensen beleefdheidsstrategieën. Een strategie die het positieve gezicht van een ontvanger beschermt is ‘geef redenen’:

### “The use of arguments or reasons indicates that the receiver recognizes the sender is trying to establish a positive relationship with him or her; this is essential in (business) communication.”(Jansen & Janssen, Quality and Quantity, nog niet gepubliceerd)

### Een beleefdheidsstrategie die het negatieve gezicht van de ontvanger beschermt is het gebruik van een subjectiviteits-hedge om de zekerheid van een uitspraak te verkleinen. Deze strategie, die ingezet wordt als de zender vreest de ontvanger tot last te zijn, geeft de ontvanger meer ruimte in de interpretatie en reactie op de boodschap. Dit komt omdat een hedge, die in vele vormen en gradaties van subjectiviteit voor kan komen, afdoet aan de zekerheid van een boodschap.

###

### Elaboration Likelihood Model, Petty & Cacioppo (1984)

### Door het Elaboration Likelihood Model (voortaan ELM genoemd) krijgen we inzicht in het totstandkomingproces van een attitude. Volgens dit model zijn er twee mogelijke uiterste manieren waarop een persoon een persuasieve boodschap verwerkt; een centrale route, waarbij er veel aandacht wordt besteed aan de inhoud van de boodschap, en een perifere route, waarbij de inhoud maar een kleine of geen rol speelt. Tussen deze twee uitersten zijn alle gradaties mogelijk. Er zijn allerlei factoren van invloed op hoe een persoon een tekst verwerkt. Als deze persoon niet gemotiveerd of capabel genoeg is om de boodschap te verwerken zal de verwerking via een meer perifere route gaan. Maar naast deze interne factoren spelen er ook externe factoren, zoals de afleiding tijdens het verwerken, mee. Wanneer een route is ‘gekozen’ beïnvloeden verschillende elementen uit de boodschap de uiteindelijke attitude. Bij een meer centrale verwerking zal de lezer de boodschap beoordelen op sterkte van de argumentatie. Uiteindelijk zijn via deze route gevormde attitudes over het onderwerp van deze boodschap sterk. De attitudes kunnen positief of negatief zijn, afhankelijk van de sterkte van de argumentatie. Als de boodschap meer perifeer verwerkt wordt spelen simpele heuristieken een rol bij het vormen van de attitude. Een voorbeeld hiervan is het beoordelen op tekstelementen als plaatjes. De uiteindelijke gevormde attitude is zwakker dan bij een centrale verwerking het geval is.

### Volgens het ELM kunnen tekstelementen meerdere rollen vervullen. Dat wil zeggen dat zij behalve invloed op de attitude ook invloed op de manier van verwerken kunnen hebben. (Richard E. Petty, P. Briñol, en Z.L. Tormala, 2002)

### Theorieën toegepast op dit onderzoek

### De mogelijke effecten van de zakelijke brief die ik ga onderzoeken kunnen opgedeeld worden in twee categorieën. De eerste categorie is het onmiddellijke effect; namelijk het al dan niet accepteren van de stelling in de boodschap. Hierop is de hierboven beschreven argumentatieleer van Toulmin van toepassing. De tweede categorie omvat effecten die op langere termijn doorwerken en merkbaar zijn, zoals het effect op het imago van de schrijver en het effect op de gezichten van de ontvanger. Voor deze effecten kijken we naar de Politeness Theory.

### Als we de theorie van Toulmin toepassen op het argument dat ik in mijn te onderzoeken zakelijke brief gebruik komt dat er al volgt uit te zien. De reden die in de brief van een verzekeringsmaatschappij gegeven wordt om de afwijzing van de ingediende schadeclaim te rechtvaardigen is: *’u heeft dit jaar al drie maal een claim ingediend’*. Hierin is de claim*: ‘u heeft geen recht op vergoeding’*. De data of grond daarvoor is: *‘u heeft dit jaar al drie maal een claim ingediend’*. De (hier impliciete) warrant die deze data aan de claim verbindt is: *‘dat is niet toegestaan’*. Wanneer we de warrant expliciet maken, als: *‘volgens onze polisvoorwaarden is dat niet toegestaan’,* is het argument naar verwachting sterker dan wanneer we de warrant impliciet laten. Het argument haalt in de expliciete variant de polisvoorwaarden aan waar de ontvanger (zogenaamd) zelf akkoord mee is gegaan. De warrant geeft de relatie weer tussen de data en de claim (Veenstra 2009). Het expliciet maken van een argument maakt de link tussen de data en de claim, in dit geval de polisvoorwaarden, duidelijker en de acceptatie van de claim makkelijker. Uitleg hiervoor wordt gegeven in Brant (2007): “Sterke en zwakke argumenten onderscheiden zich door de aanvaardbaarheid van de afwijzing (standpunt). Bij sterke argumenten is de stap tussen het argument en het standpunt logischer, dan bij zwakke argumenten. Sterke argumenten leiden zodoende direct tot de conclusie dat een claim niet ingewilligd wordt. Bij zwakke argumenten is de stap van argumenten naar conclusie niet direct duidelijk, waardoor de ontvanger de claim minder snel accepteert.” Het expliciet maken van een warrant hoeft echter niet zonder meer te betekenen dat het argument sterker is (Toulmin 1958). Als de link tussen data en claim zwak is, zal het benadrukken van die link het argument niet sterker maken. Bij het in dit onderzoek gebruikte argument ben is de link tussen *‘u heeft dit jaar al drie maal een claim ingediend’* en *‘u heeft geen recht op vergoeding’*  niet logisch. Pas wanneer naar de polisvoorwaarden wordt verwezen door de warrant is deze link aannemelijk; de ontvanger heeft deze voorwaarden immers zelf ondertekend en is, zo mag verwacht worden, op de hoogte van wat daarin staat.

### Politeness Theory wordt in dit onderzoek ten eerste natuurlijk toegepast met de strategie ‘geef redenen’, zie hierboven. Ten tweede wordt er onderzocht of een hedge voordelig is voor de tweede categorie effecten (effecten op imago van de schrijver en face van de ontvanger). Als ik de hedge toevoeg aan de grond komt dit er als volgt uit te zien: *‘uit onze gegevens blijkt dat u dit jaar al drie maal een claim heeft ingediend ’*. Dit is een hedge die iets aan onzekerheid toevoegt, wellicht net genoeg om niet definitief en beschuldigend over te komen. Een vorm die meer onzekerheid uitspreekt, bijvoorbeeld *‘naar onze mening’,* staat niet professioneel en maakt de brief waarschijnlijk minder geloofwaardig. Dit is echter nog maar de eerste laag van de toepassing van Politeness Theory op het argument. Als we behalve op de vorm ook op de inhoud van het argument ingaan zou het geven van dit argument wellicht bedreigend kan zijn voor het positieve gezicht van de ontvanger; het impliceert dat de persoon niet goed op zijn spullen let, en misschien interpreteren sommige personen het zelfs als een beschuldiging van fraude.

