



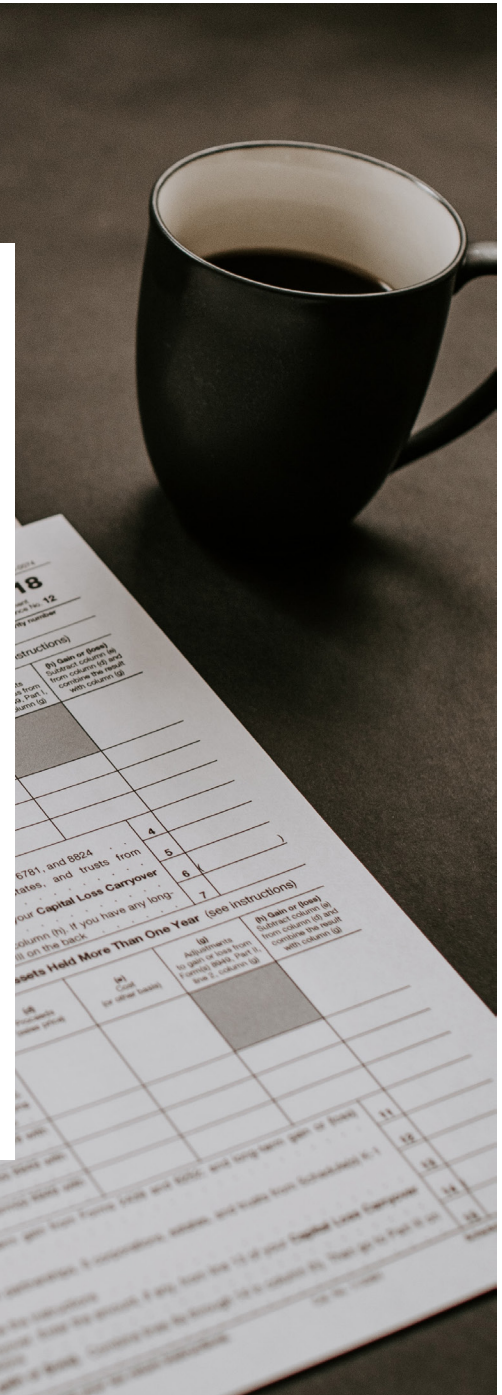
Universiteit Utrecht

Een kwestie van motiveren

Een onderzoek naar efficiënte interne communicatie bij Etos aan de hand van een analyse van het formulier dat Etos-winkelmedewerkers gebruiken om vragen te stellen aan het hoofdkantoor

Danique Menger
5549085 | d.f.menger@students.uu.nl
Masterscriptie – afstudeerstage Etos Ahold Delhaize
Master Communicatie & Organisatie | Universiteit Utrecht

Datum: 13-01-2021



Eerste beoordelaar: dr. C. Van Hooijdonk
Universiteit Utrecht

Tweede beoordelaar: prof. dr. H. Hoeken
Universiteit Utrecht

Onder begeleiding van M. Van linden
Etos Ahold Delhaize



Samenvatting

Dit onderzoek gaat in op de inefficiënte interne communicatie bij Etos, die wordt veroorzaakt door de suboptimale zoekfunctie op het intranet, waardoor de informatievoorziening beperkt is. Hierdoor stellen de Etos-winkelmedewerkers veel winkelvragen via de tool Questie aan het hoofdkantoor. Het formulier om een winkelvraag te stellen wordt inadequaat ingevuld. Dit formulier is opgedeeld in verschillende categorieën om de winkelvraag direct naar de bijbehorende afdeling te sturen. De Etos-winkelmedewerkers plaatsen echter het overgrote gedeelte van hun vragen in de categorie ‘overig’, waardoor deze vragen handmatig verdeeld moeten worden over de afdelingen. Dit zorgt voor een langere responstijd. Het onderzoek gaat in op de oorzaak van dit inadequate gebruik en hoe het formulier zo ingericht kan worden dat de Etos-winkelmedewerkers minder vragen koppelen aan de categorie ‘overig.’ De verwachting is dat de Etos-winkelmedewerkers het formulier inadequaat invullen door begripsproblemen of motivatieproblemen.

De interne communicatie is onderzocht aan de hand van verkennende interviews, om de informatievoorziening binnen Etos te analyseren. Om vast te kunnen stellen of de categorieën in het huidige formulier aansluiten op de onderwerpen van de vragen, is een inhoudsanalyse uitgevoerd. De inhoudsanalyse heeft daarnaast inzicht gegeven voor een hercategorisering. Tot slot is het nieuwe formulier getest door middel van een hardop-werkmethode.

Uit het onderzoek is gebleken dat de Etos-winkelmedewerkers het formulier begrijpelijk vinden, maar te weinig tijd hebben om dit zorgvuldig in te vullen. Doordat zij hierdoor relevante informatie over het hoofd zien, koppelen zij onterecht vragen aan de categorie ‘overig’. Het adequaat invullen van het formulier zou zorgen voor 57% minder vragen in de categorie ‘overig’. Een hercategorisering zorgt voor een verdere afname van 15%. Motiverende elementen (als een toelichting en instructies) en een aanpassing in de keuzearchitectuur (een minder prominente plek voor de categorie ‘overig’) hebben ervoor gezorgd dat driekwart van de vragen aan de juiste categorie wordt gekoppeld.

De conclusie is daarom dat de interne communicatie bij Etos efficiënter kan verlopen als motiverende elementen worden toegevoegd aan het Questie-formulier. Door de motiverende elementen worden de Etos-winkelmedewerkers zich ervan bewust dat hun vragen sneller beantwoord kunnen worden, wanneer zij deze koppelen aan de juiste categorie.

Het onderzoek onderscheidt zich door de focus op een formulier in de zakelijke context. Waar in eerder onderzoek de focus lag op de begripsproblemen, biedt deze uitkomst een interessante toevoeging voor formulieren die vaker gebruikt worden. Een betere vindbaarheid op het intranet, meer bewustzijn door motiverende elementen en aansporing tot persoonlijk contact, kunnen Etos helpen om de interne communicatie te verbeteren.

Steekwoorden: interne communicatie, formulieren, begripsproblemen, motivatieproblemen, keuzearchitectuur, motiverende elementen

Inhoudsopgave

1. Inleiding	5
2. Theoretisch kader	7
2.1 <i>Interne communicatie</i>	7
2.2 <i>Mediarijkheid van communicatiekanalen</i>	9
2.3 <i>Problemen bij het invullen van formulieren</i>	10
2.4 <i>Begripsproblemen</i>	11
2.5 <i>Motivatieproblemen</i>	13
2.6 <i>Formulieren verbeteren</i>	13
3. Deelstudie 1: Gebruik van het huidige Questie-formulier door de Etos-winkelmedewerkers	14
3.1 Methode	14
3.1.1 <i>Instrumentatie</i>	14
3.1.2 <i>Participanten</i>	15
3.1.3 <i>Procedure</i>	16
3.1.4 <i>Data-analyse</i>	16
3.2 Resultaten	18
3.2.1 <i>Informatievoorziening</i>	18
3.2.2 <i>Persoonlijk contact</i>	18
3.2.3 <i>Questie</i>	19
3.2.4 <i>Responstijd</i>	20
3.2.5 <i>De begrijpelijkheid van het formulier</i>	21
3.2.6 <i>Motivatie om het formulier in te vullen</i>	21
3.2.7 <i>Categorie ‘overig’</i>	22
3.3 Conclusie deelstudie 1	23
4. Deelstudie 2: Inhoudsanalyse naar de categorie ‘overig’	24
4.1 Methode	24
4.1.1 <i>Corpus</i>	24
4.1.2 <i>Codeboek</i>	24
4.1.3 <i>Procedure</i>	25
4.2 Resultaten	27
4.2.1 <i>Analyse categorieën huidige formulier</i>	27
4.2.2 <i>Analyse meest voorkomende onderwerpen op basis van het codeboek</i>	27
4.2.3 <i>Hercategorisering</i>	29
4.2.4 <i>Gebruik categorie ‘overig’ huidige formulier en nieuwe formulier</i>	31
4.2.5 <i>Aanpassingen nieuwe formulier</i>	32
5. Deelstudie 3: Testen nieuwe formulier	36
5.1 Methode	36
5.1.1 <i>Participanten</i>	36
5.1.2 <i>Materiaal</i>	37
5.1.3 <i>De scenario’s</i>	37
5.1.4 <i>Procedure</i>	38
5.1.5 <i>Data-analyse</i>	39
5.2 Resultaten	41
5.2.1 <i>Scenario 1 en 2</i>	41
5.2.2 <i>Scenario 3 en 4</i>	42
5.2.3 <i>Aanvullend interview</i>	43
5.3 Conclusie deelstudie 3	46
6. Algemene conclusie en discussie	47
6.1 Conclusie	47

6.2 Discussie	49
6.2.1 <i>Interpreteren conclusies</i>	49
6.2.2 <i>Beperkingen van het onderzoek</i>	51
6.2.3 <i>Vervolgonderzoek</i>	51
7. Aanbevelingen aan Etos	53
Literatuurlijst	55
Bijlage	60
<i>Bijlage 1 Stroomschema's huidige formulier</i>	60
<i>Bijlage 2 Interviewschema verkennende interviews</i>	61
<i>Bijlage 3 Transcripten verkennende interviews</i>	64
<i>Bijlage 4 Codering interviews</i>	113
<i>Bijlage 5 Codeboek inhoudsanalyse</i>	122
<i>Bijlage 6 Instructies + scenario's hardop-werkmethode</i>	127
<i>Bijlage 7 Instructies afname + aanvullend interview</i>	129
<i>Bijlage 8 Transcripten hardop-werksessies</i>	131
<i>Bijlage 9 Problemen hardop-werksessies</i>	179
<i>Bijlage 10 Codering aanvullende interviews</i>	180

1. Inleiding

Iedereen heeft wel eens voet gezet in een van de 550 Etos-winkels. Als consument denk je niet direct aan wat achter de schermen gebeurt, zoals: het transport van de producten, het sturen van de verkoop en het trainen van het personeel. Deze processen worden geregeld door de winkels en door de Etos-medewerkers op het hoofdkantoor in Zaandam, als onderdeel van de organisatie Ahold Delhaize.

Het succes van deze nagenoeg onzichtbare processen en activiteiten is afhankelijk van de interne communicatie (Vuijk, 1996). De interne communicatie tussen de winkels en het hoofdkantoor verloopt echter suboptimaal. Dit wordt met name veroorzaakt door de tool die de Etos-winkelmedewerkers kunnen gebruiken om vragen te stellen aan het hoofdkantoor, genaamd Questie.

Questie is tevens het enige beschikbare communicatiekanaal voor contact vanuit de winkels richting het hoofdkantoor. De winkelvragen stellen zij via Questie door een formulier in te vullen waarin een aantal categorieën staan, zoals productkwaliteit, transport en scanproblemen (zie Bijlage 1 voor de stroomschema's van het formulier). Het probleem is dat de Etos-winkelmedewerkers 85% van hun vragen in de categorie 'overig' plaatsen, zo bleek uit gegevens van Etos. Deze vragen moeten op het hoofdkantoor handmatig worden verdeeld over de desbetreffende afdeling. Dit in tegenstelling tot de vragen die in een van de andere categorieën worden geplaatst. Die vragen komen direct bij de juiste afdeling terecht. Doordat het overgrote gedeelte van de winkelvragen in de categorie 'overig' geplaatst wordt, laat het antwoord op de vraag lang op zich wachten wat ten koste gaat van de servicekwaliteit. Om de interne communicatie binnen Etos te verbeteren, is het belangrijk dat de Etos-winkelmedewerkers het formulier adequaat invullen.

Etos is niet de enige organisatie die kampt met problemen omtrent het gebruik van een (online) formulier. Door het grootschalige gebruik van (online) formulieren, nemen ook de invulproblemen toe (Jansen & Lentz, 2008). In eerder onderzoek lag de focus op de complexiteit van overheidsformulieren (Jansen & Lentz, 2008; Jansen & Steehouder, 1992; Van den Hurk, Robijn & Verhoeven, 2009). In dit onderzoek zal ik een formulier in een zakelijke context bestuderen, als bijdrage aan efficiënte interne communicatie en servicekwaliteit. Ook is het een formulier dat de Etos-winkelmedewerkers meerdere keren per week invullen, in tegenstelling tot bijvoorbeeld een belastingformulier. Bij het analyseren van dit formulier staat de volgende onderzoeksvraag centraal:

Hoe kan het formulier in Questie zo worden vormgegeven dat de Etos-winkelmedewerkers meer vragen koppelen aan de bijbehorende categorie, met als doel om de interne communicatie efficiënter te laten verlopen?

Om antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag worden zowel kwalitatieve als kwantitatieve onderzoeksmethodes toegepast. Allereerst zal de context waarbinnen het formulier wordt gebruikt worden onderzocht aan de hand van interviews met de Etos-winkelmedewerkers.

Uitgaande van de interviews beantwoord ik de volgende deelvragen:

1. Hoe gebruiken en beoordelen de Etos-winkelmedewerkers de informatievoorziening binnen de organisatie Etos?
2. Hoe vaak en waarom kiezen de Etos-winkelmedewerkers voor de categorie ‘overig’ als zij een vraag insturen via Questie?

Vervolgens zal ik een inhoudsanalyse uitvoeren op basis van vragen die worden gesteld via Questie. Aan de hand van de inhoudsanalyse kan ik het huidige formulier analyseren en vaststellen wat de meest voorkomende onderwerpen van de vragen zijn. Op basis van de uitkomsten zal ik een nieuw formulier met nieuwe categorieën opstellen. Aan de hand van de inhoudsanalyse beantwoord ik de volgende deelvragen:

3. Hoe wordt het huidige Questie-formulier gebruikt en wat zijn de meest voorkomende onderwerpen van de vragen die de Etos-winkelmedewerkers sturen?
4. Hoe kan het formulier ingericht worden om het aantal Questies in de categorie ‘overig’ te verminderen?

Het herontwerp op basis van de inhoudsanalyse zal ik evalueren op basis van een hardop-werkmethode bij de Etos-winkelmedewerkers. Aan de hand van de hardop-werkmethode beantwoord ik de volgende deelvraag:

5. Hoe gebruiken en beoordelen de Etos-winkelmedewerkers het herontwerp van het formulier om vragen in te sturen via Questie?

Op basis van kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksmethodes zal ik Etos kunnen adviseren over het gebruik van het Questie-formulier om de interne communicatie te verbeteren. Het onderzoek is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk 2 wordt beschreven wat tot op heden bekend is over interne communicatie, communicatiekanalen en formulieren. In hoofdstuk 3 komt het gebruik van het huidige Questie-formulier aan bod, aan de hand van de interviews. Hoofdstuk 4 beschrijft de inhoudsanalyse en de aanpassingen in het herziene formulier. Het herziene formulier toets ik aan de hand van een hardop-werkmethode in hoofdstuk 5. De algemene conclusies worden beschreven in hoofdstuk 6, gevolgd door de discussie in hoofdstuk 7. Het onderzoek eindigt met de aanbevelingen aan Etos in hoofdstuk 8.

2. Theoretisch kader

Om de hoofdvraag en deelvragen te kunnen beantwoorden, zal het praktijkprobleem in een breder theoretisch perspectief geplaatst worden. Hier zal ik in paragraaf 2.1 ingaan op problemen die kunnen ontstaan wanneer de interne communicatie niet voldoet aan de verwachting van de Etos-medewerkers, met de focus op Questie. Deze problemen kunnen ontstaan wanneer de informatie niet aansluit bij de beschikbare communicatiekanalen. Daarom is het van belang om de rijkheid van communicatiekanalen te betrekken bij mijn onderzoek, dit concept zal ik bespreken in paragraaf 2.2. Vervolgens zal ik in paragraaf 2.3 de functionaliteiten van formulieren en de eventuele problemen met het formulier beschrijven. Deze problemen zijn opgedeeld in begripsproblemen en motivatieproblemen, die besproken worden in paragraaf 2.4. en 2.5. Hoe een formulier verbeterd kan worden op basis van deze problemen, bespreek ik in paragraaf 2.6.