### Het feit dat er een warrant aan het argument toegevoegd wordt maakt het moeilijker om dit argument aan te vechten; het argument is dan namelijk sterker (Brant 2007), voor uitleg zie hierboven. Een sterker argument betekent dat er minder ruimte, minder vrijheid, is voor de ontvanger om de beslissing aan te vechten; zeker als het criterium waaraan de ontvanger niet voldoet (meer dan drie claims ingediend dit jaar) zo definitief is vast te stellen. Minder vrijheid kan een bedreiging zijn voor het negatieve gezicht van de ontvanger. Ook al komt de bedreiging juist van een beleefdheidsstrategie, het geven van een reden.

### Onderzoeksvragen

De vragen die bovenstaande oproept zijn: heeft het expliciet maken van een warrant of een subjectiviteits-hedge invloed op het imago van de schrijver en de overtuigingskracht van de brief? En zo ja, is deze invloed positief of negatief? Versterkt het toevoegen van een warrant of hedge het positieve effect op het redden van het gezicht van de ontvanger met de tactiek ‘geef redenen’? En wordt dit alles beïnvloed door de mate van elaboratie bij de ontvanger?

Met het beantwoorden van deze vragen hoop ik uiteindelijk te ontdekken: heeft een zakelijke brief met daarin slecht nieuws baat bij het toevoegen van een warrant of een hedge?

###

## Hoofdstuk 3 Hypothesen

## In dit onderzoek worden er 8 hypothesen getest. De hypothesen gaan over de acceptatie van het argument, het gezicht van de ontvanger, het imago van de schrijver en de verwerking van de brief.

## Acceptatie van het argument

## Er is vastgesteld dat een duidelijke link tussen claim en grond het argument sterker maakt (Brant 2007). Het expliciet noemen van deze link, de warrant, maakt hem voor de lezer duidelijk. We kunnen dus het volgende verwachten met betrekking tot het effect van een expliciete warrant op acceptatie van het argument:

## *Hypothese 1: het expliciet maken van een warrant in een argumentatie heeft een positief effect op de acceptatie van argument*

## Een hedge doet af aan de zekerheid van een boodschap (Brown & Levinson 1978). In dit geval wordt een hedge toegevoegd aan de data, de grond, voor een argumentatie. Aangezien de grond voor de argumentatie met hedge dus onzekerder is dan zonder hedge formuleer ik de tweede hypothese als volgt:

## *Hypothese 2: het toevoegen van een hedge aan een argumentatie heeft een negatief effect op de acceptatie van het argument.*

## Gezicht van de ontvanger

## De beleefdheidsstrategie ‘geef redenen’ werkt gezichtsbeschermend (Jansen & Janssen 2010) Een expliciete warrant verduidelijkt en versterkt de gegeven reden van de schrijver (Brant 2007)

## *Hypothese 3: het expliciet maken van een warrant in een argumentatie vermindert de bedreiging van het positieve gezicht van de ontvanger.*

## Een sterk argument geeft de ontvanger minder vrijheid om de claim te bestrijden:

## *Hypothese 4: het toevoegen van een warrant aan een argumentatie vergroot de bedreiging van het negatieve gezicht van de ontvanger.*

## Imago van de schrijver

## Beleefdheidsstrategieën worden ingezet om elkaars gezicht te redden en zo de relatie in stand te houden. Geslaagde beleefdheidsstrategieën worden indirect gebruikt voor het in stand houden van de relatie (Brown & Levinson 1978). Verwacht wordt dat de ontvanger een schrijver van een brief met beleefdheidsstrategieën positiever beoordeelt dan een schrijver van een brief zonder beleefdheidsstrategieën.

## Beleefdheidsstrategie ‘geef redenen’:

## *Hypothese 5: het expliciet maken van een warrant in een argumentatie heeft een positief effect op de beoordeling van de schrijver door de ontvanger.*

## Beleefdheidsstrategie ‘hedge’:

## *Hypothese 6: het toevoegen van een hedge aan een argumentatie heeft een positief effect op de beoordeling van de schrijver door de ontvanger.*

## Verwerking

## Een meer centrale verwerking heeft als effect dat de ontvanger de boodschap meer op de inhoud zal beoordelen. Er zal in dat geval dus meer worden gelet op de sterkte van de argumentatie (Petty & Cacioppo, 1984). Een expliciete warrant maakt de argumentatie sterker, en een hedge zwakker. Aangezien de sterkte van een argument meer invloed heeft bij een centrale dan bij een perifere verwerking kunnen we het volgende verwachten:

## *Hypothese 7: bij een meer centrale verwerking van de boodschap zal het verschil in effect op acceptatie van de argumentatie tussen de condities groter zijn.*

## Een element in de boodschap of tekst kan meerdere rollen spelen. Zo kan een sterk argument er bijvoorbeeld voor zorgen dat de acceptatie groter is, maar ook dat de verwerking van hetzelfde argument dieper is. Aangezien we hebben beredeneerd dat de expliciete warrant het argument sterker maakt:

## *Hypothese 8: het expliciet maken van een warrant in een argumentatie heeft een positief effect op de mate van verwerking van een boodschap.*

## En het toevoegen van een hedge het argument zwakker:

## *Hypothese 9: het toevoegen van een hedge aan een argumentatie heeft een negatief effect op de verwerking van een boodschap.*

**Hoofdstuk 4 Methoden**

## OnderzoeksontwerpOnafhankelijke variabelen

## In dit onderzoek zijn de onafhankelijke variabelen:

## Expliciete warrant tegenover impliciete warrant

## Hedge tegenover geen hedge

## Meer centrale tegenover meer perifere verwerking

## Afhankelijke variabelen

## De afhankelijke variabelen zijn:

## De acceptatie van het argument

## De bedreiging van het positieve gezicht van de ontvanger

## De bedreiging van het negatieve gezicht van de ontvanger

## Het imago van de schrijver

## In het geval van hypothese 8 (over multiple roles theory): de verwerking

## Operationalisering

## Variabele 1, de warrant, operationaliseren we als volgt; ‘volgens onze polisvoorwaarden mogen er niet meer dan 3 claims per jaar worden ingediend’.

## Variabele 2 als ‘uit onze gegevens blijkt’.

## Inzicht in variabele 3 krijg ik door het kijken naar de leestijd, het aantal gedachten in de thoughtlist en het aantal goed beantwoorde controlevragen. Als een proefpersoon 5 vragen of meer, oftewel meer dan het gemiddelde aantal goed beantwoorde vragen, goed heeft beantwoord ga ik ervan uit dat deze persoon meer centraal verwerkt heeft. De mate van verwerking wordt ook beïnvloed door de proefpersonen te vragen zich in te beelden dat zij zelf de ontvanger zijn van de brief. Als een boodschap mensen persoonlijk aangaat zijn ze meer gemotiveerd om de boodschap te verwerken, wat een positieve invloed heeft op de mate van verwerking (Petty & Cacioppo, 1984)

## Variabele 4 operationaliseerde ik door een cluster met vragen over de acceptatie en het aantal gedachten (waarin ook onderscheid werd gemaakt tussen positieve en negatieve gedachten) over de argumentatie.

## Variabele 5 operationaliseerde ik door een cluster met vragen over het positieve gezicht van de ontvanger. Positieve gezichtsgerelateerde gedachten heb ik niet gevonden.

## Variabele 6 operationaliseerde ik in de eerste instantie door de negatieve gezichtsgerelateerde gedachten. Verder was vraag 34 (‘ik voel mij klem gezet door de reactie van Solar’) de enige vraag die over het negatieve gezicht van de ontvanger ging.

## Variabele 7 operationaliseerde ik door een cluster met vragen over de schrijver en het aantal positieve en negatieve gedachten over de schrijver.

## Voor de operationalisering van variabele 8: zie variabele 3.

## Materiaal

## Scenario

## Na de uitleg over het onderzoek krijgt de proefpersoon een scenario te lezen waarin de context van de brief staat:

In mei 2011 bent u op vakantie geweest naar Sri Lanka. Voordat u op vakantie ging, heeft u een reisverzekering afgesloten bij Solar Reisverzekeringen NV.

Tijdens de twee weken durende vakantie is uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop op 14 mei 2011, bij het zwembad, gestolen.

## Brief

## Voor het onderzoek gebruik ik een zakelijke brief van een reisverzekeringsmaatschappij genaamd Solar. Deze brief is gericht aan een persoon die een claim voor een gestolen Acer laptop van €1329,- heeft ingediend. De laptop is gestolen bij een zwembad op vakantie in Sri Lanka in mei 2011. De persoon heeft pas een jaar later een claim ingediend.

## De brief die de proefpersoon te lezen krijgt is de brief die de verzekeringsmaatschappij schrijft om de persoon te laten weten dat de claim afgewezen is. De reden die hiervoor gegeven wordt is dat de persoon in hetzelfde jaar al drie andere claims heeft ingediend.

## Dit argument wordt in vier verschillende versies gegeven: een ‘kale’ versie, een versie met expliciete warrant, een versie met hedge, en een versie met beide elementen. Zie bijlage 1 voor de brief met de kale versie van het argument (conditie 1). De reden voor het niet toekennen van de claim luidt in die versie ‘U heeft dit jaar al drie maal een claim ingediend’. Als we in deze redenering de warrant expliciet maken (conditie 2) komt deze er als volgt uit te zien: ‘u heeft dit jaar al drie maal een claim ingediend. Zoals in de polisvoorwaarden (artikel 3.1) wordt vermeld, mogen er niet meer dan drie claims per jaar worden ingediend.’ Het toevoegen van een subjectiviteits-hedge (conditie 0) aan het kale argument geeft het volgende: ‘uit onze gegevens blijkt dat u dit jaar al drie maal een claim heeft ingediend.’ Een combinatie van de twee laatstgenoemde versies (conditie3) geeft: ‘uit onze gegevens blijkt dat u dit jaar al drie maal een claim heeft ingediend. Zoals in de polisvoorwaarden (artikel 3.1) wordt vermeld, mogen er niet meer dan drie claims per jaar worden ingediend.’

## De brieven in alle condities waren hetzelfde afgezien van de argumentatie. Ze bevatten de volgende elementen om ze net zoals een authentieke zakelijke brief te maken. Linksboven stond een logo van Solar en rechts bovenaan de contactgegevens en de datum van schrijven. De brief had een zakelijke lay-out (opgedeeld in alinea’s) en toon en was ondertekend door de directeur. Middenin de brief kwam de reden van afwijzing ter sprake. Zie bijlage 1 voor de brieven

## Thoughtlisting formulier

## Na het lezen van de brief krijgen de proefpersonen een formulier waarop ze vijf gedachten in konden vullen. In de instructie stond dat ze in elk vakje maximaal één gedachte mochten schrijven, niet te lang na moesten denken en alles mochten opschrijven wat in ze op kwam. Sommige proefpersonen hadden moeite met het formuleren van hun gedachte.

## Het thoughtlisting formulier heb ik gebruikt om er achter te komen wat de proefpersonen dachten of voelden bij en na het lezen van de brief, zonder dat de gedachten beïnvloed worden door vragen. De gedachten die proefpersonen opschrijven worden later onderverdeeld in categorieën. Zie bijlage 2 voor het thoughtlisting formulier.

## Vragenlijst

## De vragenlijst bestond uit verschillende onderdelen. Allereerst werd aan de proefpersoon gevraagd de brief een algemeen rapportcijfer te geven. Daarop volgden twee open vragen; er werd gevraagd om de eerste gedachte die opkwam na het lezen van de brief en om een punt waarop de brief te verbeteren was. Daarna volgden 38 gesloten vragen die de proefpersonen konden beantwoorden met behulp van een zevenpunts Likert-schaal. De schaal liep van ‘helemaal mee oneens’ tot ‘helemaal mee eens’. Na deze vragen beantwoordden de proefpersonen 4 vragen over hun demografische kenmerken, waarbij we ook controleerden of ze al ervaring met het indienen van verzekeringsclaims hadden. Tot slot kregen de proefpersonen 9 controlevragen over de tekst. Deze vragen dienen om te kijken hoe goed de proefpersoon de brief had gelezen. Zie bijlage 3 voor de vragenlijst.

## Pre-test

## Tijdens het afnemen van de pre-test vielen er twee dingen op.

## De laptop zou voor een Acer te duur zijn en dit deed voor één proefpersoon af aan de geloofwaardigheid van de brief. Aangezien dit maar één persoon was en hij zei veel meer van computers te weten dan de gemiddelde Nederlander heb ik naar aanleiding van dit commentaar niets veranderd aan de brief. Het hoge bedrag (€1329,-) kan er juist toe leiden dat personen die niet weten dat een Acer minder waard is het belang van het terugkrijgen van de claim meer gaan zien.

## Het tweede commentaar was dat het niet geheel duidelijk was dat de proefpersoon zich moest inbeelden de ontvanger van de brief te zijn, hoewel dit wel in de instructie stond vermeld. Om dit tegen te gaan heb ik tijdens de daadwerkelijke afnamen van het onderzoek aan elke proefpersoon voordat deze de brief begon te lezen nog extra gemeld dat hij of zij de ontvanger van de brief was.

## ProefpersonenPer conditie zijn er 35 proefpersonen gevraagd, met in totaal 140 proefpersonen. Van deze proefpersonen vielen er twee af omdat de vragenlijsten maar voor een klein deel waren ingevuld. Deze twee proefpersonen waren in conditie 1 en 2 ingedeeld. Aan dit onderzoek deden 74 mannen en 69 vrouwen mee. De gemiddelde leeftijd van de proefpersonen is 38 met een jongste proefpersoon van 17 en een oudste van 80.

## Zie onderstaande tabel voor de verdeling van opleidingsniveaus over de proefpersonen.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Aantal | Percentage |
|  | Lager onderwijs | 4 | 2,8 |
| VMBO | 10 | 6,9 |
| HAVO | 18 | 12,4 |
| VWO | 9 | 6,2 |
| MBO | 31 | 21,4 |
| HBO | 30 | 20,7 |
| WO | 30 | 20,7 |
| Anders | 10 | 6,9 |
|  |  |  |

## De eigenschappen geslacht en opleidingsniveau zijn random verdeeld over de condities. Een Pearson Chi-Kwadraat toets wees uit dat er geen significant verschil was in de verdeling over de condities. De toets wees echter uit dat er twijfel is over de homogene verdeling van de eigenschap leeftijd (X=10.8, df=3, p=0.01). In dit onderzoek moet ik dus voorzichtig zijn met het trekken van conclusies over de effecten van de warrant en hedge tussen de condities, want dit zou ook aan de leeftijd van de proefpersonen kunnen liggen.