2.1 Interne communicatie

Interne communicatie betreft de interactie en relatie tussen betrokkenen in een organisatie (Welch & Jackson, 2007), ofwel alle vormen van communicatie tussen werknemers in een organisatie zoals Etos. Interne communicatie omvat zowel formele vormen van zakelijke communicatie, zoals e-mails, nieuwsbrieven en presentaties als informele vormen van communicatie, zoals gesprekken bij de koffieautomaat (Reijnders, 2006). De interne communicatie is effectief wanneer sprake is van een balans tussen de informatiebehoefte van de medewerkers en de hoeveelheid informatie die met hen gedeeld wordt (Rosenfeld, Richman & May, 2004). Alleen dan kunnen de beoogde communicatiedoelen behaald worden (Ridder, 2005). Binnen Etos sluit de hoeveelheid informatie die gedeeld wordt niet aan bij de informatiebehoefte, hierdoor ontstaat ontevredenheid bij de werknemers (Ormandy, 2011).

Dit komt voornamelijk doordat Questie het enige beschikbare communicatiekanaal is voor de winkels om contact op te kunnen nemen met het hoofdkantoor. Hierdoor vormt deze tool een belangrijke schakel tussen de Etos-winkels en het hoofdkantoor. Per week stellen de Etos-winkelmedewerkers vijfhonderd vragen via Questie. Dit zijn vragen over zaken die zij tijdens hun werkzaamheden in de winkel tegenkomen, zoals vragen over de vracht, het personeel, de producten of campagnes. Deze winkelvragen worden beantwoord door de werknemers op het hoofdkantoor.

Hiervoor vullen de Etos-winkelmedewerkers een formulier in (zie Figuur 1). In dit formulier moeten zij een keuze maken voor een categorie die overeenkomt met het onderwerp van hun vraag. Een vraag over de levertijden dient de Etos-winkelmedewerker bijvoorbeeld in de categorie 'transport' te plaatsen. Vervolgens komt deze vraag bij de afdeling Transport terecht, zodat deze zo snel mogelijk beantwoord kan worden.

Nieuwe vraag stellen
 Selecteer hieronder het onderwerp van je vraag

Scanprobleem	Transport	DC bestelling	Productkwaliteit
HR (alleen WWM)	Overig	Missend communicatiemateriaal	

Figuur 1. De categorieën in het formulier in Questie

Wanneer een vraag niet onder een van de categorieën valt, kunnen de Etos-winkelmedewerkers de vraag plaatsen in de categorie ‘overig’. De vragen die in deze categorie worden ingestuurd, zijn niet gekoppeld aan een van de afdelingen. Aangezien 85% van de vragen in de categorie ‘overig’ geplaatst wordt, moeten circa 425 vragen per week handmatig verdeeld worden over de verschillende afdelingen. Het inadequaat invullen van het formulier heeft een langere responstijd als gevolg. De bestaande informatiebehoefte door de gelimiteerde mogelijkheid tot contact en de lange responstijd op de winkelvragen, zorgt voor inefficiënte interne communicatie en ontevredenheid.

De gelimiteerde mogelijkheid tot contact kan daarnaast leiden tot wantrouwen en speculaties (White, Vanc & Stafford, 2010). Dit kan erin resulteren dat Etos-winkelmedewerkers via andere wegen informatie zullen zoeken of minder gemotiveerd zijn om vragen te stellen via Questie. Aan de andere kant kan te veel informatie zorgen voor overbelasting, waardoor informatie genegeerd kan worden (White et al., 2010). Via verschillende communicatiekanalen zendt het hoofdkantoor een grote hoeveelheid informatie naar de winkels. Zij gebruiken hiervoor het intranet, een nieuwsbrief en mail. Het ontvangen van een grote hoeveelheid informatie staat echter niet gelijk aan het ontvangen van de juiste informatie (Bartoo & Sias, 2004). Wat de Etos-medewerkers zien als de juiste informatie is moeilijk vast te stellen (White et al., 2010). Uitzoeken wat zij zien als de juiste informatie en hoe te voldoen aan de informatiebehoefte is van groot belang om de werknemers betrokken te laten voelen bij Etos (Welch & Jackson, 2007). De mate van betrokkenheid heeft invloed op de motivatie en efficiëntie van de (Etos-)medewerkers (Kang & Sung, 2017).

Ook wanneer de informatiebehoefte van de Etos-medewerkers volstaat, kan de interne communicatie inefficiënt zijn. Tussen afdelingen, winkels en individuen kunnen kennisverschillen voorkomen waardoor communicatieproblemen kunnen ontstaan (Welch, 2012). Zo sluiten de gegevens die het hoofdkantoor vraagt middels het Questie-formulier niet aan bij de beschikbare informatie van de winkels. Het hoofdkantoor vraagt in het formulier om productcodes die de winkels met moeite kunnen achterhalen.

Deze productcodes heeft het hoofdkantoor nodig om aanpassingen te kunnen doen voor een specifiek product, aangezien producten vrijwel gelijke namen kunnen hebben (zoals ‘Andr cond kera col’ en ‘Andr sh kera col’). Op het hoofdkantoor weten ze niet hoeveel moeite het kost om deze productcodes op te zoeken en de Etos-winkelmedewerkers zijn niet op de hoogte van het belang van deze codes. Door een verschil in kennis en ervaring bestaat de kans dat zij elkaar moeilijk of niet begrijpen (Welch, 2012).

De interne communicatie is tevens van belang voor externe relaties (White et al., 2010), aangezien effectieve interne communicatie een indicatie is voor het succes van een organisatie (Kang & Sung, 2017). Doordat de Etos-winkelmedewerkers met de winkelvragen niet goed terecht kunnen bij het hoofdkantoor, leveren zij in op hun klantgerichte service en reputatie. Een klant moet teleurgesteld worden als een acute vraag niet snel beantwoord wordt, bijvoorbeeld wanneer de winkel de korting niet kan verrekenen.

Waar het hoofdkantoor veel communicatiekanalen gebruikt om de winkels te bereiken, beschikken de winkels enkel over Questie. Om efficiënte interne communicatie te bevorderen, dient de beschikbare informatie aan te sluiten bij de communicatiekanalen. Of een communicatiekanaal aansluit bij de informatie, hangt af van de mediarijkheden.

2.2 Mediarijkheden van communicatiekanalen

De Etos-winkelmedewerkers beoordelen een communicatiekanaal als Questie op basis van de verwachtingen die zij hiervan hebben (Cameron & McCollum, 1993). Medewerkers achten een communicatiekanaal bruikbaar wanneer zij informatie snel en nauwkeurig kunnen vinden. Als de werknemers een medium niet bruikbaar vinden, kan dit een barrière vormen voor effectieve interne communicatie (Welch, 2012).

Een passend communicatiekanaal zou moeten aansluiten op de content. Media verschillen in capaciteit om bepaalde informatie over te brengen (Dennis, Fuller & Valacich, 2008). Deze capaciteiten hebben Daft en Lengel (1986) vastgelegd in de mediarijkhedenstheorie.

Ondanks dat de mediarijkhedenstheorie gebruikt wordt om de capaciteiten van mediavormen te beschrijven, kent de theorie ook kritiek (Markus, 1994; Dennis & Kinney, 1998). De sociale druk om een medium te gebruiken is volgens Markus (1994) sterker dan de rijkheid van een communicatiekanaal. De theorie is daarnaast ontwikkeld in een periode waarin geen moderne communicatietechnologieën bestonden (Lodhia, 2004). Nieuwe technologieën als e-mail bieden mogelijkheden die niet in overweging zijn genomen, zoals het vermogen om informatie gelijktijdig naar meerdere medewerkers te communiceren en het vermogen om communicatie vast te leggen (Lodhia, 2004). Door deze mogelijkheden kunnen armere mediavormen effectiever zijn dan rijkere mediavormen.

Hoewel de mediarijkhedenstheorie is verouderd, is de theorie in staat om communicatiekanalen te beschrijven (Sheer, 2020). Daarom zal ik aan de hand van deze theorie de interne communicatiekanalen bij Etos met gepaste voorzichtigheid analyseren aan de hand van de vier criteria van rijkheid (Daft & Lengel, 1986).

In essentie wordt gesteld dat rijkere mediavormen effectiever zijn dan minder rijke mediavormen (Daft & Lengel, 1986). De rijkste mediumvorm voldoet aan alle vier de criteria (Koeleman, 2010). Deze criteria illustreer ik met Questie als voorbeeld:

- De mogelijkheid tot feedback; het contact op Questie is asynchroon. Het hoofdkantoor kan hierdoor niet direct om toelichting vragen op basis van een vraag.
- De mogelijkheid om verschillende cues te gebruiken; Questie biedt niet de mogelijkheid om indicatoren als lichaamstaal of de toon van de stem over te brengen, doordat de medewerkers alleen berichten kunnen typen.
- De mogelijkheid om natuurlijke taal te gebruiken; Questie dwingt de Etos-winkelmedewerkers om vakterminologie te gebruiken, zoals productcodes en vrachtcodes.
- De persoonlijke focus van een medium; Questie is erop gericht om winkelvragen te beantwoorden. Hierdoor ligt bij het beantwoorden de focus op de informatievoorziening van één specifieke winkel, in tegenstelling tot bijvoorbeeld een intranet waar de content gericht is op alle Etos-medewerkers.

Questie blijkt een relatief arme mediavorm, aangezien de tool enkel aan één criterium voldoet. Waar Questie het enige medium is die de Etos-winkelmedewerkers kunnen gebruiken om contact op te kunnen nemen met het hoofdkantoor, gebruikt het hoofdkantoor verschillende mediakanalen om informatie te zenden naar de winkel.

Een veel gebruikt arm mediumkanaal om informatie te zenden is het intranet van Etos, genaamd Sam. Het intranet is een arm communicatiekanaal, omdat dit aan geen van de criteria voldoet. Zo kunnen de winkelmedewerkers niet reageren en wordt in de berichten gebruikgemaakt van vaktermen en productcodes. Het doel van het intranet is om de Etos-winkelmedewerkers te informeren. Op Sam kunnen winkelmedewerkers verschillende soorten informatie vinden, zoals updates, werkwijzen, instructies, de agenda, taakberichten en informatie over Etos en Ahold Delhaize.

Een ander arm medium is de nieuwsbrief. De nieuwsbrief is een rijker medium dan het intranet, aangezien de nieuwsbrief meer natuurlijke taal bevat en enigszins meer persoonlijke focus heeft. De persoonlijke focus komt voort uit subjectieve verhalen en interviews met de Etos-medewerkers. Het creëren van betrokkenheid onder de werknemers is een belangrijke doelstelling van het uitbrengen van deze nieuwsbrief (Liebrecht & Sanders, 2013).

2.3 Problemen bij het invullen van formulieren

Questie biedt de Etos-winkelmedewerkers de mogelijkheid om winkelvragen te stellen aan het hoofdkantoor. Dit verloopt stroef doordat de Etos-winkelmedewerkers het Questie-formulier niet adequaat invullen; 85% van de winkelvragen belandt in de categorie 'overig', zo blijkt uit de gegevens van Etos.

Maar waarom plaatst het winkelpersoneel 85% van de vragen in de categorie ‘overig’ ten koste van de responstijd? Een reden kan zijn dat de winkelmedewerker genoodzaakt is om de categorie ‘overig’ te gebruiken, bijvoorbeeld doordat de vraag tamelijk specifiek is of omdat het huidige formulier niet aansluit bij de meest voorkomende onderwerpen van de vragen. Dat neemt echter niet weg dat dit probleem kan bestaan naast andere invulproblemen die kunnen leiden tot het inadequaet invullen van het formulier (Jansen et al., 1989). Deze problemen zijn in te delen in begrips- en motivatieproblemen.

2.4 Begripsproblemen

Een mogelijke oorzaak voor het overmatig gebruiken van de categorie ‘overig’ is dat de Etos-winkelmedewerkers de route en/of het taalgebruik in het Questie-formulier niet begrijpen. Vaktermen, moeilijke vragen, onduidelijke routing, twijfelachtige instructies en onsamenhangende kopjes kunnen een probleem vormen bij het invullen van het formulier (Jansen & Steehouder, 2001). Ook wanneer de medewerkers zich ervan bewust zijn dat zij informatie missen of niet begrijpen, zullen zij niet geneigd zijn op zoek te gaan naar aanvullende informatie (Jansen & Steehouder, 2001). De winkelmedewerkers beschikken mogelijk over te weinig begrip en achtergrondkennis om het formulier adequaat in te vullen (Jansen & Steehouder, 1992). Dit kan als gevolg hebben dat ze niet kunnen beoordelen welke categorie van toepassing is op hun vraag. De categorie ‘overig’ biedt in dit geval een uitweg.

Jansen et al. (1989) hebben in hun boek acht begripsproblemen gecategoriseerd. Vijf van deze invulproblemen zijn niet van toepassing op het Questie-formulier, zoals een probleem met het verifiëren van verschillende voorwaarden bij het doen van een aanvraag. De drie invulproblemen die relevant zijn voor het Questie-formulier zijn:

- Problemen met het selecteren van de relevante passages: de Etos-winkelmedewerkers begrijpen de route in het formulier niet. Ze selecteren niet de juiste passage, omdat ze de instructies en toelichtingen slecht of niet lezen (Jansen et al., 1989). Het gevolg is dat zij niet de categorie selecteren die bij hun vraag hoort.
- Problemen met het interpreteren van de tekst: de Etos-winkelmedewerker moeten de begrippen op het formulier, zoals productkwaliteit en ontbrekend communicatiemateriaal, relateren aan begrippen die voorkomen op de werkvloer, zoals een klacht en een aanvraag voor posters. Winkelmedewerkers kunnen moeite hebben om de verschillende begrippen aan elkaar te relateren, waardoor een vraag aan de verkeerde categorie gekoppeld kan worden. Dit invulprobleem kan veroorzaakt worden door een gebrek aan achtergrondkennis, waardoor de winkelmedewerker bijvoorbeeld niet weet wat onder ontbrekend communicatiemateriaal valt (Jansen et al., 1989).

- Problemen met het genereren van de noodzakelijke gegevens: de gegevens die gevraagd worden in het Questie-formulier, halen de Etos-winkelmedewerkers uit andere informatiebronnen. Zo moeten ze bij de omschrijving van een product de houdbaarheidsdatum en verschillende productcodes vermelden. Het vergaren van noodzakelijke gegevens kan een probleem vormen, doordat ze informatie niet kunnen vinden of verkeerde informatie genereren (Jansen et al., 1989).