## Verder zeiden alle proefpersonen ervaring met verzekeringen te hebben, maar 25% van de proefpersonen zei nog nooit een claim te hebben ingediend.

## Vanaf nu worden allen proefpersonen van 37 of jonger ingedeeld in de leeftijdscategorie ‘jong’ en proefpersonen van 38 of ouder in de categorie ‘oud’. Proefpersonen met een opleidingsniveau van lager onderwijs tot en met MBO zijn ‘laagopgeleid’ en proefpersonen met opleidingsniveau HBO of WO ‘hoogopgeleid’. Proefpersonen die ‘anders’ hadden ingevuld zijn niet ingedeeld.

## Procedure

## Het werven van proefpersonen ging voornamelijk via via of door het aanspreken van mensen op straat. Ook heb ik proefpersonen gevonden in een woonwijk waar ik langs de deuren ben gegaan om het onderzoek af te nemen. Deze methode voor het vinden van proefpersonen zorgde voor een meer ‘random’ groep dan wanneer voornamelijk bekenden gevraagd worden, aangezien mensen in dezelfde sociale groep vaak ook vergelijkbare kenmerken als opleidingsniveau hebben. Wanneer een persoon had toegezegd mee te doen kon dat bijna altijd meteen. In sommige gevallen moest ik een afspraak maken, zodat ik erbij kon zitten en de proefpersoon vragen kon stellen wanneer dat nodig was. Wanneer de proefpersoon de bladzijde van het scenario had omgeslagen begon ik met het opnemen van de tijd. Ik stopte de timer op het moment dat ze de bladzijde met de brief omsloegen en begonnen met het het thoughtlisting formulier. Na het invullen van de gedachten volgde de vragenlijst. De laatste vragen van de vragenlijst waren vragen die testten hoeveel de proefpersonen van de tekst hadden onthouden. Soms stelden proefpersonen vragen over de toedracht van het onderzoek, welke ik pas na het afnemen beantwoordde. Het overgrote deel van proefpersonen was gemotiveerd om mee te doen. Ik kreeg veel opmerkingen die aangaven dat ze nadachten over brief en soms gingen de proefpersonen zelfs na afname met elkaar in discussie, bijvoorbeeld over de vriendelijkheid van de brief. Een aantal proefpersonen hebben gevraagd om het resultaat van het onderzoek.

##

## InstrumentatieClusters

## Clusters van vragen die volgens een Varimax Rotatie test significant met elkaar verbonden waren representeerden de volgende constructen:

## 1: het oordeel over de schrijver (vanaf hier: het imago)

## 2: oordeel over de bescherming van het positieve gezicht van de ontvanger door de schrijver (vanaf hier: positieve gezicht)

## 3: de acceptatie van de argumentatie (vanaf hier: de acceptatie)

## Het cluster van vragen dat van tevoren al samengesteld was, naast clusters die hetzelfde representeerden als de bovenstaande clusters:

## 4: het oordeel over de brief in het algemeen (vanaf hier: kwaliteit brief)

## Het rapportcijfer, wat ook een algemeen oordeel is over de brief, zal in dit onderzoek apart behandeld worden.

## Voor een lijst met vragen per cluster, zie bijlage 4

## Indeling gedachten

## De gedachten die proefpersonen invulden in de thoughtlist heb ik in de volgende categorieën ingedeeld, waarin ‘-‘ voor een negatieve gedachte staan en ‘+’ voor een positieve:

## *Face-* als een persoon teleurgesteld is of ze zich tekortgedaan voelen ondanks het

##  argument, of zich beschuldigd voelen. Bijvoorbeeld ‘jammer’ of ‘fraude’.

## *Inhoud-* als ze iets missen in de tekst of iets niet goed hebben onthouden, of als ze iets in de tekst raar vinden. Bijvoorbeeld ‘waar zijn de polisvoorwaarden?’

## *Schrijver-* als ze iets negatiefs zeggen over verzekeringen in het algemeen of Solar specifiek. Bijvoorbeeld ‘verzekeringen betalen toch nooit uit’.

## *Argumentatie-* als uit hun gedachte blijkt dat ze het argument niet voldoende vinden, het er

##  niet mee eens zijn(oneerlijk vinden) of als blijkt dat ze de argumentatie over het algemeen niet accepteren. Bijvoorbeeld: ‘ik wil meer uitleg’.

## *Tekst-* als ze een negatieve opmerking maken over de schrijfstijl, ‘fouten’ of de lay-out van de tekst of negatieve opmerking over de handtekening. Bijvoorbeeld ‘standaardbrief’.

## *Face+* als blijkt dat ze zich niet belemmerd of tekortgedaan voelen door de verzekering en aardig behandeld zijn. Deze categorie gedachten heb ik niet gevonden in dit onderzoek.

## *Inhoud+* als ze feiten uit de tekst reproduceerden (geeft aan dat mensen het verwerkt

##  hebben) of een positieve opmerking over de volledigheid of inhoud in het algemeen. Bijvoorbeeld ‘laptop kost veel’.

## *Schrijver+* een positieve opmerking over Solar of verzekeringen. Bijvoorbeeld ‘aardig dat de directeur het zelf ondertekent’.

## Argumentatie+ als uit de opmerking acceptatie blijkt, of mensen een positieve opmerking

##  maken over het argument. Bijvoorbeeld ‘groot gelijk dat er niet uitbetaald wordt’.

## *Tekst+* een positieve opmerking over schrijfstijl, foutloosheid, lay-out van de brief. Bijvoorbeeld ‘nette brief’.

## Soms kon een gedachte in meerdere categorieën ingedeeld worden. In zo’n geval heb ik de gedachte in de categorie ingedeeld waar die het meeste paste. Bij het indelen heb ik zo min mogelijk voor de proefpersonen gedacht en de gedachten dus vrij letterlijk genomen. Soms kwam het ook voor dat een gedachte zo ongerelateerd was aan de brief dat ik er geen categorie voor kon vinden, bijvoorbeeld als de gedachte ging over de proefpersoon zelf. In zo’n geval heb ik de gedachte niet ingedeeld. Wanneer er meer dan één gedachte in één hokje stond heb ik deze zelf gescheiden en apart onderverdeeld in categorieën.

## Open vragen

## Bij het beoordelen van de open vragen 3 en 43 (vragen over verbeterpuntjes in de brief) heb ik onderscheid gemaakt tussen proefpersonen die niets opschrijven, wat betekent dat de proefpersoon geen mening heeft, en proefpersonen die ‘niets’ opschrijven, wat betekent dat er niets verbeterd hoeft te worden aan de brief.

## Hoofdstuk 5 Resultaten

## In dit hoofdstuk zal ik de resultaten bespreken die tijdens het verwerken van de data aan het licht zijn gekomen. Allereerst zullen we kijken hoe betrouwbaar de constructen geoperationaliseerd zijn. In het daaropvolgende deel zullen we kijken naar de invloed van een warrant en/of een hedge op de acceptatie, het gezicht van de ontvanger, het imago van de schrijver en het oordeel over de brief in het algemeen. Voor elk effect zal ook bekeken worden of demografische factoren een rol spelen. Tot slot zullen we kijken naar het effect van mate van verwerking op het verschil in effect tussen de condities en het effect van een warrant en/of hedge op de mate van verwerking

## Betrouwbaarheid

## Na het ompolen van de negatief gestelde vragen heb ik de 4 vragenclusters op betrouwbaarheid getest. De eerste drie clusters (de eerste drie constructen) zijn gevonden met een Varimax Rotatie. Deze gaf als resultaat het volgende Scree Plot:



## Alleen de eerste drie componenten op de x-as zijn verder gebruikt in dit onderzoek. Deze representeren respectievelijk de eerste drie hieronder genoemde constructen.

## Het vierde cluster is op betrouwbaarheid getest met behulp van Crohnbach’s Alpha. In onderstaande tabel worden de resultaten weergegeven.

|  |  |
| --- | --- |
| Construct | Crohnbach’s Alpha |
| Het imago | 0,879 |
| Positieve gezicht | 0,875 |
| Acceptatie | 0,868 |
| Kwaliteit brief | 0,819 |

## Nu bekijk ik ook nog of het construct ‘mate van verwerking’ betrouwbaar geoperationaliseerd is. Is er een correlatie tussen het aantal ingevulde gedachten, de leestijd en het aantal goed beantwoorde controlevragen? Als de controlevragen over de inhoud goed beantwoord zijn hebben de proefpersonen de inhoud dus beter verwerkt.

## Het aantal gedachten correleert niet met dit aantal goed beantwoorde controlevragen (r=0.1, p=0,2). Het aantal gedachten is dus geen goede indicatie van de mate van verwerking.

## Is de leestijd wel een goede maat? Eerst delen we de leestijd op in ‘lang’ (tot en met 74 seconden) en ‘kort’ (vanaf 75 seconden) en delen we het aantal goed beantwoorde vragen op in ‘weinig’(tot en met 4) en ‘veel’ (vanaf 5). Hier vonden we wel een significant verband (r=0.25, p=0.01). Deze twee maten zullen we gebruiken voor het construct verwerking.

## Resultaten na statistische analyse

## De bespreking van de resultaten verloopt als volgt. Met betrekking tot de constructen acceptatie, imago en kwaliteit van de brief zullen eerst de effecten op de clusters van vragen genoemd worden en vervolgens de effecten op de gedachten in deze categorieën. Voor het construct positief gezicht wordt alleen naar de effecten op het vragencluster gekeken, aangezien ik geen gedachten over positief gezichtsverlies heb gevonden. Bij kwaliteit van de brief wordt ook gekeken naar het rapportcijfer dat gegeven is. Daarna zullen met betrekking tot de negatieve gezichtsbescherming de effecten op de gedachten worden besproken. Vervolgens zullen de resultaten voor de verwerking als onafhankelijke variabele en als afhankelijke variabele besproken worden. Tot slot wordt nog gekeken of de demografische kenmerken geslacht en opleidingsniveau invloed hebben op de gevonden effecten. De significante resultaten staan dikgedrukt. Deze resultaten worden verduidelijkt door de gemiddelden en standaarddeviaties weer te geven in een tabel of grafiek

##

## Acceptatie van de argumentatie

## Het expliciet maken van een warrant had een positief effect op de acceptatie (F=16, p<0.001) met een verschil in gemiddelden en standaarddeviaties van:

|  |  |
| --- | --- |
| Warrant | 3.64(1.21) |
| Geen warrant | 2.94(1.33) |

## Het toevoegen van een hedge had geen effect op de acceptatie (F=0.6, p=0.4)

## Wat betreft gedachten over de argumentatie werd geen effect gevonden:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Warrant | Hedge |
| Argumenten positief | (F=1.54, p=0.22) | (F=0.12, p=0.73) |
| Argumenten negatief | (F=0.49, p=0.49) | (F=2.23, p=0.14) |

## Positieve gezicht van de ontvanger

Voor dit construct vond ik geen effect voor zowel het expliciet maken van de warrant (F=1.1, p=0.3) als het toevoegen van een hedge (F=3.3, p=0.07)

Imago van de schrijver

## Het toevoegen van een hedge had een positief effect op het imago van de schrijver bij de ontvanger (F=5.4, p=0.02) met een verschil in gemiddelden en standaarddeviaties van:

|  |  |
| --- | --- |
| Hedge | 4.36(1.05) |
| Geen hedge | 3.84(1.29) |

Het expliciet maken van een warrant had geen effect op dit construct (F=0, p=0.9)

Wat betreft de gedachten over de schrijver werd er geen effect gevonden:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Warrant** | **Hedge** |
| **Schrijver positief** | (F=2.66, p=0.11) | (F=0.99, p=0.32) |
| **Schrijver negatief** | (F=0.14, p=0.71) | (F=1.42, p=0.24) |

## Kwaliteit van de brief

## Het expliciet maken van een warrant in een argumentatie had een significant positief effect op de beoordeling van de briefkwaliteit (F=58, p<0.001). Met een verschil in gemiddelden en standaarddeviaties van:

|  |  |
| --- | --- |
| Warrant | 5.2(0.96) |
| Geen warrant | 3.78(1.70) |

## Het toevoegen van een hedge had een significant negatief effect (F=74, p<0.001), met een verschil in gemiddelden en standaarddeviaties van:

|  |  |
| --- | --- |
| Hedge | 3.74(1.66) |
| Geen hedge | 5.27(0.92) |

## Voor dit construct hebben we een interactie-effect gevonden tussen warrant en hedge (F=80, p<0.001):



Als een argumentatie een expliciete warrant bevat heeft het toevoegen van een hedge geen invloed op de briefkwaliteit. Als een argumentatie geen expliciete warrant bevat is het effect van een hedge wel merkbaar. Dan heeft deze namelijk een negatief effect op de briefkwalieteit.

Er werd geen effect gevonden op de hoogte van het rapportcijfer voor zowel het expliciet maken van de warrant (F=0.02, p=0.9) als het toevoegen van een hedge (F=0.01,p=0.9).

Wat betreft de gedachten over de brief werd geen effect gevonden:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Warrant** | **Hedge** |
| **Tekst positief** | (F=2.95, p=0.9) | (F=2.08, p=0.15) |
| **Tekst negatief** | (F<0.01, p=0.96) | (F=2.75, p=0.1) |

Negatieve gezicht van de ontvanger

Op het aantal gedachten die aangaven dat het negatieve gezicht van de ontvanger bedreigd wordt heeft het expliciet maken van de warrant geen effect (F=1.7, p=0.2)

Verwerking als onafhankelijke variabele

## Heeft de mate van verwerking invloed op de vastgestelde effecten?

## Op het effect van de warrant op de acceptatie van de argumentatie bleek de mate van verwerking geen invloed te hebben. Zowel de leestijd (F=1.55, p=0.22) als het aantal goed beantwoorde vragen (F=1.04, p=0.4) gaf geef verschil.