Volgens de *Cognitive Load Theory* (Paas, Renkl & Sweller, 2003) is het invullen van een formulier daarnaast een intrinsieke complexe taak (Jansen & Lentz, 2008). Tijdens het invullen van een formulier wordt het werkgeheugen van de Etos-winkelmedewerker cognitief belast. De cognitieve belasting refereert aan de belasting op het werkgeheugen tijdens een leerproces (Van Hooijdonk & Spooren, 2011). Door de beperkte capaciteit van het werkgeheugen, kan een te grote cognitieve belasting het adequaat invullen van het formulier in de weg staan. De winkelmedewerkers hebben een limiet aan de hoeveelheid informatie die zij kunnen verwerken (Sweller, Van Merrenboer & Paas, 1998). De Cognitive Load Theory onderscheidt drie verschillende soorten cognitieve belasting; de intrinsieke (*intrinsic*), de ineffektieve (*extraneous*) en de effectieve (*germane*) cognitieve belasting (Sweller et al., 1998). De intrinsieke cognitieve belasting is de inspanning die inherent is aan het uitvoeren van een taak met bijbehorende complexiteit en kenmerken, ook wel de moeilijkheidsgraad van de desbetreffende taak. Het invullen van het Questie-formulier is een intrinsieke complexe taak om uit te voeren (Jansen & Lentz, 2008). Het winkelpersoneel moet enerzijds informatie lezen en verwerken en anderzijds vragen beantwoorden en gegevens invullen. Het schakelen tussen deze taken is wat het invullen van een formulier moeilijk maakt (Jansen & Lentz, 2008).

De ineffektieve cognitieve belasting zorgt voor onnodige inspanning door onbruikbare informatie of prikkels, zoals bijvoorbeeld verwarrende instructies of een slecht ontworpen formulier (Reese, Pawluk & Taylor, 2016). In tegenstelling tot de ineffektieve cognitieve belasting, bevordert de effectieve cognitieve belasting het leren. De effectieve cognitieve belasting is de nuttige belasting van het werkgeheugen en is gericht op het verwerken en het begrijpen van informatie (Van Hooijdonk & Spoorten, 2011).

Aangezien het invullen van het formulier een intrinsiek complexe taak is, moet de ineffektieve belasting zo klein mogelijk zijn en moet de effectieve belasting toenemen (Van Hooijdonk & Spooren, 2011). Een manier om dit te doen is door overbodige informatie te schrappen (Mayer, 2005).

2.5 Motivatieproblemen

Naast dat het inadequaatt invullen van het formulier veroorzaakt zou kunnen worden door begripsproblemen, zijn motivatieproblemen een tweede mogelijke oorzaak. Motivatie drijft de intentie om taken uit te voeren, doordat het energie en volharding geeft (Ryan & Deci, 2000).

Het gebrek aan motivatie om informatie te verwerken is een breder probleem, dat zowel terug te zien is bij het verwerken van informatie op het internet (Hoeken et al., 2011) als bij specifieke taken zoals het invullen van het Questie-formulier (Van den Broeck, Vansteenkiste, De Witte, Lens & Andriessen, 2009). Het gebrek aan motivatie wordt gedreven door een negatieve attitude tegenover het invullen van het formulier (Van Deursen, 2018). Attitudes zijn gevoelens ten aanzien van gegevens, objecten of in dit geval een formulier (Keil, 1991).

Verschillende aspecten kunnen invloed hebben op deze attitude en daarmee op het motivatieprobleem. Allereerst vullen de Etos-winkelmedewerkers het Questie-formulier vaak in, met als resultaat dat zij het formulier snel invullen en hierdoor alleen relevante tekstfragmenten lezen. Jarret en Gaffney (2009) typeren deze gebruikers als *rushers*. Dit motivatieprobleem wordt mogelijk versterkt door de tijdsdruk. De winkelmedewerkers staan vooral in de winkel en hebben hierdoor te weinig tijd om het formulier zorgvuldig in te vullen. Bovendien vullen ze het formulier in wanneer zich een probleem in de winkel voordoet: de vracht is te laat of een product scant niet. Hierdoor bestaat een mogelijke afkeer tegen het invullen van het formulier. Door deze afkeer zullen ze geen aandacht hebben voor de categorieën of de instructies op het formulier, ook wel de *refusers* genoemd (Jarret & Gaffney, 2009).

2.6 Formulieren verbeteren

Om een effectief formulier te maken, moet de focus liggen op de Etos-winkelmedewerkers (Jarret & Gaffney, 2009). Hierbij moet ingespeeld worden op de invulproblemen die zij ervaren, om zo het praktijkprobleem op te kunnen lossen. Onderdeel van dit probleem kan zijn dat instructies en achtergrondinformatie ontbreken in het huidige formulier. Instructies omtrent de categorieën kunnen problemen met het selecteren van de relevante passages, het interpreteren van de tekst en het genereren van de noodzakelijke gegevens mogelijk oplossen (Jansen et al., 1989). Deze instructies kunnen daarnaast motiverend werken. Hiervoor zou de winkelmedewerker het belang van het adequaat invullen van het formulier moeten weten, namelijk dat dit zorgt voor een snellere responstijd. Wanneer ze de persoonlijke relevantie inzien, is de motivatie om het formulier adequaat in te vullen hoger (Ryan & Deci, 2000; Vansteenkiste & Soenens, 2015). Daarnaast zou een hercategorisering een mogelijke oplossing kunnen zijn, als blijkt dat de Etos-winkelmedewerkers daadwerkelijk genooddaakt zijn om 85% van hun vragen in de categorie ‘overig’ te plaatsen. Deze nieuwe categorieën dienen beter aan te sluiten op de meest voorkomende onderwerpen van de winkelvragen.

3. Deelstudie 1: Gebruik van het huidige Questie-formulier door de Etos-winkelmedewerkers

Het doel van het onderzoek is om het Questie-formulier te optimaliseren, zodat de vragen van de Etos-winkelmedewerkers sneller beantwoord kunnen worden door het hoofkantoor. Aan de hand van verkennende interviews met de Etos-winkelmedewerkers worden de volgende vragen beantwoord:

1. Hoe gebruiken en beoordelen de Etos-winkelmedewerkers de informatievoorziening binnen de organisatie Etos?
2. Hoe vaak en waarom kiezen de Etos-winkelmedewerkers voor de categorie ‘overig’ als zij een vraag insturen via Questie

3.1 Methode

3.1.1 Instrumentatie

Voor het afnemen van de semigestructureerde interviews is een topiclijst opgesteld. Uit deze topiclijst is een interviewschema voortgekomen (zie Bijlage 2). Dit zijn algemene vragen die richting geven aan het interview. Een semigestructureerd interviewschema biedt de mogelijkheid om door te vragen op basis van een antwoord en af te wijken van de vraagvolgorde (Emans, 2014). Ondanks het gebruik van een interviewschema kan de betrouwbaarheid van de interviews geschonden worden. Om de interviews zo betrouwbaar mogelijk af te nemen, ben ik dichtbij de structuur van het interviewschema gebleven en heb ik geen sturing gegeven aan de vragen.

De vragen in het interviewschema begonnen algemeen en gingen steeds specifiek in op het Questie-formulier. De eerste topic betrof het intranet, Sam, omdat dit voor het winkelpersoneel de grootste bron van informatie is. Zo staat op Sam informatie over actiemateriaal dat te laat geleverd wordt, informatie over storingsen en de producten die niet gescand kunnen worden. Specifiek zijn vragen gesteld over hoe Etos-winkelmedewerkers informatie zoeken op Sam en of zij deze informatie makkelijk kunnen vinden (*Heb je antwoord gevonden op je vraag op Sam?*).

De tweede topic bestond uit vragen over andere manieren van informatie vergaren en vragen stellen, zoals door direct contact met het hoofdkantoor of met andere Etos-filialen (*Stel je Etos-gerelateerde vragen weleens aan andere Etos-filialen?*). De derde topic betrof Questie. Ik heb gevraagd naar de beoordeling van Questie in het algemeen, de kwaliteit van de antwoorden en de responstijd (*Was je tevreden over het gegeven antwoord?*). De vierde topic had betrekking op het Questie-formulier, waarbij onderscheid is gemaakt tussen de begrijpelijkheid van het formulier en de motivatie om het formulier in te vullen (*Vind je de taal die gebruikt wordt in het formulier makkelijk te begrijpen?*; *Neem je de tijd om een vraag aan de juiste categorieën te koppelen?*). De laatste topic betrof de categorie ‘overig’.

Ik heb gevraagd of, hoe vaak en waarom de Etos-winkelmedewerkers deze categorie gebruiken en wat voor soort vragen zij plaatsen in de categorie ‘overig’ (*Waarom maak je gebruik van de categorie ‘overig’?*).

3.1.2 Participanten

De interviews heb ik afgenomen bij tien winkelmanagers of verkoopcoördinatoren van Etos-filialen, aangezien zij de Questie-vragen sturen. Om geschikte participanten te vinden, heb ik contact opgenomen met de *operational managers*. Dit zijn de contactpersonen van alle Etos-winkels uit een regio. Deze contactpersonen konden een inschatting geven van welke winkelmanagers of verkoopcoördinatoren tijd zouden hebben om deel te nemen aan het interview.

De helft van de participanten was winkelmanager in een Etos-eigenwinkel en de andere helft in een franchisewinkel (zie Tabel 1). Franchisewinkels zijn eigen ondernemingen, waarin de winkelmanager de eigenaar is van de winkel. Ik heb dit onderscheid gemaakt, omdat ik verwachtte dat verschillende belangen een rol kunnen spelen. De eigenaar van een franchisewinkel is mogelijk meer gedreven door omzet en heeft meer eigen belang bij een snelle responstijd. De participanten hebben de leeftijd tussen de 32 en de 55 jaar, met een gemiddelde leeftijd van 45 jaar.

Tabel 1

Kenmerken respondenten interviews

Respondent	Leeftijd	Geslacht	Franchise	Functie	Plaats winkel
1	32	Vrouw	Nee	Winkelmanager	Weesp
2	38	Vrouw	Nee	Winkelmanager	Amsterdam
3	54	Vrouw	Nee	Verkoopcoördinator	Heemstede
4	45	Vrouw	Nee	Winkelmanager	Almelo
5	48	Vrouw	Nee	Winkelmanager	Amsterdam
6	36	Vrouw	Ja	Eigenaar	Amsterdam
7	52	Man	Ja	Eigenaar	Nieuwe Niedorp
8	46	Man	Ja	Eigenaar	Harderwijk
9	43	Man	Ja	Eigenaar	Leiden
10	55	Man	Ja	Eigenaar	Bovenkarspel

3.1.3 Procedure

De interviews zijn afgenomen tussen 16 oktober en 9 november 2020. Via een e-mail werden zij uitgenodigd voor het interview over de informatievoorziening binnen Etos van ongeveer dertig minuten. Vanwege het coronavirus zijn alle interviews online afgenomen via Microsoft Teams. Voorafgaand aan het interview heb ik de participanten gevraagd om toestemming om het interview op te nemen. Alle participanten gingen hiermee akkoord.

3.1.4 Data-analyse

De interviews heb ik woordelijk getranscribeerd (zie Bijlage 3). Deze gegevens zijn gecodeerd in drie stappen. In de eerste stap zijn de tekstfragmenten die relevant zijn voor het onderzoek gelabeld, ook wel het open coderen genoemd (Boeije, 2005). In de tweede stap heb ik de labels vergeleken en heb ik overkoepelende codes toegevoegd, dit wordt axiaal coderen genoemd. Het open coderen en axiaal coderen is een proces, waarbij codes aangepast en verschoven kunnen worden (Wester & Peters, 2004). De overkoepelende codes heb ik weergegeven in Tabel 2. De laatste stap is het selectief coderen. Het doel hiervan is om een brug te slaan tussen de data en de conclusies die ik hieruit kan trekken. Dit heb ik gedaan door te quotes per categorie te analyseren en relaties en verbindingen in beeld te brengen.

Tabel 2*Axiale codes*

Code	Frequentie	Citaat
Beoordeling Questie	20	Ik vind minder fijn aan Questie dat het lang duurt voordat je een antwoord hebt. (Bijlage 3+4, respondent 3, regelnummer 49)
Sam	15	Nee. Ik kan mijn antwoord lang niet altijd vinden op Sam, vaak stuur ik toch wel een Questie. En dan krijg je weer een antwoord terug van het stond daar en daar op Sam en dan kunnen wij dus niks vinden. Ik denk dat ik de helft van mijn vragen niet kan vinden op Sam. (Bijlage 3+4, respondent 5, regelnummer 16)
Responsetijd	12	Ja ik vind de responstijd wel een probleem. (Bijlage 3+4, respondent 7, regelnummer 57)
Categorie overig	11	Ik plaats mijn vragen in overig, omdat de vragen eigenlijk niet onder die andere categorieën vallen. (Bijlage 3+4, respondent 3, regelnummer 77)
Motivatie gebruiken categorieën	10	Nou voor mij is het niet zo belangrijk om mijn vraag onder een categorie te zetten, maar ik kan mij voorstellen dat het voor degene die het gaat beantwoorden handig is. (Bijlage 3+4, respondent 4, regelnummer 125)
Hoeveelheid categorie overig	9	Ik plaats 80% in de categorie overig (Bijlage 3+4, respondent 7, regelnummer 87)
Hoeveelheid Questies	8	Ik denk dat ik gemiddeld 11 vragen per week een Questie stuur. (Bijlage 3+4, respondent 4, regelnummer 51)
Beoordeling formulier	8	Ik vind het formulier begrijpelijk. Ik snap waar de onderwerpen voor staan. (Bijlage 3+4, respondent 5, regelnummer 68)
Contact andere Etos-filiaal	8	Ja, ik heb contact met andere Etos-filiaal. We hebben een WhatsApp-groep met mijn cluster. Dus dan schakelen wij even snel met elkaar. Dus dat contact is dan iets sneller. (Bijlage 3+4, respondent 4, regelnummer 43)
Kennisverschil hoofdkantoor/winkel	7	Ik weet niet of de mensen op hoofdkantoor winkelervaring hebben, maar ik heb gevoel alsof die heel ver weg staan van de praktijk. (Bijlage 3+4, respondent 6, regelnummer 35)
Persoonlijk contact	7	Ik zou veel liever persoonlijk contact hebben. Ik vind het heel eenzijdig en ik denk dat het hoofdkantoor dit ook met de winkel ervaart. Je hebt het tegen een computer niet meer tegen een mens. (Bijlage 3+4, respondent 2, regelnummer 71)
Beoordeling categorieën	7	Ik vind het begrijpelijk waar de categorieën voor staan. (Bijlage 3+4, respondent 3, regelnummer 68)
EAN-code	5	En als ik dan wel een Questie aanmaak dan krijg ik terug dat ze het EAN-nummer willen hebben terwijl ik een Questie aanmaak om ze te helpen. En dan denk ik laat maar. (Bijlage 3+4, respondent 10, regelnummer 47)
Contact met hoofdkantoor	5	Soms dan stuur ik wel een mailtje, die e-mailadressen zijn natuurlijk heel makkelijk te achterhalen want het is je naam. Dan heb ik ook wel eens teruggekregen dat dat niet de manier was en dat ik een Questie moet aanmaken. (Bijlage 3+4, respondent 4, regelnummer 32)
Categorie toevoegen	4	Het liefst zou ik nog een categorie 'actie' willen hebben, want wij hebben heel veel actie. (Bijlage 3+4, respondent 6, regelnummer 102)
Questie monitoren	2	Nou dat je niet makkelijk kan antwoorden. Als het hoofdkantoor Questie goed wil beoordelen en constant wil monitoren, dan zou je eigenlijk meteen moeten kunnen antwoorden met een duimpje. (Bijlage 3+4, respondent 9, regelnummer 48)

3.2 Resultaten

3.2.1 Informatievoorziening

De Etos-winkelmedewerkers gaven aan dat het zoeken naar informatie op Sam een moeilijke opgave is door de grote hoeveelheid informatie. Daarnaast is de zoekfunctie niet optimaal. Zo stelt Participant 8:

“Er staat een hoop shit op Sam waar ik niks mee heb. Er staat heel veel informatie op. Iets terugvinden is onmogelijk. Wil je iets terugzoeken lukt dat niet” (Bijlage 3+4, transcript 8, regelnummer 18).

Participant 9 vulde dit aan:

“Nou als ik de zoekfunctie gebruik in Sam, lukt mij dat nooit. Dat werkt voor geen meter” (Bijlage 3+4, transcript 9, regelnummer 11).

Wanneer de Etos-winkelmedewerkers een antwoord op een vraag niet kunnen vinden, maken zij een Questie aan. Dat de medewerkers alsnog een Questie moeten maken, aangezien zij de benodigde informatie niet kunnen vinden op Sam, leidt tot frustratie. Participant 6 zei hier het volgende over:

“Soms heb ik de tijd om te zoeken op Sam en dan raak ik gefrustreerd en maak ik alsnog een Questie of ik vind het maar dan heeft het mij veel tijd gekost” (Bijlage 3+4, transcript 6, regelnummer 26).

3.2.2 Persoonlijk contact

Questie is het enige beschikbare communicatiekanaal voor de Etos-winkelmedewerkers om contact op te kunnen nemen met het hoofdkantoor. Drie jaar geleden hadden zij nog de mogelijkheid om te bellen naar het hoofdkantoor. De Etos-winkelmedewerkers gaven aan het persoonlijke contact met het hoofdkantoor te missen. Daarnaast hebben zij het idee dat hun collega's op het hoofdkantoor hun vraag vaak niet goed begrijpen of niet goed lezen. Zo zei Participant 5:

“Ik mis wel een telefoon, vroeger kon je gewoon bellen en had elke afdeling een telefoonnummer. En nu praat je tegen een computer en dan krijg je een antwoord terug waarvan ik denk, heb je dat wel gelezen. Het duurt mij te lang en het is te onpersoonlijk” (Bijlage 3+4, transcript 5, regelnummer 28).

Volgens de participanten zou het hoofdkantoor de Etos-winkel moeten bellen wanneer een vraag onduidelijk is. Participant 8 vond het volgende:

“Korte lijnen. Als een vraag niet helder is, pak de telefoon” (Bijlage 3+4, transcript 8, regelnummer 64).

De Etos-winkelmedewerkers gaan bij andere Etos-filialen op zoek naar persoonlijk contact en de benodigde informatie. Via WhatsApp-groepen met Etos-winkels in de regio delen de medewerkers informatie, dit betreft voornamelijk actualiteiten en praktische vragen:

“De mogelijkheid tot contact met het hoofdkantoor is er bijna niet, maar ik doe heel veel via onze groepsapp van franchisenemers” (Bijlage 3+4, transcript 6, regelnummer 31).

3.2.3 Questie

Gemiddeld komen er 511 Questies per week binnen op het hoofdkantoor, zo bleek uit analyses van Etos. De hoeveelheid Questies die de winkels insturen loopt uiteen. De participanten gaven aan tussen de twee en de elf Questies per week te sturen. Participant 8 gaf aan te zijn gestopt met het sturen van Questie-vragen en Participant 10 stuurt slechts één keer per maand een Questie. De reden dat Participant 8 is gestopt met het sturen van Questies, is omdat het hoofdkantoor niet de benodigde informatie kon verschaffen:

“Questie werkt voor geen meter. Wat moet ik hiermee? Het kost tijd en moeite. Het is niet de eerste keer dat ik een antwoord kreeg waar ik niks mee kan” (Bijlage 3+4, transcript 8, regelnummer 39).

Participant 10 sloot zich hierbij aan:

“Ik vind het niet echt iets. Ik vind vooral dat ik onzinnige antwoorden krijg, daar irriteer ik mij vooral aan” (Bijlage 3+4, transcript 10, regelnummer 28).

Andere participanten waren het eens met de stelling dat je vaak geen geschikt antwoord krijgt en relateerde dit aan het verschil in kennis. Dit kennisverschil wordt veroorzaakt door de verschillende werkzaamheden die de Etos-werknemers uitvoeren. Waar de Etos-winkelmedewerkers met name praktische kennis bezitten over hun werkzaamheden, bezitten de Etos-hoofdkantoormedewerkers vooral theoretische kennis. Participant 4 zei hierover het volgende:

“Ik denk dat ieder zijn vak heeft. Wij zijn wat praktischer ingesteld op de winkelvloer. Vooral als het mensen zijn die niet eerder op de winkelvloer hebben gestaan dat die er heel anders tegenaan kijken” (Bijlage 3+4, transcript 4, regelnummer 28).

Door deze verschillen ontstaat er afstand, zo zei Participant 9:

“Er is een taalprobleem, we praten een andere taal. Het hoofdkantoor weet te weinig wat er gebeurt in de winkel en de winkel weet te weinig wat er gebeurt op het hoofdkantoor. De afstand tussen winkels en het hoofdkantoor wordt hierdoor alleen maar groter. Ik mis Etos” (Bijlage 3+4, transcript 9, regelnummer 56).

Dat de medewerkers op het hoofdkantoor niet concreet weten wat zich op de winkelvloer afspeelt, blijkt ook uit de informatie die zij vragen van de Etos-winkelmedewerkers. Bij het insturen van een Questie dienen de Etos-winkelmedewerkers verschillende soorten productcodes in te vullen, zoals een EAN-code. Deze productcodes moeten opgezocht worden in het productsysteem. Zes van de tien participanten hebben hun frustratie hierover geuit. Participant 1 zei hier het volgende over:

“Soms dan geef je een artikel door en dan geef je een EAN-code en dan willen ze er meerdere. Dan schrijf ik een Questie over een heel assortiment en dan geef ik een EAN-code en dan zeggen ze ja maar heb je dan nog meer EAN-codes? En dan denk ik ja, je ziet dat ik een vraag stel over het hele assortiment” (Bijlage 3+4, transcript 1, regelnummer 70).

3.2.4 Responstijd

Naast dat het antwoord niet voldoet aan de verwachting van de Etos-winkelmedewerkers is ook de responstijd een probleem. Alle participanten hebben aangegeven dat zij soms lang op een antwoord moeten wachten. De responstijd is voor Etos-winkelmedewerkers vooral een probleem wanneer het acute winkelvragen en klantvragen betreft. Participant 4 legde uit:

“Ik vind de responstijd lastig als het een klantvraag is. Ik vind dat dit in deze tijd sneller moet kunnen. En dan sta je met een klant heel knullig te doen en dan denk ik we zijn een groot en professioneel bedrijf en dat voelt dan niet professioneel genoeg” (Bijlage 3+4, transcript 4, regelnummer 73).

Naast dat de winkel door de lange responstijd tekort kan schieten in professionaliteit, kan het ook omzet mislopen. Zo beschreef Participant 3:

“Ik ervaar de responstijd wel als een probleem. Soms krijg ik een week later pas antwoord dat is jammer, want dan loopt een actie bijvoorbeeld al” (Bijlage 3+4, transcript 3, regelnummer 52).

3.2.5 De begrijpelijkheid van het formulier

De participanten gaven aan het formulier begrijpelijk te vinden. De categorieën zijn 'allemaal heel makkelijk', zo stelde Participant 1 (Bijlage 3+4, transcript 1, regelnummer 110).

De participanten konden benoemen waar de categorieën voor staan en welke vragen ze aan deze categorieën kunnen koppelen:

“Scanproblemen dat is als de codes niet scannen. Transport als je de vracht niet binnenkrijgt. Dc-bestelling gaat over je bestelling. Productkwaliteit dat gaat over de kwaliteit van het product, als een klant het niet mee eens is. HR is alles van het personeel. Overig als die er niet bij zit” (Bijlage 3+4, transcript 1, regelnummer 94).

Het formulier wordt door de duidelijke categorieën als begrijpelijke geacht:

“Ik vind het formulier begrijpelijk, omdat het duidelijk is wat het onderwerp is” (Bijlage 3+4, transcript 9, regelnummer 64).

3.2.6 Motivatie om het formulier in te vullen

Sommige participanten gaven aan dat ze weinig motivatie hebben om het formulier adequaat in te vullen, doordat ze het niet belangrijk vinden om het formulier met zorg in te vullen. Participant 9 verwoordde dit als volgt:

“Nee ik vind het niet belangrijk om een vraag in de juiste categorie te plaatsen, dat moet iemand op het hoofdkantoor maar doen” (Bijlage 3+4, transcript 9, regelnummer 84).

Participant 2 gaf een reden voor het gebrek aan motivatie:

“Ik denk dat het toch laksheid is. Misschien als ik weet dat mijn vraag sneller beantwoord wordt, zou ik misschien wel de categorieën gebruiken. Maar voor de rest nou niet echt” (Bijlage 3+4, transcript 2, regelnummer 124).

Net zoals Participant 2 wist ook Participant 3 niet dat het plaatsen van een vraag in de categorie 'overig' kan zorgen voor een langere responstijd:

“Nee ik vind het niet echt belangrijk dat ik mijn vraag onder de juiste categorie plaats, maar misschien dat het dan wel eerder bij de juiste persoon komt waardoor je eerder antwoord hebt” (Bijlage 3+4, transcript 3, regelnummer 88).

3.2.7 Categorie ‘overig’

De participanten menen voor de categorie ‘overig’ te kiezen, omdat zij hun vragen niet kunnen onderbrengen in een van de andere categorieën. Hierdoor zouden zij genoodzaakt zijn om de categorie ‘overig’ te gebruiken. Participant 5 zei hier het volgende over:

“Ik plaats veel vragen in de categorie overig, omdat er toch veel vragen zijn die niet tussen een van die onderwerpen staat. Dat gaat over zoveel dingen” (Bijlage 3+4, transcript 5, regelnummer 55).

Doordat de participanten voor het overgrote gedeelte voor de categorie ‘overig’ kiezen, zijn de andere categorieën overbodig, vond Participant 6:

“Al die rubrieken die ze aangeven hoeven ze van mij niet te doen, niemand gebruikt dat. Ik doe het gewoon allemaal in overig. Anders moet je weer gaan zoeken” (Bijlage 3+4, transcript 6, regelnummer 69).

3.3 Conclusie deelstudie 1

In de interviews is gevraagd hoe de Etos-winkelmedewerkers de informatievoorziening binnen Etos gebruiken en beoordelen. Daarnaast lag de focus op hoe vaak en waarom zij voor de categorie ‘overig’ kiezen in het Questie-formulier. Hieruit bleek dat de Etos-winkelmedewerkers geregeld zoeken naar informatie op het intranet. De zoekfunctie van het intranet werkt niet optimaal, waardoor vragen onbeantwoord blijven. Deze verloren tijd zorgt voor frustratie bij de Etos-winkelmedewerkers en resulteert in het feit dat zij een Questie-vraag moeten insturen. Questie is het enige communicatiekanaal waar het winkelpersoneel gebruik van kan maken. Ze missen hierdoor het persoonlijke contact met het hoofdkantoor en zoeken deze verbinding bij andere Etos-filialen. Ook stellen zij winkelvragen aan de andere Etos-filialen. Toch worden gemiddeld vijfhonderd Questies per week ingestuurd. Hoeveel vragen de winkels insturen via Questie is uiteenlopend. Waar de ene winkel elf vragen per week instuurt, gebruikt de andere winkel de tool niet. De participanten die Questie nauwelijks gebruiken, stellen onbruikbare antwoorden te krijgen op hun vragen. Ook de participanten die gebruikmaken van Questie zijn ontevreden over de antwoorden.

De participanten geven aan geen bruikbare antwoorden te krijgen, omdat er sprake is van een kennisverschil tussen het hoofdkantoor en de winkels. Dit verschil wordt veroorzaakt doordat de medewerkers op het hoofdkantoor niet weten wat er op de winkelvloer speelt en andersom. Zo weten de winkels niet waarom zij alle productcodes moeten meesturen in hun vragen, aangezien het hoofdkantoor zou moeten weten welke producten op dat moment bijvoorbeeld in de actie zijn. Anderzijds beseffen de medewerkers op het hoofdkantoor niet dat het voor de winkels tijd en moeite kost om deze productcodes op te zoeken. Dit leidt tot frustratie bij de participanten.

Een andere bron van frustratie is de lange responstijd. Vooral bij acute winkelvragen of klantvragen wensen de participanten een snel antwoord op hun vragen. Opvallend is dat de participanten zich niet bewust lijken te zijn van het feit dat de lange responstijd mede ontstaat doordat zijzelf het overgrote gedeelte van hun vragen in de categorie ‘overig’ plaatsen. Ze geven namelijk aan dat zij de categorieën wel zouden gebruiken als daardoor hun vraag sneller beantwoord zou worden.

Dat zij het overgrote gedeelte van hun vragen in ‘overig’ plaatsen, lijkt niet veroorzaakt te worden door begripsproblemen. Ze vinden het Questie-formulier begrijpelijk, weten waar de categorieën voor staan en voor welke vragen ze deze kunnen gebruiken. De onderwerpen van de winkelvragen sluiten echter niet aan bij de categorieën, zo stellen de participanten. Hierdoor zijn zij genoodzaakt om het overgrote gedeelte van hun vragen in de categorie ‘overig’ te plaatsen. Tegelijkertijd geven de participanten aan dat ze – mede door tijdgebrek – weinig gemotiveerd zijn om het formulier adequaat in te vullen. Ze zijn niet op de hoogte van het belang van het hanteren van de bijbehorende categorie en kiezen hierdoor te gemakkelijk voor de categorie ‘overig’. Het is van belang om uit te sluiten of te bevestigen of de Etos-winkelmedewerkers genoodzaakt zijn om de categorie ‘overig’ excessief te gebruiken.

4. Deelstudie 2: Inhoudsanalyse naar de categorie ‘overig’

Uit de interviews blijkt dat de Etos-winkelmedewerkers veel van hun vragen niet kunnen koppelen aan een van de categorieën in het Questie-formulier, met als gevolg dat zij 85% van hun vragen in de categorie ‘overig’ plaatsen, zo bleek uit de analyse van Etos. In deze tweede deelstudie analyseer ik daarom hoe de Etos-winkelmedewerkers het huidige Questie-formulier gebruiken en of dit de meest optimale manier is. Vervolgens analyseer ik de 450 vragen die ingestuurd zijn via het Questie-formulier nader. Op basis van de meest voorkomende onderwerpen die uit deze analyse komen, kan ik het formulier hercategoriseren. Op basis van deze uitkomsten zal ik een nieuw formulier opstellen. Deze deelstudie zal antwoord geven op de volgende deelvragen:

3. Hoe wordt het huidige Questie-formulier gebruikt en wat zijn de meest voorkomende onderwerpen van de vragen die de Etos-winkelmedewerkers insturen?
4. Hoe kan het formulier ingericht worden om het aantal Questies in de categorie ‘overig’ te verminderen?

4.1 Methode

4.1.1 Corpus

De vragen die ik heb gebruikt voor de analyse zijn afkomstig uit een databestand van vragen tussen 1 januari en 1 oktober 2020. Uit deze 20.458 vragen zijn 50 vragen per maand geselecteerd om een representatieve steekproef te kunnen trekken, wat neerkomt op een totaal van 450 vragen. Deze vragen heb ik zowel gebruikt voor het analyseren van het huidige formulier als voor het vaststellen van de meest voorkomende onderwerpen van de vragen.

De 450 geselecteerde vragen betroffen een breed scala aan onderwerpen. Dit waren productspecifieke vragen, zoals: *‘Goedemorgen collega, ik heb geen actiekaartjes ontvangen van de L’Oréal’*. Maar ook winkelspecifieke vragen, zoals: *‘Onze alarmpoortjes functioneren niet goed. Kunt u mij in contact brengen met een monteur?’*

4.1.2 Codeboek

Voor het analyseren van de vragen is een codeboek opgesteld. Hiervoor heb ik eerst het databestand met 20.458 Questie-vragen inductief bekeken op basis van de onderwerpen die de Etos-winkelmedewerkers hebben gekoppeld aan hun vragen. Wanneer een vraag in de categorie ‘overig’ geplaatst wordt, vult de Etos-winkelmedewerker handmatig een onderwerp in. Hierdoor worden aan gelijksoortige vragen verschillende onderwerpen toegekend. Zo zijn tussen 13 januari en 8 februari 2020 vier vragen binnengekomen over Etos Ski Crème.