## Op het effect van de hedge op het imago heeft de leestijd echter wel een positieve invloed (F=6.92, p=0.01). Zie voor verduidelijking van dit interactie-effect de grafiek hieronder.



Bij een meer perifere verwerking heeft een hedge dus minder invloed op het imago dan bij een meer centrale verwerking.

## Het aantal goed beantwoorde vragen maakte niet uit voor dit effect (F=2.16, p=0.14).

## Op zowel het effect van de warrant op de briefkwaliteit (F=0.02, p=0.89) als dat van de hedge (F<0.001, p=0.95) had de leestijd geen invloed. Ook het aantal goed beantwoorde vragen had geen invloed op het effect van de warrant (F=0.56, p=0.3) en de hedge (F=1.56, p=0.21).

## Verwerking als afhankelijke variabele

## Er werd geen effect van de condities gevonden op de mate van verwerking. Het expliciet maken van een warrant respectievelijk het toevoegen van een hedge had geen effect op de leestijd (F=0.02, p=0.89) en (F=0.06, p=0.79) of het aantal goed beantwoorde controlevragen (F=0.45, p=0.5) en (F=0.6, p=0.44)

## Invloed van geslacht en opleidingsniveau

## Zowel opleidingsniveau (F=0.05, p=0.83) als geslacht (F=0.35, p=0.56) hadden geen invloed op het effect van de warrant op de acceptatie.

## Wel was er sprake van een negatief effect van opleidingsniveau op de acceptatie (F=3.9, p=0.05).

|  |  |
| --- | --- |
| Hoogopgeleid  | 3.05(1.32) |
| Laagopgeleid  | 3.5(1.29) |

## Zowel opleidingsniveau (F=2.65, p=0.11) als geslacht (F=1.29, p=0.26) hadden evenwel geen invloed op het effect van de hedge op het imago.

## De invloed van geslacht en opleidingsniveau op de effecten van warrant en hedge op de briefkwaliteit worden in de volgende tabel weergegeven:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Warrant | Hedge |
| Geslacht | (F=0.34, p=0.56) | (F<0.01, p=0.96) |
| Opleidingsniveau | (F=1.43, p=0.24) | (F=3.97, p=0.05) |

## Er is dus een invloed van opleidingsniveau op het verschil in briefkwaliteit veroorzaakt door de hedge.

## Dit interactie-effect wordt weergegeven in onderstaande grafiek:



## Voor hoogopgeleide personen doet het toevoegen van een hedge dus meer af aan de briefkwaliteit dan voor laagopgeleide personen.

## Hoofdstuk 6 Conclusies

## Wat voor effecten heb ik met dit onderzoek gevonden die schrijvers van zakelijke brieven in hun hoofd moeten houden tijdens het schrijven?

## Ik ga nu de onderzoeksvragen beantwoorden aan de hand van de gevonden resultaten, om uiteindelijk tot een conclusie te komen over het nut van een warrant of een hedge in een zakelijke brief.

## *Heeft het expliciet maken van een warrant of een subjectiviteits-hedge invloed op het imago van de schrijver en de overtuigingskracht van de brief? En zo ja, is deze invloed positief of negatief?*

## Over deze vraag gingen hypothesen 1, 2, 5 en 6. Hypothese 6 en 1 zijn uitgekomen, maar voor hypothese 2 en 5 vonden we geen bewijs. Dat wil zeggen dat de tekstelementen ‘expliciete warrant’ en ‘hedge’ zeker effect hebben op de twee genoemde constructen. Het expliciet maken van een warrant leidt tot een grotere acceptatie van het argument, omdat de link tussen data en claim duidelijker wordt. Het toevoegen van een hedge leidt tot een beter imago van de schrijver, omdat de relatie beter in stand is gehouden door het gebruik van een beleefdheidsstrategie. Aangezien er van zowel de warrant als de hedge geen negatieve effecten zijn gevonden op de acceptatie en het imago, zou ik aanraden om deze in een zakelijke persuasieve brief te gebruiken.

## *Versterkt het toevoegen van een warrant of hedge het positieve effect op het redden van het gezicht van de ontvanger met de tactiek ‘geef redenen’?*

## We vonden geen bewijs voor dit effect op het positieve gezicht, dus hypothese 3 komt niet uit. Hypothese 4 over het effect van een expliciete warrant op het negatieve gezicht kwam ook niet uit.

## Verder vonden we een effect op de briefkwaliteit in het algemeen. Brieven met een expliciete warrant werden beter beoordeeld dan brieven met een impliciete warrant. Bij de hedge was dit precies andersom; brieven waar een hedge aan was toegevoegd werden slechter beoordeeld dan brieven zonder hedge. Het effect van de hedge was sterker merkbaar bij hoogopgeleiden.

## Wat betreft de onderzoeksvraag over verwerking, ‘*worden de (eerder genoemde) effecten beïnvloed door de mate van elaboratie bij de ontvanger?’* kunnen we het volgende zeggen;

## Er is alleen een verschil in effect gevonden bij het construct briefkwaliteit. Wanneer mensen de brief dieper verwerken treedt er een groter verschil in briefkwaliteit op bij het toevoegen van een hedge. De brief werd dus strenger beoordeeld. Ook kan nu gezegd worden dat hypothese 7 komt niet uit komt.

## Tot slot is er geen bewijs gevonden voor hypothesen 8 en 9. De tekstelementen warrant en hedge spelen hier één rol en hebben geen invloed op de mate van verwerking.

**Hoofdstuk 7 Discussie en aanbevelingen**

## Verklaring

## Een opmerkelijk resultaat was dat er voor de een paar constructen wel een effect werd gevonden op de vragenclusters maar niet op de gedachten, die toch over hetzelfde construct zouden moeten gaan. Ik heb gemerkt dat het indelen van de gedachten in categorieën moeilijk was, wat een verklaring zou kunnen zijn voor het verschil in effect. Ook zijn er twee stappen waarin een gedachte ‘vervormd’ kan worden; bij het opschrijven door de proefpersoon en bij de interpretatie door de onderzoeker. Hierdoor kan het zo zijn dat een gedachte die in het hoofd van de proefpersoon zit in een andere categorie hoort dan waarin deze door de onderzoeker is ingedeeld. Een reden waarom de gedachten over de schrijver niet overeen kwamen met de antwoorden op het bijbehorende vragencluster was dat de mening van de proefpersonen veranderde tijdens het invullen van de vragen. Sommige proefpersonen gaven aan dat de vragen ze op ideeën brachten die ze zelf niet hadden overwogen bij het lezen van de brief en het invullen van de gedachten.

## Het uitblijven van effecten op het positieve en negatieve gezicht kan als volgt verklaard worden. Ten eerste was het soms, zelfs na extra vermelding, voor de proefpersoon niet duidelijk wie de ‘ik’ in de vragen en de ontvanger van de brief was. Als de proefpersoon die brief ziet als niet aan hem gericht zal een effect op het gezicht uitblijven. Hij kan zich dan hooguit inleven in de ontvanger en voor de ontvanger spreken. Het is natuurlijk in een onderzoek als deze lastig om het ecologisch valide te maken. De persoon heeft deze claim niet zelf ingediend en is niet zelf de laptop verloren. Normaal gesproken zit er bij het lezen ook niet iemand naast om de tijd op te nemen en hoeven ze later geen vragen over de brief te beantwoorden.