De Etos-winkelmedewerkers hebben vier verschillende onderwerpen aan hun vraag gekoppeld, namelijk 'Etos Ski begin van seizoen al niet leverbaar', 'Etos Ski Combi Stick', 'Etos Ski Face Cream' en 'Etos Ski'. Als een vraag aan een van de andere categorieën wordt gekoppeld, krijgt de vraag de benaming van de categorie als onderwerp. Op basis van deze analyse heb ik een eerste selectie van onderwerpen gemaakt.

Vervolgens heb ik de 450 vragen nader bekeken. De onderwerpen heb ik waar mogelijk samengevoegd tot overkoepelende onderwerpen. Ter illustratie, de onderwerpen 'over de datum' en 'ten minste houdbaar tot' kunnen beide geschaard worden onder 'productkwaliteit'. Het codeboek bestaat uit 31 onderwerpen die ik heb gebruikt om de 450 vragen te analyseren (zie Bijlage 5).

4.1.3 Procedure

Voordat de 450 vragen zijn gecodeerd, is eerst de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid gemeten. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid is de mate van overeenstemming tussen twee beoordelaars (Van der Ark, Leeuwen & Jorgensen, 2018). Op basis van het codeboek heb ik de eerste 90 vragen uit het bestand van de 450 vragen gecodeerd in Excel. Een medestudent heeft dezelfde 90 vragen gecodeerd. Vervolgens is de Cohen's kappa berekend (zie Tabel 3). Niet alle onderwerpen kwamen voor in deze set van 90 vragen.

Tabel 3*Cohen's kappa codering*

Onderwerp	Cohen's Kappa
Actie scant niet	$\kappa=0.55, p < .001^*$
Actie scant onjuist	$\kappa=0.69, p < .001^{**}$
Automatisch bestellen	$\kappa=1.00, p < .001^{***}$
Breuk	$\kappa=1.00, p < .001^{***}$
Communicatiemateriaal	$\kappa=0.75, p < .001^{**}$
Containers retour	$\kappa=1.00, p < .001^{***}$
Distributiecentrum bestelling	$\kappa=0.71, p < .001^{**}$
Foldersverspreiding	$\kappa=1.00, p < .001^{***}$
Kassasysteem	$\kappa=1.00, p < .001^{***}$
MyHR/personeelszaken	$\kappa=0.79, p < .001^{**}$
Niet ontvangen materialen	$\kappa=0.63, p < .001^{**}$
Online bestellingen	$\kappa=1.00, p < .001^{***}$
Overig	$\kappa=0.65, p < .001^{**}$
Overige winkelbenodigdheden	$\kappa=1.00, p < .001^{***}$
Premia	$\kappa=0.90, p < .001^{***}$
Productkwaliteit	$\kappa=0.93, p < .001^{***}$
Schapkaartjes	$\kappa=0.49, p < .001^*$
Spaarkarten/klantkaarten	$\kappa=0.94, p < .001^{***}$
Vracht retour	$\kappa=0.79, p < .001^{**}$
Vracht retour	$\kappa=0.66, p < .001^{**}$
Vrachtlevering	$\kappa=0.56, p < .001^*$
Worp regulier	$\kappa=1.00, p < .001^{***}$

* 0.41 – 0.60 Matig

** 0.61 – 0.80 Substantieel

*** 0.81 – 1.00 Bijna perfecte overeenkomst

Voor elf onderwerpen was een bijna perfecte overeenkomst te zien tussen de coderingen. Acht onderwerpen kwamen substantieel overeen en drie onderwerpen kwamen matig overeen. Op basis van deze uitkomsten kan gesteld worden dat er voldoende overeenkomst is tussen de beoordelaars, waarna ik de rest van de vragen heb gecodeerd.

4.2 Resultaten

4.2.1 Analyse categorieën huidige formulier

Om vast te kunnen stellen of de Etos-winkelmedewerkers genoodzaakt zijn om de categorie ‘overig’ voor het grootste gedeelte van de vragen te gebruiken, heb ik de 450 vragen gekoppeld aan de categorieën uit het huidige formulier. Deze uitkomsten heb ik vergeleken met hoe de Etos-winkelmedewerkers de vragen daadwerkelijk hebben gekoppeld aan de categorieën. Uit een chi-kwadraattoets bleek dat er een significant verschil was tussen de categorieën waar Etos-winkelmedewerkers hun vraag aan hebben gekoppeld en de categorieën waar ik dezelfde vragen aan heb gekoppeld ($X^2(168) = 2082, p < .001$). Dit verschil was zichtbaar bij de vragen die Etos-winkelmedewerkers in de categorie ‘overig’ hebben geplaatst. Zij hebben op basis van het huidige formulier 371 van de 450 vragen in de categorie ‘overig’ geplaatst, ofwel 82% van de vragen. Daarom zal in de rest van het onderzoek 82% aangehouden worden als deel dat in de categorie ‘overig’ geplaatst wordt, in plaats van de 85% zoals bleek uit de analyse vanuit Etos.

Van deze 371 vragen die de Etos-winkelmedewerkers in de categorie ‘overig’ hebben geplaatst, waren 161 vragen daadwerkelijk voor deze categorie bestemd (36%). De andere 210 vragen konden in een andere categorie geplaatst worden. Deze vragen waren vooral onder te verdelen in de categorieën ‘missend communicatiemateriaal’ (n= 53), ‘vragen/opmerking over dc-bestelling’ (n= 41), productkwaliteit (n=32) en HR (n=30).

4.2.2 Analyse meest voorkomende onderwerpen op basis van het codeboek

De analyse van de 450 vragen heeft inzicht gegeven in de meest voorkomende onderwerpen van de vragen (zie Tabel 4). De vijf meest voorkomende onderwerpen van de vragen die de Etos-winkelmedewerkers sturen waren: ‘communicatiemateriaal’ (11%), ‘productkwaliteit’ (8%), ‘MyHr/personeelszaken’ (7%), ‘zelf bestellen’ (6%), ‘automatisch bestellen’ (5%), ‘overig’ (5%) en ‘vracht vertraging’ (5%) (zie Tabel 4).

Tabel 4*Frequentie en percentages van de onderwerpen in de Questies*

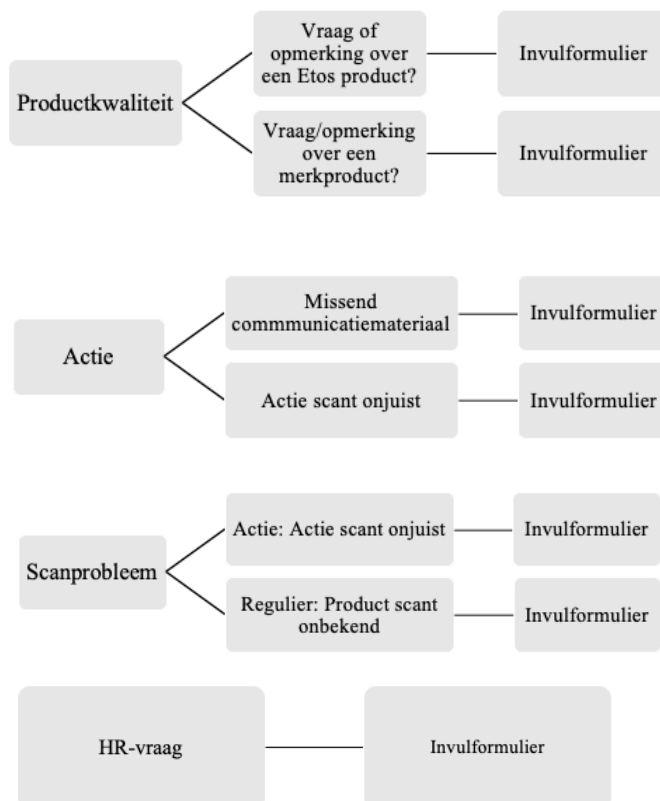
Categorie	Frequentie	Percentage van totaal (n=450)
Communicatiemateriaal*	48	10,7%
Productkwaliteit*	34	7,6%
MyHr/ personeelszaken*	30	6,7%
Zelf bestellen*	25	5,6%
Automatisch bestellen*	24	5,3%
Overig*	23	5,1%
Vracht vertraging*	23	5,1%
Scanprobleem -Actie scant niet*	23	5,1%
Actie scant onjuist*	19	4,2%
Online bestellingen*	17	3,8%
Vracht levering*	16	3,6%
Containers retour*	15	3,3%
Worp -Regulier	15	3,3%
Spaarkaarten/Klantkaarten	14	3,1%
Display - Niet geleverd	12	2,7%
Actie – Premia*	12	2,67%
Product scant onbekend*	11	2,4%
Weekpost	10	2,2%
IPad	9	2%
Schapkaartjes*	8	1,8%
Vracht retour*	8	1,8%
Corona	7	1,6%
Display - Breuk	6	1,3%
G4S	6	1,3%
Kassasysteem	5	1,1%
Verpakkingsmateriaal	5	1,1%
Actie - Onjuiste informatie in folder	4	0,9%
Overige winkelbenodigdheden	4	0,9%
Storing	4	0,9%
Werking Display	4	0,9%
Product in actie	3	0,7%
Bedrijfskleding	3	0,7%
Folderverspreiding	3	0,7%

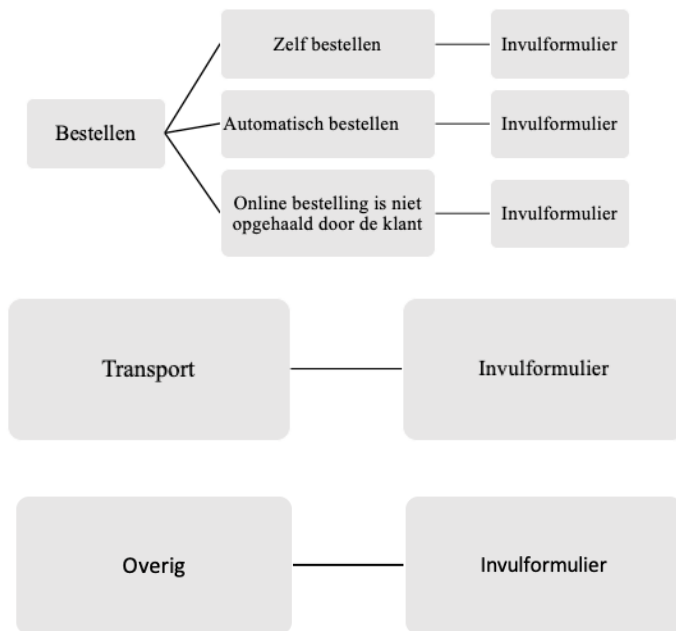
**Komen terug in de hercategorisering*

4.2.3 Hecategorisering

Op basis van de frequenties heb ik heb samen met drie hoofdkantoormedewerkers een herontwerp gemaakt van het Questie-formulier. Het doel van het nieuwe formulier is dat de categorieën beter aansluiten bij de onderwerpen van de vragen, zodat de vragen direct bij de bijbehorende afdeling terechtkomen. Hiervoor dient een categorie in het formulier aan te sluiten bij één afdeling. Dit beperkte de inrichting van de categorieën op basis van de meest voorkomende onderwerpen, omdat hierdoor alleen onderwerpen toegevoegd konden worden die door één afdeling beantwoord worden.

Ook de onderwerpen die niet vaak terugkwamen, zijn weggelaten in de hercategorisering. Dit waren doorgaans specifieke vragen die zich niet makkelijk in een hoofdcategorie lieten plaatsen, zoals vragen over de weekpost en bedrijfskleding. De vragen die bij deze onderwerpen horen, moeten in het nieuwe formulier in de categorie ‘overig’ ondergebracht worden. Op basis van de meest voorkomende onderwerpen en bovenstaande overwegingen zijn de volgende categorieën opgesteld, zie Figuur 2.





Figuur 2. Stroomschema's van de nieuwe categorisering

De nieuwe categorisering wijkt op vijf punten af van de huidige categorieën (zie Bijlage 1 voor de stroomschema's van het huidige formulier). Deze verschillen zal ik opsommen en verantwoorden. Waar in het huidige formulier de knop 'productkwaliteit' direct leidt naar de invulmogelijkheden, is in het nieuwe formulier onderscheid gemaakt tussen Etos-producten en merkproducten. Vragen of opmerkingen over de productkwaliteit van Etos-producten gaan intern naar een andere afdeling dan van merkproducten.

De categorie 'scanprobleem' is teruggebracht van vier categorieën ('actie scant onjuist', 'artikel scant onbekend', 'artikelomschrijving klopt niet' en 'coupon scant niet') naar twee categorieën (actie: actie scant onjuist' en 'regulier: product scant onbekend'). De subcategorieën 'artikelomschrijving klopt niet' en 'coupon scant niet' zijn in de inhoudsanalyse niet teruggekomen.

De categorie 'actie' is toegevoegd aan het formulier. In totaal betreft 23% van de Questies vragen of opmerkingen over een actie (door de categorieën missend communicatiemateriaal, schapkaartjes, premia, actie scant niet en actie scant onjuist). Ook hebben de Etos-winkelmedewerkers expliciet in de interviews aangegeven behoefte te hebben aan een categorie 'actie'. Onder actie heb ik onderscheid gemaakt tussen 'missend communicatiemateriaal' en 'actie scant onjuist'. Hiermee staat de subcategorie 'actie scant onjuist' tweemaal in het formulier, zowel onder 'actie' als onder 'scanprobleem'.

Aangezien steeds meer winkels werken met automatisch bestellen, heb ik de oude categorie 'dc-bestelling' veranderd in 'bestellen'. Deze automatische bestellingen worden gebaseerd op de verkoopcijfers van de winkels. Ongeveer de helft van de winkels maakt hier gebruik van.

De andere helft bestelt zelf hun producten. Naast de categorieën ‘zelf bestellen’ en ‘automatisch bestellen’, is de categorie ‘online bestelling is niet opgehaald door de klant’ toegevoegd.

Waar in het huidige formulier de categorie ‘transport’ onderverdeeld was in drie subcategorieën, leidt de knop ‘transport’ in het nieuwe formulier direct naar de invulmogelijkheden. De reden hiervoor is dat alle vragen en opmerkingen over transport bij dezelfde afdeling terechtkomen.

4.2.4 Gebruik categorie ‘overig’ huidige formulier en nieuwe formulier

Door de analyse op basis van het huidige formulier en het nieuwe formulier heb ik een vergelijking gemaakt tussen beide omtrent het gebruik van de categorie ‘overig’ (zie Tabel 5). Op basis van het huidige formulier hebben de Etos-winkelmedewerkers 82% van de vragen in de categorie ‘overig’ geplaatst, oftewel 371 van de 450 vragen. Wanneer zij het huidige formulier adequaat zouden gebruiken, zou 36% van de vragen ondergebracht worden in de categorie ‘overig’ (161 van de 450 vragen). Dit komt neer op 210 vragen die op basis van het huidige formulier onterecht in de categorie ‘overig’ zijn geplaatst (371-161), ook wel 47% van de vragen ($210/450 \cdot 100$). Door het adequaat invullen van het huidige formulier, zou het aantal vragen in de categorie ‘overig’ afnemen met 57% ($210/371 \cdot 100$).