## Ook viel op dat er maar één effect werd gevonden met betrekking tot het Elaboration Likelihood Model, in plaats van de 4 verwachte effecten. Ik vermoed dat leestijd en aantal goed beantwoorde vragen geen goede maat is voor de mate van verwerking. Sommige mensen kunnen in korte tijd een tekst diep verwerken, andere mensen lezen langzaam en hebben in een langere tijd misschien juist minder diep verwerkt. Het opdreunen van feiten uit de tekst hoeft er evenmin op te wijzen dat mensen de inhoud diep verwerkt hebben. Een andere factor die bij de vragen meegespeeld kan hebben is het feit dat sommige vragen onduidelijk waren. Zo was de eerste controlevraag (over het aantal argumenten) geprint op de pagina voorafgaand aan de andere vragen, op een wat onduidelijke plek (zie bijlage 3). Ook werd de proefpersoon in de controlevragen ‘de verzekerde’ genoemd terwijl ze zich moesten inbeelden dat zij de verzekerde waren. Dit was verwarrend voor sommige proefpersonen.

## Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

## Tijdens dit onderzoek waren er aanwijzingen, zowel mondeling als in de thoughtlist, dat het argument ‘u heeft dit jaar al drie maal een claim ingediend’ bedreigend was voor het positieve gezicht van de ontvanger. Proefpersonen merkten op dat met dit argument fraude geïmpliceerd kon worden. Verder onderzoek kan uitwijzen of de beleefdheidsstrategie ‘geef redenen’ ook negatief uit kan pakken met het verkeerde argument.

## Eén van de niet voorspelde resultaten van dit onderzoek was het negatieve effect van opleidingsniveau op de acceptatie van de argumentatie. Hoogopgeleiden vonden het argument minder overtuigend dan laagopgeleiden, ongeacht of het een brief met of zonder expliciete warrant of hedge was. Dit kan een aanloop zijn naar een volgend onderzoek naar verschillen in acceptatiebereidheid tussen hoog- en laagopgeleiden.

## Literatuur

Brant, M. (2007), *Hoeveel argumenten zijn genoeg: een experimenteel onderzoek*

*naar het effect van sterke en zwakke argumenten op de waardering en acceptatie*

*van afwijzingsbrieven,* Ongepubliceerde masterscriptie, Universiteit Utrecht.

Brown, P. & Levinson, S.C.(1987), *Politeness. Some universals in language use.* Cambridge: Cambridge University Press.

Jansen, F., Janssen, D. (2007) *Effects* *of* *positive* *politeness* *strategies* *in* *business* *letters.* Utrecht University. Utrecht Institute for linguistics OTS.

Jansen, F. & Janssen, D. (2010). *Effects of positive politeness strategies in business*

*letters.* Journal of Pragmatics, 42, 2531–2548.

Jansen, F. & Janssen, D. (nog niet verschenen). *Quantity versus Quality;effects of argumentation in bad news letters.*

Petty, R.E. & Cacioppo, J.T.(1984), *The Effects of Involvement on Responses to Argument Quantity and Quality: Cnetral and Peripheral Routes to Persuasion,* Journal of Personality and Social Psychology (1984), Vol 46, No 1, 69-81.

Petty, R.E. & Briñol, P. & Tormala, Z.L. (2002), *Ease of retrieval effects in persuasion: A self-validation analysis*, Personality and Social Psychology Bulletin, 28, 1700-1712.

Rothschild Ewald, H.. & Burnett, R.E. (1997) *Business Communication,* Prentice Hall College Division.

Toulmin, S. (1958), *The Uses of Argument.* Cambridge: University Press.

Veenstra, S.M. (2009). *Sterke of zwakke reden(en)? Een analyse van de toepassing*

*van de beleefdheidstrategie ‘geef reden’ van Brown en Levinson in afwijzingsbrieven*

*en de invloed van sterke en zwakke reden(en).* Ongepubliceerde masterscriptie.

Universiteit Utrecht.

## Bijlage 1: Gemanipuleerde brieven, conditie 0:

S LAR

🌣

 Reisverzekeringen NV

Solar Reisverzekeringen NV

Postbus 16520, 2500 KB Den Haag

Bolswartlaan 12, Den Haag

Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)

www.solarreisverzekeringen.nl

KvK Haaglanden 31084456

Fam. Pietersen

Esdoornweg 23

6030 AX Nederweert

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Behandeld door: | Uw kenmerk: | Ons kenmerk: | Den Haag |
| B.H.C. van KolkTel 070-3443563 | Polisnummer05148404/GRG | M/P/KSD/4SE | 20 augustus 2012  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Betreft | : | Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop |

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 juni van 2011 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze gegevens blijkt dat u dit jaar al drie maal een schadeformulier voor de vermissing van een eigendom heeft ingediend. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op [www.solarreisverzekeringen.nl](http://www.solarreisverzekeringen.nl) of de folder *U bent het niet eens met een beslissing* bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk
Directeur Solar Reisverzekeringen

## Conditie 1:

S LAR

🌣

 Reisverzekeringen NV

Solar Reisverzekeringen NV

Postbus 16520, 2500 KB Den Haag

Bolswartlaan 12, Den Haag

Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)

www.solarreisverzekeringen.nl

KvK Haaglanden 31084456

Fam. Pietersen

Esdoornweg 23

6030 AX Nederweert

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Behandeld door: | Uw kenmerk: | Ons kenmerk: | Den Haag |
| B.H.C. van KolkTel 070-3443563 | Polisnummer05148404/GRG | M/P/KSD/4SE | 20 augustus 2012  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Betreft | : | Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop |

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 juni van 2011 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat u dit jaar al drie maal een schadeformulier voor de vermissing van een eigendom heeft ingediend. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op [www.solarreisverzekeringen.nl](http://www.solarreisverzekeringen.nl) of de folder *U bent het niet eens met een beslissing* bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk
Directeur Solar Reisverzekeringen

## Conditie 2:

S LAR

🌣

 Reisverzekeringen NV

Solar Reisverzekeringen NV

Postbus 16520, 2500 KB Den Haag

Bolswartlaan 12, Den Haag

Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)

www.solarreisverzekeringen.nl

KvK Haaglanden 31084456

Fam. Pietersen

Esdoornweg 23

6030 AX Nederweert

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Behandeld door: | Uw kenmerk: | Ons kenmerk: | Den Haag |
| B.H.C. van KolkTel 070-3443563 | Polisnummer05148404/GRG | M/P/KSD/4SE | 20 augustus 2012  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Betreft | : | Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop |

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 juni van 2011 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat u dit jaar al drie maal een schadeformulier voor de vermissing van een eigendom heeft ingediend. Zoals in de polisvoorwaarden (artikel 3.1) wordt vermeld, mogen er niet meer dan drie claims per jaar worden ingediend. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op [www.solarreisverzekeringen.nl](http://www.solarreisverzekeringen.nl) of de folder *U bent het niet eens met een beslissing* bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk
Directeur Solar Reisverzekeringen

**Conditie 3:**

S LAR

🌣

 Reisverzekeringen NV

Solar Reisverzekeringen NV

Postbus 16520, 2500 KB Den Haag

Bolswartlaan 12, Den Haag

Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)

www.solarreisverzekeringen.nl

KvK Haaglanden 31084456

Fam. Pietersen

Esdoornweg 23

6030 AX Nederweert

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Behandeld door: | Uw kenmerk: | Ons kenmerk: | Den Haag |
| B.H.C. van KolkTel 070-3443563 | Polisnummer05148404/GRG | M/P/KSD/4SE | 20 augustus 2012  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Betreft | : | Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop |

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 juni van 2011 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze gegevens blijkt dat u dit jaar al drie maal een schadeformulier voor de vermissing van een eigendom heeft ingediend. Zoals in de polisvoorwaarden (artikel 3.1) wordt vermeld, mogen er niet meer dan drie claims per jaar worden ingediend. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op [www.solarreisverzekeringen.nl](http://www.solarreisverzekeringen.nl) of de folder *U bent het niet eens met een beslissing* bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk
Directeur Solar Reisverzekeringen

**Bijlage 2: Thoughlisting formulier**

Let op: nu mag u niet meer terug bladeren naar de brief en ook niet vooruitkijken naar de rest van de vragen.

Tijdens of direct na het lezen van de brief had u vast gedachten over dit onderwerp. Kunt u hieronder die gedachten weergeven? Alle gedachten zijn relevant, zolang ze maar met het onderwerp te maken hebben. Schrijf in elke box één gedachte op. Probeer zoveel mogelijk boxen te vullen.

1

2

3

4

5

**Bijlage 3: Vragenlijst**

*Bij het invullen van de vragenlijst mag u niet meer terugbladeren naar de brief te.*

*Bedenk dat uw antwoord nooit ‘fout’ kan zijn.*

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Welk rapportcijfer geeft u de brief?
 | [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]   1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| 1. Wat is het eerste woord dat in u opkomt na het lezen van de brief?
 |            |
| 1. Wat zou u anders doen bij het schrijven van de brief?
 |            |

*Beoordeel nu de onderstaande stellingen. Denk niet te lang na over ieder antwoord, het gaat om uw eerste indruk. U kunt antwoord geven door één van de zeven hokjes aan te kruisen. Deze hokjes staan voor de volgende uitspraken:*

*1= helemaal mee oneens*

*2= mee oneens*

*3= een beetje mee oneens*

*4= noch mee oneens, noch mee eens*

*5= een beetje mee eens*

*6= mee eens*

*7= helemaal mee eens*

|  |  |
| --- | --- |
| 1. De schrijver is behulpzaam
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. Solar is professioneel
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver formuleert de afwijzing op een nette manier
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver trekt zich niets van mij aan
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver geeft voldoende argumenten
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver stelt zich negatief op
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. Ik ben tevreden met de reactie van Solar
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver heeft de juiste toon niet getroffen
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver springt van de hak op de tak
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. Solar is betrouwbaar
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. Ik leg mij neer bij deze beslissing
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De toon van de brief is afstandelijk
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. Ik ga waarschijnlijk niet meer met

 Solar in zee | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver is bot
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver toont betrokkenheid
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De argumenten zijn vergezocht
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver is in mij geïnteresseerd
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De beslissing om niet uit te keren is terecht
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver komt vriendelijk over
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. Het slechte nieuws wordt weloverwogen gebracht
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. Solar is klantgericht
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver komt onaardig over op mij
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver leeft zich in in mijn situatie
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver is arrogant
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver geeft te veel argumenten
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver stelt zich afstandelijk op tegenover mij
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De argumenten die de schrijver geeft zijn overtuigend
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver kan zich voorstellen hoe ik mij voel
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. Ik ben tevreden over Solar
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver stelt zich negatief op tegenover mij
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. Ik voel me klem gezet door de reactie van Solar
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De schrijver geeft te weinig argumenten
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. Aan het begin van de brief was het al duidelijk waar de schrijver heen wilde
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De informatie in de brief staat in een logische volgorde
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 1. De brief is te lang
 | Helemaal mee oneens [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  [ ]  Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Ik ben een:
 | [ ]  man [ ]  vrouw |
| 1. Mijn leeftijd is:
 |       jaar |
| 1. De hoogste opleiding die ik heb afgerond is:
 | [ ]  Lager onderwijs [ ]  VMBO[ ]  HAVO[ ]  VWO  | [ ]  MBO[ ]  HBO [ ]  W0 [ ]  Anders, namelijk:      |
| 1. Heeft u wel eens een claim bij een verzekering ingediend?
 | [ ]  Ja [ ]  Nee |
| 1. Deze brief kan zonder veranderingen naar klanten verzonden worden.
 | [ ]  Ja [ ]  Nee Indien nee: Waarom niet?       |

##

**4 Vragenclusters**

## Cluster 1: imago van de schrijver

## Vraag 7 De schrijver trekt zich niets van mij aan

## Vraag 9 De schrijver stelt zich negatief op

## Vraag 11 De schrijver heeft de juiste toon niet getroffen

## Vraag 15 De toon van de brief is afstandelijk

## Vraag 16 Ik ga waarschijnlijk niet meer met Solar in zee

## Vraag 17 De schrijver is bot

## Vraag 25 De schrijver komt onaardig over op mij

## Vraag 27 De schrijver is arrogant

## Vraag 29 De schrijver stelt zich afstandelijk op tegenover mij

## Vraag 33 De schrijver stelt zich negatief op tegenover mij

## Vraag 35 De schrijver geeft te weinig argumenten

## Cluster 2: Positieve gezicht

## Vraag 4 De schrijver is behulpzaam

## Vraag 18 De schrijver toont betrokkenheid

## Vraag 20 De schrijver is in mij geïnteresseerd

## Vraag 22 De schrijver komt vriendelijk over

## Vraag 26 De schrijver leeft zich in in mijn situatie

## Vraag 31 De schrijver kan zich voorstellen hoe ik mij voel

## Vraag 32 Ik ben tevreden over Solar

## Cluster 3: Acceptatie

## Vraag 10 Ik ben tevreden met de reactie van Solar

## Vraag 13 Solar is betrouwbaar

## Vraag 14 Ik leg mij neer bij deze beslissing

## Vraag 21 De beslissing om niet uit te keren is terecht

## Vraag 30 De argumenten die de schrijver geeft zijn overtuigend

## Vraag 32 Ik ben tevreden over Solar

Cluster 4: Kwaliteit brief

Vraag 12 De schrijver springt van de hak op de tak

Vraag 28 De schrijver geeft te veel argumenten

Vraag 38 De brief is te lang

Cluster 4: Briefkwaliteit

Vraag 12 De schrijver springt van de hak op de tak

Vraag 28 De schrijver geeft te veel argumenten

Vraag 38 De brief is te lang