Wanneer het nieuwe formulier adequaat gebruikt zou worden, zou 30% van de vragen voor de categorie ‘overig’ bestemd zijn (137 van de 450 vragen). Als het gebruik van de categorie ‘overig’ in het nieuwe formulier vergeleken wordt met het daadwerkelijke gebruik van het huidige formulier, is dit een afname van 234 vragen (371-137) ook wel 63% ($234/371 \cdot 100$). Het adequaat invullen van het nieuwe formulier zorgt voor 24 vragen minder in de categorie ‘overig’ (161-137), ten opzichte van het huidige formulier als dit adequaat ingevuld zou worden, ook wel een afname van 15% ($24/161 \cdot 100$).

Tabel 5

Vergelijking gebruik categorie ‘overig’

	Inadequaat (n=450)	Adequaat (n=450)	Onterecht in overig (n=450)	Vershil inadequaat /adequaat
Huidige categorieën	371 (82,4%)	161 (35,8%)	210 (46,7%)	-56,6%
Nieuwe categorieën		137 (30,4%)	234 (52%)	-63,1%*
Vershil in overig		24 (14,9%)	24 (14,9%)	

* Afname in vergelijking met het inadequaate invullen van het huidige formulier

4.2.5 Aanpassingen nieuwe formulier

Op basis van de uitkomsten heb ik keuzes gemaakt omtrent de keuzearchitectuur van het nieuwe formulier (zie Figuur 3). In het nieuwe formulier zijn drie punten aangepast en toegevoegd.

Ten eerste begint het nieuwe formulier met een motiverende toelichting over het belang van het adequaat invullen van het formulier. Een motiverende toelichting maakt duidelijk waarom bepaalde gegevens gevraagd worden (Jansen et al., 1989). Dit is toegevoegd, omdat uit de interviews bleek dat de Etos-winkelmedewerkers geen weet hebben van de snellere responstijd bij het adequaat gebruiken van de categorieën. Ten tweede geeft het nieuwe formulier uitleg over welke vraag bij welke categorie hoort, ook wel een verklarende uitleg (Jansen et al., 1989). De uitleg zorgt voor invulgemak, vooral voor de winkelmedewerkers die minder ervaring hebben met Questie en de vaktermen.

Tot slot heeft de categorie ‘overig’ in het nieuwe formulier een minder prominente plek gekregen, met als doel dat de Etos-winkelmedewerkers eerst naar de bovenstaande categorieën kijken. De keuzearchitectuur kan inspelen op het motivatieprobleem door de gewenste opties makkelijker te maken om te kiezen (Ridder & Tummers, 2019). Daarom is de categorie in het nieuwe formulier onderaan te vinden, verborgen in een tekst. Deze tekst dient ook als motiverende toelichting, waarin de relevantie van het adequaat invullen wordt benadrukt. De relevantie wordt onderbouwd door de stelling dat ruim 90% van de vragen in een categorie geplaatst kan worden. Een statistische evidentie leidt tot sterkere acceptatie van de stelling dan een toelichting op basis van een voorbeeld, ofwel een anekdotische evidentie (Hoeken & Hustinx, 2002; Hornikx & Hoeken, 2007), al zijn de resultaten over welke vorm van evidentie overtuigender is tegenstrijdig (Baesler & Burgoon, 1994; Hoeken & Van Wijk, 1997). Ook dient de tekst als waarschuwing dat de responstijd kan oplopen wanneer een vraag niet in de bijbehorende categorie wordt geplaatst. Deze motiverende elementen zullen er mogelijk voor zorgen dat de Etos-winkelmedewerkers minder geneigd zijn direct voor de optie ‘overig’ te kiezen (Loorbach, Karreman & Steehouder, 2007).

Stuur je vraag in via Questie

Wil je dat wij je vraag zo snel mogelijk beantwoorden? Plaats je vraag onder één van deze onderwerpen zodat je vraag direct bij de juiste afdeling terecht komt.

Productkwaliteit

Stel je vraag over de kwaliteit van Etos producten of merkproducten.

Stel je vraag

Actie

Stel je vraag wanneer je communicatiemateriaal mist of acties onjuist scannen.

Stel je vraag

Scanprobleem

Stel je vraag over problemen die je hebt met het scannen van producten.

Stel je vraag

HR-vraag

Stel je vraag over je personeelszaken.

Stel je vraag

Bestellen

Stel je vraag over het bestellen van producten of over online klantbestellingen.

Stel je vraag

Transport

Stel je vraag over de levering, retour of vertraging van je vracht.

Stel je vraag

Ruim 90% van je vragen kan in één van de categorieën geplaatst worden. Door je vraag in een categorie te plaatsen kan deze snel beantwoord worden. Komt je vraag niet overeen met een van de categorieën, dan kan de categorie **overig** gebruikt worden. Let wel, door je vraag in de categorie overig te plaatsen zal het waarschijnlijk langer duren voordat je antwoord krijgt.

Figuur 3. Nieuw Questie-formulier

4.3 Conclusie deelstudie 2

In de tweede deelstudie heb ik een inhoudsanalyse uitgevoerd om erachter te komen hoe het huidige formulier gebruikt wordt en wat de meest voorkomende onderwerpen zijn van de vragen die ingestuurd worden. Op basis van deze inzichten, heb ik het formulier een nieuwe inrichting gegeven.

Uit de inhoudsanalyse bleek dat de Etos-winkelmedewerkers onnodig vragen in de categorie ‘overig’ plaatsen. Op basis van het huidige formulier plaatsen zij 82% van de 450 vragen in de categorie ‘overig’, terwijl slechts 36% van de vragen bestemd is voor deze categorie. Dit betekent dat 47% van de vragen onterecht in de categorie ‘overig’ wordt geplaatst, doordat de Etos-winkelmedewerkers het formulier inadequaet invullen.

Om te kunnen analyseren of dit getal verder zou afnemen op basis van een hercategorisering, heb ik vastgesteld wat de meest voorkomende onderwerpen zijn van de Questie-vragen. De vijf meest voorkomende onderwerpen bleken: ‘communicatiemateriaal’ (11%), ‘productkwaliteit’ (8%), ‘MyHr/personeelszaken’ (7%), ‘zelf bestellen’ (6%) en ‘automatisch bestellen’ (5%). Op basis van de meest voorkomende onderwerpen van vragen zijn nieuwe categorieën opgesteld. Hierbij is rekening gehouden met het feit dat de categorieën moeten aansluiten bij de afdelingen op het hoofdkantoor. Hierdoor konden niet alle onderwerpen geplaatst worden in het nieuwe formulier. De vragen die bij deze onderwerpen horen, moeten in de categorie ‘overig’ geplaatst worden. Een bijkomend voordeel van minder categorieën is dat mensen eerder bereid zijn om keuzes te maken op basis van minder keuzemogelijkheden (Ridder & Tummers, 2019). Na het coderen van 450 vragen en het clusteren van de meest voorkomende onderwerpen, zijn vijf veranderingen aangebracht in de categorieën ten opzichte van het huidige formulier:

- Bij de categorie ‘productkwaliteit’ heb ik in de subcategorieën onderscheid gemaakt tussen merkproducten en Etos-producten, aangezien deze vragen en opmerkingen naar twee verschillende afdelingen gaan.
- De categorie ‘actie’ is toegevoegd, omdat een kwart van de onderwerpen een actie betreft.
- Onder de categorie ‘scanprobleem’ hangen twee subcategorieën in plaats van vier, om zo een logisch onderscheid te kunnen maken tussen actieproducten en reguliere producten.
- De categorie ‘dc-bestellingen’ is ‘bestellen’ geworden, met de subcategorieën ‘zelf bestellen’, ‘automatisch bestellen’ en ‘online bestelling is niet opgehaald door de klant’.
- De subcategorieën onder de categorie ‘transport’ heb ik verwijderd, aangezien alle vragen over het transport bij dezelfde afdeling terechtkomen.

Het aantal vragen in de categorie ‘overig’ wanneer het huidige formulier of het nieuwe formulier adequaat ingevuld zou worden, verschilt niet ingrijpend van elkaar. Wanneer de Etos-winkelmedewerkers het nieuwe formulier adequaat zouden invullen, zou 30% van de vragen in de categorie ‘overig’ ondergebracht worden.

In vergelijking met het adequaat invullen van het huidige formulier is dit een afname van 15%. Het verschil tussen het adequaat en het inadequaar invullen van het huidige formulier is daarentegen wel aanzienlijk, dit zorgt namelijk voor 57% minder vragen in de categorie 'overig'. Het verschil tussen het adequaat invullen van het nieuwe formulier en het inadequaar invullen van het huidige formulier zorgt voor 63% minder vragen in deze categorie.

De Etos-winkelmedewerkers zouden gestimuleerd moeten worden om het formulier adequaat in te vullen, daarom zijn de volgende motiverende elementen toegevoegd en aangepast in het nieuwe formulier (zie Figuur 3):

- Het belang van het adequaat gebruiken van het formulier wordt belicht.
- De verschillende categorieën worden uitgelegd.
- De categorie 'overig' heeft een minder prominente plek gekregen.

5. Deelstudie 3: Testen nieuwe formulier

Door middel van een hardop-werkmethode wil ik analyseren hoe de Etos-winkelmedewerkers het nieuwe formulier invullen en beoordelen. De hardopwerkmethode houdt in dat de participanten het formulier gaan doorlopen terwijl zij hun gedachten verbaliseren (Van Den Haak, De Jong & Schellens, 2003). Door middel van de hardop-werkmethode zal de laatste deelvraag beantwoord worden:

5. Hoe gebruiken en beoordelen de Etos-winkelmedewerkers het herontwerp van het formulier om vragen in te sturen via Questie?

5.1 Methode

5.1.1 Participanten

Twaalf Etos-winkelmedewerkers hebben deelgenomen aan de hardop-werkmethode. De selectie van deze participanten is deels op basis van een praktisch bruikbare steekproef en deels op basis van een sneeuwbalsteekproef. Ik heb contact opgenomen met de *operational managers* van de winkels, zij werken als overkoepelende contactpersonen voor de Etos-winkels in een bepaalde regio. Deze *operational managers* heb ik gevraagd om een aanbeveling van winkelmanagers en/of verkoopcoördinatoren waarvan zij dachten dat ze openstonden voor deelname. Op basis van deze aanbevelingen heb ik met de eerste zeven participanten een afspraak kunnen maken. Vervolgens heb ik aan deze participanten gevraagd of zij andere winkelmanagers kennen die ik kon benaderen. De overige vijf participanten heb ik middels deze suggesties gevonden. Bij de selectie van de participanten is onderscheid gemaakt tussen de Etos-eigen winkels en franchisewinkels, omdat ik verwacht dat verschillende belangen kunnen spelen. De eigenaar van een franchisewinkel is mogelijk meer gedreven door omzet en heeft meer eigen belang bij een snelle responstijd. De participanten hebben de leeftijd tussen de 22 en de 56 jaar, met een gemiddelde leeftijd van 39 jaar (zie Tabel 6).

Tabel 6*Kenmerken respondenten*

Respondent	Leeftijd	Geslacht	Franchise	Functie	Plaats winkel
1	37	Vrouw	Nee	Winkelmanager	Harderwijk
2	42	Vrouw	Nee	Winkelmanager	Almere
3	38	Vrouw	Nee	Winkelmanager	Bussum
4	34	Vrouw	Nee	Winkelmanager	Arnhem
5	29	Vrouw	Nee	Verkoopcoördinator	Arnhem
6	44	Vrouw	Nee	Winkelmanager	Leidschendam
7	56	Vrouw	Ja	Eigenaar	Ootmarsum
8	22	Vrouw	Ja	Verkoopcoördinator	Ootmarsum
9	54	Man	Ja	Eigenaar	Doorn
10	39	Man	Ja	Eigenaar	Wierden
11	31	Vrouw	Nee	Winkelmanager	Renkum
12	45	Vrouw	Ja	Eigenaar	Schijndel

5.1.2 Materiaal

Op basis van de inhoudsanalyse heb ik een nieuw formulier ontworpen (zie Figuur 3), met behulp van de website Jimdo (<https://questie.jimdosite.com/>). De lay-out van het nieuwe formulier verschilde niet van de lay-out van het huidige formulier, om te vermijden dat de participanten het formulier anders zouden beoordelen op basis van het voorkomen.

5.1.3 De scenario's

Om het nieuwe formulier te toetsen, heb ik vier scenario's opgesteld (zie Bijlage 6). Uit deze scenario's komt een vraag voort die de participanten hebben moeten invullen in het formulier. De participanten kregen deze vier scenario's toegestuurd via e-mail samen met een korte instructie. De participanten lasen eerst een scenario, vervolgens doorliepen zij het formulier. Wanneer de participanten het idee hadden dat zij de vraag op de juiste plek hadden ingevuld, gingen zij terug naar de instructies voor het volgende scenario. De vier scenario's zijn samengestelde en aangepaste tekstfragmenten, gebaseerd op bestaande Questie-vragen. Hierdoor zijn de scenario's realistisch, zodat de participanten zich konden inleven in de situatie.

Het eerste scenario betrof een allergische reactie van een klant op een Maybelline mascara. Dit is een veelvoorkomende soort vraag en is hierdoor waarschijnlijk bekend bij de Etos-winkelmedewerkers. Deze vraag dient geplaatst te worden in de categorie 'productkwaliteit'. In het tweede scenario lag de focus op de *routing*, ofwel de weg die participanten doorlopen om bij de gewenste categorie te komen. Het scenario betreft een product dat in de actie is. Eenmaal bij de kassa blijkt echter

dat deze actie niet scant. De Questie-vraag die de Etos-winkelmedewerkers dienen aan te maken, moet geplaatst worden in de categorie ‘actie scant onjuist’. Deze subcategorie is te vinden onder zowel de categorie ‘actie’ als ‘scanprobleem’. In het huidige formulier is deze subcategorie geplaatst onder ‘scanprobleem’. Met het tweede scenario kan ik analyseren of de nieuwe categorie ‘actie’ gebruikt zal worden.

Het onderwerp van het derde scenario was het bestellen van bedrijfskleding voor een nieuwe werknemer. Deze vraag moest ondergebracht worden in de categorie ‘overig’. Aan de hand van dit scenario heb ik kunnen analyseren of de participanten de categorie ‘overig’ konden vinden en of ze deze categorie zouden gebruiken. Voor het laatste scenario moesten de participanten een nieuwe subcategorie raadplegen. Het vierde scenario had betrekking op een online bestelling die niet is opgehaald door de klant. De vraag of dit pakketje teruggestuurd kan worden naar het distributiecentrum, konden de participanten plaatsen onder de subcategorie ‘online bestelling is niet opgehaald door de klant’.

5.1.4 Procedure

De twaalf participanten die de hardop-werkmethode hebben uitgevoerd, heb ik telefonisch geworven. Na een korte toelichting over het testen van een formulier, volgde de vraag of zij bereid waren om deel te nemen via Microsoft Teams. Vijf minuten voor de afspraak stuurde ik de participanten een mail. In deze mail kregen de participanten de instructies, de vier scenario’s en een link naar het formulier (zie Bijlage 6). Voordat de participanten mochten beginnen met het uitvoeren van de taken, heb ik de instructies voorgelezen (zie Bijlage 7). In de instructies is het doel van het onderzoek kort toegelicht. Vervolgens hebben de participanten verbaal toestemming gegeven tot het maken van schermopnames, hun vrijwillige deelname aan het onderzoek en het recht om zich terug te trekken uit het onderzoek. Vervolgens heb ik uitleg gegeven over de scenario’s en de taak. Tot slot kwam het principe van het verbaliseren aan bod. Ik heb uitgelegd dat zij de instructies, de scenario’s en wat zij lazen op het formulier hardop moesten voorlezen. Ook heb ik benadrukt dat zij hun gedachten dienen te verbaliseren tijdens het uitvoeren van de taak. Wanneer de participanten langer dan dertig seconden stilvielen, heb ik ze eraan herinnerd om hardop te blijven denken. Dit is onderdeel van het synchrone hardop-denkenprotocol (Van Den Haak et al., 2003).

Twee participanten konden de website met daarop het formulier, door het beveiligingssysteem op hun computer, niet openen. Met deze participanten heb ik via de Microsoft Teams applicatie op hun telefoon gebeld. De camera van hun telefoon hebben zij vervolgens gericht op een iPad, waarmee ze de taken uitvoerden. Dit heeft de hardop-werksessie niet belemmerd.

Nadat de participanten de vier scenario’s hebben doorlopen, volgde een aanvullend interview (zie Bijlage 7). In dit interview heb ik de ervaring met het invullen van het formulier bevraagd en problemen en twijfels tijdens het invullen van het formulier uitgelicht (*Je twijfelde op punt X, wil je dat toelichten?*). Daarnaast kwamen in dit interview de beoordeling van het formulier en de categorieën aan bod (*Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?*).

Tot slot heb ik gevraagd welke winkelvragen de participanten aan de hand van dit formulier in de categorie ‘overig’ zouden plaatsen en of ze verwachten deze categorie snel te gebruiken (*Voor wat voor soort vragen zou je de categorie overig gebruiken?*).

5.1.5 Data-analyse

De verbalisaties tijdens het uitvoeren van de taak zijn woordelijk getranscribeerd (zie Bijlage 8). De transcripten heb ik vervolgens geanalyseerd op basis van de meest voorkomende problemen. Per probleem heb ik bepaald hoe dit tot uiting kwam. Een probleem kan op drie manieren tot uiting komen. De eerste manier is door een handeling, bijvoorbeeld als een participant klikt op een verkeerde categorie. Een tweede manier is door verbalisaties, bijvoorbeeld als een participant zegt dat hij de categorie ‘overig’ niet kan vinden. De laatste manier is een combinatie van observaties en verbalisaties. Op basis van de vijf probleemttypen Van Den Haak et al. (2003) heb ik de problemen vervolgens gecategoriseerd:

- Lay-outproblemen: problemen die participanten hebben wanneer zij informatie niet of moeilijk kunnen vinden in het formulier.
- Terminologieproblemen: problemen die ontstaan wanneer de participanten de termen in het formulier niet begrijpen.
- Data-invoerproblemen: problemen die ontstaan doordat de participanten niet in staat zijn om een zoekopdracht uit te voeren. Een voorbeeld hiervan is dat de participanten niet begrijpen hoe doorgedrukt kan worden in het formulier.
- Volledigheidsproblemen: problemen die ontstaan doordat de participanten relevante informatie missen in het formulier om deze adequaat in te kunnen vullen.
- Feedbackproblemen: problemen die ontstaan doordat het formulier geen relevante feedback geeft wanneer de participanten een opdracht, wellicht verkeerd, uitvoeren.

Na deze categorisering heb ik in Excel vastgesteld hoeveel problemen er per scenario voorkwamen (zie Bijlage 9). Ook de interviews zijn woordelijk getranscribeerd (zie Bijlage 8). De relevante tekstfragmenten uit de interviews zijn gemarkeerd en vervolgens gecodeerd. Tijdens het open coderen heb ik per tekstfragment genoteerd wat het hoofdthema is. De volgende stap is het axiaal coderen, waarbij de eerder toegekende codes zijn vergeleken (zie Bijlage 10). Uit deze vergelijking zijn overkoepelende codes voortgekomen (zie Tabel 7). Op basis van deze hoofdthema’s heb ik relaties kunnen leggen en deze kunnen koppelen aan de gevonden problemen. Deze laatste stap heet selectief coderen (Boeije, 2005).

Tabel 7*Axiale codes*

Code	Frequentie	Citaat
Actie/scanprobleem (Scenario 2)	9	Ja, ik heb deze bij scanprobleem geplaatst, omdat het een scanprobleem is, maar als ik het zo zie had het ook onder actie gekund inderdaad. (Bijlage 8+10, transcript 1, regelnummer 58)
Beoordeling categorieën/formulier	31	Volgens mij zitten alle onderwerpen er wel in. Dus ik vind de categorieën goed ja. (Bijlage 8+10, transcript 1, regelnummer 68)
Categorie overig	26	Ja dat 'overig' klein staat aangegeven dwingt je toch tot het maken van een keuze, van waar ga ik hem plaatsen en hoe ga ik hem sturen. Als je daardoor sneller antwoord hebt is dat alleen maar fijn. (Bijlage 8+10, transcript 10, regelnummer 34)
Productcodes	5	Ik vind het alleen lastig dat je ook hier het Orin-nummer en de batch code moet gebruiken. Daar is lastig achter te komen. Vaak weet ik dat nummer niet. (Bijlage 8+10, transcript 11, regelnummer 67)
Instructies	14	Vooraf omdat er nog een uitleg staat onder de kopjes, is het eigenlijk wel super begrijpelijk. (Bijlage 8+10, transcript 8, regelnummer 51)
Minder snel categorie overig	13	Ik zou in dit formulier minder snel voor overig kiezen. Omdat die niet makkelijk te vinden is. (Bijlage 8+10, transcript 9, regelnummer 61)
Tip	1	Ik dacht alleen is het niet handig dat je in het formulier bij de categorie overig een keuzeregel maakt dat je daar kan invullen naar welke afdeling het moet, dus bijvoorbeeld ten behoeve van make up. Dus dat je overig iets uitgebreider maakt. Dan voorkom je dat de overige gaan zweven. (Bijlage 8+10, transcript 9, regelnummer 70)
Situatie 4 onder 'transport' geplaatst	2	Ik had online bestelling van een klant bij transport verwacht, omdat het gaat om beweging en ik heb het niet zelf besteld. (Bijlage 8+10, transcript 4, regelnummer 33)
Voorkeur huidige of nieuwe formulier	5	Ik denk dat dit formulier mijn voorkeur heeft. Want die ander is wel hetzelfde bijna. Alleen toch klik ik daar blijkbaar altijd wel op overig volgens mij. Ondanks dat de titels er wel staan. Blijkbaar valt het mij niet op of zo. (Bijlage 8+10, transcript 10, regelnummer 84)
Welke vragen in 'overig' in nieuwe formulier	8	Als het niet onder een van die kopjes geschaard kan worden, kan het onder overig. Maar ik denk dat alles er wel bij zit. (Bijlage 8+10, transcript 11, regelnummer 60)

5.2 Resultaten

Op basis van bovengenoemde analyses zal ik de problemen bespreken. De resultaten zal ik vervolgens aanvullen met uitkomsten uit het aanvullende interview.

5.2.1 Scenario 1 en 2

Het eerste scenario hebben de participanten probleemloos doorlopen. Het tweede scenario betrof een product waarvan de actie niet bekend was in het kassasysteem. Op basis van dit scenario werden de participanten geacht een Questie aan te maken in de subcategorie ‘de actie scant onjuist’. Deze subcategorie is te vinden onder de categorieën ‘actie’ en ‘scanprobleem’. Acht van de twaalf participanten hebben deze vraag ingevuld via de categorie ‘actie’. De overige vier hebben deze vraag geplaatst onder ‘scanprobleem’:

*“Dan ga ik naar scanprobleem. *klikt op scanprobleem* En dan zie ik actie scant onjuist, stel je vraag”*
(Bijlage 8, transcript 1, regelnummer 19).

Tijdens de aanvullende interviews is gevraagd naar een toelichting voor de gemaakte keuzes, hieruit bleek dat in het scenario, ofwel de actie of het scanprobleem was opgevallen. Zo reageerde Participant 8:

“Ja dit kwam vooral door het verhaaltje. Omdat daar ook staat Kneipp 1+1 actie. En ik zou naar scanprobleem gaan als het artikel niet bekend scant. Dan zou ik eerder naar scanprobleem gaan”
(Bijlage 8+10, transcript 8, regelnummer 43).

Voor Participant 6 viel het scanprobleem op in scenario 2:

“Ik vond dat het scannen meer opviel in het scenario dan de actie. Omdat de actie misschien ook iets algemener is” (Bijlage 8+10, transcript 6, regelnummer 45).

Twee participanten hadden een specifieke reden om hun vraag bij ‘actie’ te plaatsen. Een scanprobleem is volgens hen een product dat ‘onbekend’ scant. Dit komt voor wanneer een product niet in het kassasysteem staat. Zo stelde Participant 2:

“Een scanprobleem is als een artikel niet scant. Er stond heel duidelijk bij dat het om een actie gaat en dat het verkeerd scant en niet dat het niet scant. Dus ik vond die meer bij actie passen” (Bijlage 8+10, transcript 2, regelnummer 42).

5.2.2 Scenario 3 en 4

Op basis van het derde en vierde scenario zijn de participanten tegen twaalf invulproblemen aangelopen (zie Tabel 8). Deze problemen zijn alle te scharen onder lay-outproblemen (Van Den Haak et al., 2003). De participanten hebben informatie in het formulier niet kunnen vinden, met als resultaat dat zij vragen of opmerkingen in de verkeerde categorie hebben geplaatst.

Tabel 8

Aantal probleem bij het invullen van het herziene formulier

	Scenario 3	Scenario 4
Observatie	0	0
Verbalisaties	2	0
Beide	7	3
Totaal	9	3

In het derde scenario werden de participanten geacht om de categorie ‘overig’ te gebruiken. Acht van de twaalf participanten hebben deze categorie niet gevonden. Eén participant heeft de categorie ‘overig’ wel gevonden, maar had moeite met de navigatie. Nadat deze participant twijfelde over het onderbrengen van de vraag in de categorie ‘bestellen’, heeft hij de vraag alsnog onder ‘overig’ geplaatst. Dit resulteerde in negen invulproblemen op basis van scenario 3. Drie participanten hebben de categorie ‘overig’ wel gevonden, zij hadden geen problemen met de navigatie naar deze categorie:

*“Ik denk misschien bij bestellen of HR. Oh wacht ik zie hieronder nog meer. Ik zou hem dan denk ik de categorie ‘overig’ plaatsen. Want bij bestellen is meer het bestellen van producten en personeelszaken is het eigenlijk ook niet. *Klik op de categorie overig*” (Bijlage 8, transcript 8, regelnummer 26).*

Van de acht participanten die de vraag niet in de categorie ‘overig’ hebben geplaatst, hebben drie participanten de vraag geplaatst in de categorie ‘HR’ en drie in de categorie ‘bestellen’. Participant 3 en 9 zijn doorgedaan naar scenario 4 toen zij de categorie ‘overig’ niet konden vinden. Zij hebben de vraag niet in een van de categorieën geplaatst en hebben het probleem alleen geverbaliseerd:

“Bij bestellingen staat die ook niet tussen. Ja ik denk dat deze bij overig hoort. Die zie ik zo niet staan dus ik ga maar door naar scenario 4” (Bijlage 8+9, transcript 3, regelnummer 17).

Zowel de drie participanten die deze vraag onder ‘HR’ hebben geplaatst als de drie participanten die deze vraag onder ‘bestellen’ hebben geplaatst, twijfelden bij het maken van deze keuze. Wanneer de categorie ‘overig’ hen was opgevallen, hadden zij de vraag daar ondergebracht:

*“Ik zou hem toch onder bestellen zetten dan, dat is niet iets wat wij regulier bestellen maar de rest sluit al helemaal niet aan. Er is geen overig nu, wat we normaal wel hebben. Anders had ik hem daar nu onder geschaard. Dan zou ik nu naar bestellen gaan. *klikt op bestellen* Dan ga ik naar zelf bestellen”* (Bijlage 8+9, transcript 1, regelnummer 29).

De participanten geven in het aanvullende interview aan dat ze de categorie ‘overig’ niet hebben gezien. Deze participanten keken vooral naar de opvallende kopjes bovenaan de pagina:

“Oja ik zie het, nee dat is wel heel klein. Ik snap het wel. Want hierdoor gaan mensen zich eerst focussen op de grotere kopjes. Maar ik lees toch niet zo snel de kleine lettertjes. Bij de kopjes kijk ik beter, omdat ik daar denk oh dat is een druk gebied. Dus ik had dat niet gelezen” (Bijlage 8+10, transcript 2, regelnummer 49).

Het vierde scenario ging over een online bestelling die niet is opgehaald door een klant. Voor vragen over online bestellingen is een nieuwe subcategorie toegevoegd aan het formulier. Deze nieuwe subcategorie is te vinden onder ‘bestellingen’. Drie participanten hebben deze subcategorie niet gevonden. Participant 11 heeft deze vraag onder de categorie ‘overig’ geplaatst:

*“Dan zou ik naar transport gaan. *Klikt op transport* Nee dat zou ik niet. *Klikt op home* Even kijken of ik iets kan vinden. Ik zie er niet echt iets bijstaan. Dan zou ik voor de categorie ‘overig’ gebruiken”* (Bijlage 8+9, transcript 12, regelnummer 22).

Twee participanten hebben de vraag voortkomende uit scenario 4 geplaatst onder ‘transport’. Ook zij hebben de nieuwe subcategorie niet gezien:

“Ik had online bestelling van een klant bij transport verwacht, omdat het gaat om beweging en ik heb het niet zelf besteld” (Bijlage 8+10, transcript 4, regelnummer 33).

5.2.3 Aanvullend interview

Uit het aanvullende interview bleek dat elf van de twaalf participanten de voorkeur geven aan het nieuwe formulier ten opzichte van het huidige formulier. Ze geven voornamelijk aan het nieuwe formulier overzichtelijker te vinden:

“Omdat ik deze overzichtelijker vind dan die we nu hebben, ik hoef minder lang te zoeken naar onder welk kopje ik iets ga versturen” (Bijlage 8+10, transcript 4, regelnummer 71).

Dit kwam onder andere door de uitleg die werd geboden onder de verschillende categorieën. De uitleg heeft de participanten geholpen bij het invullen van het formulier. Aan de hand van de uitleg konden zij makkelijker een keuze maken welke vraag onder welke categorie geschaard kon worden:

“Aan de hand daarvan ging ik kiezen. Het is heel duidelijk ja. Het is een van de redenen dat het zo fijn en duidelijk is, dat tekstje eronder” (Bijlage 8+10, transcript 6, regelnummer 78).

Daarnaast beoordeelden de participanten de categorieën positief, doordat deze beter aansluiten bij de onderwerpen van de vragen:

“Nu staan er veel categorieën in Questie waar je er vaak maar één van gebruikt. En nu is het veel meer opgedeeld en ik denk dat je ze allemaal wel een keer kan gebruiken en dat is voor de mensen die ze moeten beantwoorden wel heel fijn” (Bijlage 8+10, transcript 5, regelnummer 56).

De participanten zijn zich ervan bewust dat het beter aansluiten van de vragen mogelijk zorgt voor een snellere responstijd:

“Ik denk dat de vraag zeker sneller bij de afdeling komt. Waardoor je vraag sneller beantwoord wordt. Dus dat zie ik wel als een voordeel” (Bijlage 8+10, transcript 1, regelnummer 78).

Door de motiverende toelichting in het nieuwe formulier is ook Participant 11 zich bewust geworden van het belang om een bijbehorende categorie te gebruiken:

“Ik denk dat dit formulier ervoor zorgt dat je sneller antwoord krijgt. Omdat je je vraag makkelijker kan koppelen aan een van de categorieën” (Bijlage 8+10, transcript 11, regelnummer 64).

De participanten die de categorie ‘overig’ niet hebben gevonden, zien de onvindbaarheid van de categorie ‘overig’ als een mogelijk probleem. Toch geven de participanten aan dat zij wel begrijpen waarom de categorie ‘overig’ minder prominent aanwezig is. Participant 10 zei hierover het volgende:

“Ja dat ‘overig’ klein staat aangegeven dwingt je toch tot het maken van een keuze, van waar ga ik hem plaatsen en hoe ga ik hem sturen. Als je daardoor sneller antwoord hebt, is dat alleen maar fijn” (Bijlage 8+10, transcript 10, regelnummer 34).

Alle twaalf de participanten hebben aangegeven in het nieuwe formulier minder snel voor de categorie ‘overig’ te kiezen. De reden hiervoor is dat zij gestimuleerd worden om de winkelvragen in de bijbehorende categorie onder te brengen:

“In het oude formulier is natuurlijk ‘overig’ ook een categorie die helemaal in het midden staat en in dit formulier helemaal aan het eind. Je kiest in het oude formulier wel snel voor overig” (Bijlage 8+10, transcript 2, regelnummer 74).

Een tweede reden waarom de participanten in het nieuwe formulier minder snel voor ‘overig’ zouden kiezen, is de categorisering die beter aansluit bij de onderwerpen van de winkelvragen:

“Minder snel dan dat ik dat nu doe. Ik vul nu heel vaak overig in. Ik denk dat hier bijna alle vragen wel ondergebracht kunnen worden in een van de categorieën” (Bijlage 8+10, transcript 11, regelnummer 74).

5.3 Conclusie deelstudie 3

Door gebruik te maken van de hardop-werkmethode heb ik in deze derde deelstudie antwoord gekregen op de vraag hoe de Etos-winkelmedewerkers het herontwerp van het formulier gebruiken en beoordelen. Op basis van vier scenario's hebben twaalf Etos-winkelmedewerkers het nieuwe formulier ingevuld. In totaal hebben zich twaalf invulproblemen voorgedaan. Deze problemen werden veroorzaakt doordat de participanten relevante informatie over het hoofd hebben gezien, dit worden lay-outproblemen genoemd (Van Den Haak et al., 2003). Drie Etos-winkelmedewerkers hebben de nieuwe subcategorie 'online bestelling niet opgehaald door de klant' niet gevonden, waardoor zij de vraag voortkomend uit het vierde scenario in de verkeerde categorie hebben geplaatst. De lay-outproblemen veroorzaakten daarnaast dat de categorie 'overig' door negen participanten niet of moeilijk gevonden werd. De participanten hebben dit als een probleem ervaren, omdat de vindbaarheid van de categorie 'overig' van belang is voor de vragen die in deze categorie horen.

De minder prominente plek van de categorie 'overig' heeft echter ook voordelen. De participanten hebben 36 van de 48 vragen in de juiste categorie geplaatst (4 scenario's*12 participanten). Alle twaalf de participanten hebben daarnaast aangegeven dat zij in het nieuwe formulier minder snel een vraag in de categorie 'overig' zouden plaatsen. Door de minder prominente plek van de categorie 'overig', kozen de participanten eerder voor de andere categorieën die meer opvallen. Ook hebben ze het idee dat de categorieën in het nieuwe formulier beter aansluiten bij de onderwerpen van hun vragen. Dit is een opvallende uitkomst, aangezien de categorieën in het nieuwe formulier niet aanzienlijk afwijken van de huidige categorieën.

Daarnaast waren de verschillende categorieën duidelijker voor de participanten door de uitleg die werd gegeven. Hierdoor konden ze hun winkelvraag makkelijker onderbrengen in de juiste categorie. Ook de motiverende toelichting heeft bijgedragen aan een meer bewuste afweging van de categorieën, doordat de relevantie van het adequaat invullen van het formulier werd benadrukt. De snellere responstijd als gevolg van het adequaat invullen van het formulier, zagen de participanten als een voordeel.

6. Algemene conclusie en discussie

6.1 Conclusie

In dit onderzoek stond de volgende onderzoeksvraag centraal ‘Hoe kan het formulier in Questie zo worden vormgegeven dat de Etos-winkelmedewerkers meer vragen koppelen aan de bijbehorende categorie, om zo de interne communicatie efficiënter te laten verlopen?’ Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden zijn kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethodes gebruikt.

Om een inschatting te kunnen maken van hoe de Etos-winkelmedewerkers informatie vergaren en Questie gebruiken, heb ik in de eerste deelstudie interviews afgenomen bij tien Etos-winkelmedewerkers. Uit deze interviews bleek dat de Etos-winkelmedewerkers vaak op het intranet zoeken naar informatie. De benodigde informatie wordt regelmatig niet gevonden. Dit wordt veroorzaakt door de grote hoeveelheid informatie en de zoekfunctie die niet optimaal werkt. Hierdoor zijn de Etos-winkelmedewerkers genoodzaakt hun vraag alsnog via Questie te stellen. Ze zijn gebonden aan de tool Questie, aangezien dit het enige beschikbare communicatiekanaal is voor de Etos-winkelmedewerkers om contact op te kunnen nemen met het hoofdkantoor. Door het gebruik van dit arme medium, missen zij het persoonlijke contact met het hoofdkantoor.

Uit de interviews bleek daarnaast dat de Etos-winkelmedewerkers geregeld ontevreden zijn over de antwoorden die zij ontvangen, als reactie op een Questie-vraag. De oorzaak hiervan is mogelijk het kennisverschil tussen het winkelpersoneel en de medewerkers op het hoofdkantoor. Door het verschil in kennis en ervaring worden enerzijds praktische vragen niet juist begrepen op het hoofdkantoor en worden anderzijds te abstracte antwoorden gegeven die niet aansluiten bij de verwachtingen van de winkelmedewerker.

Naast de antwoorden ervaren de Etos-winkelmedewerkers de responstijd vanuit het hoofdkantoor op hun Questie-vragen als een probleem. De lange responstijd vormt vooral een probleem wanneer het een acute winkelvraag of klantvraag betreft. De Etos-winkelmedewerkers zijn zich echter niet bewust van het belang om de categorieën adequaat te gebruiken. De Etos-winkelmedewerkers stellen dat zij hun vragen in ‘overig’ plaatsen, omdat de categorieën in het huidige Questie-formulier niet aansluiten bij de onderwerpen van hun vragen. Dit lijkt niet veroorzaakt te worden doordat ze niet weten welke vragen bij welke categorieën passen. Ze beoordelen het formulier en de categorieën als duidelijk en begrijpelijk. Wel geven sommige participanten aan weinig tijd te hebben en het onbelangrijk te vinden om het formulier adequaat in te vullen.

In de tweede deelstudie is onderzocht of de Etos-winkelmedewerkers daadwerkelijk genoodzaakt zijn om 82% van hun winkelvragen in de categorie ‘overig’ te plaatsen of dat dit veroorzaakt wordt door motivatieproblemen. Aan de hand van 450 Questie-vragen heb ik het huidige formulier geanalyseerd en de meest voorkomende onderwerpen van de vragen vastgesteld. Op basis van het huidige formulier hebben de Etos-winkelmedewerkers 371 van de 450 vragen in de categorie ‘overig’ geplaatst (82%).

Wanneer ze het huidige formulier adequaat zouden invullen, zouden 161 van de 450 vragen ondergebracht worden in 'overig' (36%). De Etos-winkelmedewerkers plaatsen 210 vragen onterecht in de categorie 'overig' (47%). Het blijkt dus dat ze het huidige formulier niet adequaat invullen. Wanneer ze dit wel zouden doen, zou het aantal vragen in de categorie 'overig' met 57%, afnemen ($210/371 \cdot 100$).

Vervolgens zijn de meest voorkomende onderwerpen vastgesteld op basis van een codeboek. Dit had als doel om te kunnen analyseren of een hercategorisering zorgt voor een betere aansluiting op de onderwerpen van de vragen. Op basis van deze inhoudsanalyse zijn de categorieën op vijf punten aangepast. Wanneer het formulier op basis van de hercategorisering adequaat ingevuld zou worden, zouden 137 van de 450 vragen ondergebracht worden in de categorie 'overig' (30%). De hercategorisering zorgt voor een afname van 24 vragen, ofwel 15%, in de categorie 'overig' ten opzichte van het huidige formulier wanneer dit adequaat ingevuld zou worden ($24/161 \cdot 100$). Het formulier op basis van de hercategorisering zorgt voor 234, ofwel 63%, minder vragen in de categorie 'overig' in vergelijking met het huidige formulier zoals dit werkelijk werd ingevuld ($234/371 \cdot 100$). De oorsprong van het probleem ligt dus niet bij de categorieën die niet aansluiten bij de onderwerpen van de vragen, maar bij de Etos-winkelmedewerkers die het formulier niet adequaat invullen.

Daarom ligt in het nieuwe formulier de focus op motiverende elementen en de keuzearchitectuur. Door een motiverende toelichting worden winkelmedewerkers ervan bewust gemaakt dat het adequaat gebruiken van de categorieën zorgt voor een minder lange responstijd. Daarnaast zijn de categorieën voorzien van een korte instructie en heeft de categorie 'overig' een minder prominente plek gekregen in het formulier. Waar deze in het huidige formulier een opvallende plek besloeg, staat de categorie 'overig' in het nieuwe formulier onderaan in de tekst verwerkt. Door de onopvallende plek worden Etos-winkelmedewerkers gestimuleerd om de categorieën bovenaan te overwegen, in plaats van direct voor 'overig' te kiezen. De tekst ontmoedigt de medewerkers bovendien om de categorie 'overig' te gebruiken. Door de statistische evidentie dat 90% van de vragen in een categorie naast 'overig' geplaatst kan worden, zouden de Etos-winkelmedewerkers overtuigd moeten worden van deze mogelijkheid.

In de derde deelstudie heb ik de hercategorisering en de drie aanpassingen getoetst aan de hand van een hardop-werkmethode, om zo eventuele invulproblemen te achterhalen. Op basis van vier scenario's hebben twaalf Etos-winkelmedewerkers het formulier ingevuld, gevolgd door een aanvullend interview om de oorzaak van de invulproblemen te bevragen. Daarnaast is in dit aanvullende interview gevraagd naar een beoordeling van de categorieën en de aanpassingen in de keuzearchitectuur. Uit de hardop-werkmethode kwamen twaalf invulproblemen aan het licht. Deze invulproblemen werden veroorzaakt, doordat relevante informatie om het formulier adequaat in te vullen, niet werd gevonden. Zo ontstonden acht invulproblemen, doordat de categorie 'overig' niet gevonden werd. De overige drie invulproblemen werden veroorzaakt, doordat de subcategorie 'online bestelling is niet opgehaald door de klant' niet was opgevallen.

Door de aanpassingen werden 36 van de 48 vragen, ofwel 75%, in de juiste categorie ondergebracht (12 participanten*4 scenario's). De participanten werden door de aanpassingen gestimuleerd om het formulier adequaat in te vullen. Uit het aanvullende interview bleek dat dit vooral veroorzaakt werd, doordat zij zich bewust zijn gemaakt van de gevolgen van het inadequaar invullen. Ook werden ze gestimuleerd om de categorieën te overwegen door de minder prominente plek van de categorie 'overig'. Om de responstijd te verbeteren zouden ze op basis van het huidige formulier minder snel voor de categorie 'overig' kiezen. Het formulier werd tot slot duidelijk en overzichtelijk bevonden door de instructies. Dit heeft ervoor gezorgd dat de participanten de voorkeur geven aan dit formulier ten opzichte van het huidige formulier.

6.2 Discussie

6.2.1 Interpreteren conclusies

Bovenstaande bevindingen zal ik koppelen aan het literatuuronderzoek. Door de kenmerken van het formulier in zakelijke context, wijken de resultaten af van eerder onderzoek. Waar in eerder onderzoek begripsproblemen als oorzaak van het inadequaar invullen van een formulier werden gevonden (Van den Hurk et al., 2009; Jansen et al., 1989; Jansen & Steehouder 2001), blijkt uit dit onderzoek het motivatieprobleem de aanleiding. De belangrijkste bevinding is dat het praktijkprobleem bij Etos veroorzaakt wordt door een gebrek aan motivatie bij de Etos-winkelmedewerkers om het Questie-formulier adequaat in te vullen. Door het inadequaar invullen van het formulier, plaatsen de Etos-winkelmedewerkers het overgrote gedeelte van de vragen in de categorie 'overig'. Hierdoor moeten de vragen op het hoofdkantoor handmatig verdeeld worden over de afdelingen. Het inadequaar invullen van het formulier heeft een langere responstijd als gevolg, wat ervoor zorgt dat de winkelmedewerkers gefrustreerd raken of de tool helemaal niet meer gebruiken.

Het motivatieprobleem wordt vooral veroorzaakt door werkdruk, waardoor de Etos-winkelmedewerkers weinig tijd hebben om het formulier adequaat in te vullen. Het gebrek aan motivatie wordt versterkt door het feit dat ze iedere keer dezelfde soort taak moeten uitvoeren. De resultaten komen overeen met de kenmerken van de zogenoemde *rushers* van Jarret en Gaffney (2009). Doordat de Etos-winkelmedewerkers het formulier vaak invullen, lezen zij alleen de relevante tekstfragmenten. Dit was tevens de oorzaak van de invulproblemen die aan het licht zijn gekomen in de hardop-werkmethode en worden ook wel lay-outproblemen genoemd (Van Den Haak et al., 2003). De Etos-winkelmedewerkers die soms of geen gebruik meer maken van Questie, kunnen omschreven worden als de *refusers*. Zij vullen het formulier niet of zonder enige aandacht in (Jarret & Gaffney, 2009). Naast tijdgebrek en het telkens moeten uitvoeren van dezelfde taak, heeft ook het moeten doorgeven van informatie die de winkelmedewerkers niet direct voorhanden hebben invloed op de motivatie.

Wanneer de Etos-winkelmedewerkers het formulier adequaat zouden invullen, zou het probleem verholpen kunnen worden. Daarom heb ik een herontwerp gemaakt, waarin de categorisering in hoge mate lijkt op het origineel. In het nieuwe formulier is de keuzearchitectuur aangepast en zijn motiverende elementen toegevoegd. De resultaten bevestigen het standpunt dat de keuzearchitectuur en de motiverende elementen invloed kunnen hebben op het uitvoeren van bepaald gedrag (Ridders & Tummers, 2019; Loorbach et al., 2007). De keuzearchitectuur dwong de Etos-winkelmedewerkers om de categorieën te overwegen, in plaats van direct voor de categorie ‘overig’ te kiezen. De motiverende elementen benadrukten de relevantie van het adequaat invullen van het formulier en het persoonlijke voordeel dat hiermee gepaard gaat. Het nieuwe formulier werd tamelijk goed gebruikt; 75% van de vragen is in de juiste categorie geplaatst. De nagenoeg zelfde categorieën als in het huidige formulier, werden beter beoordeeld wanneer de tijd wordt genomen om deze te bekijken. Hierdoor werd ingezien dat de categorieën grotendeels aansluiten bij de onderwerpen van de Questie-vragen, waardoor de categorieën makkelijk gebruikt konden worden. Aangezien de Etos-winkelmedewerkers hun voorkeur uitspreken voor het nieuwe formulier, zal het invulgemak mogelijk een positieve invloed hebben gehad op de attitude tegenover het formulier.

Het bestaande praktijkprobleem heeft gevolgen voor de efficiëntie van de interne communicatie binnen Etos. De interne communicatie is van groot belang om de Etos-winkels zo goed mogelijk te laten functioneren (White et al., 2010). De resultaten van dit onderzoek wijzen uit dat de interne communicatie binnen Etos niet effectief is; de informatiebehoefte van de Etos-winkelmedewerkers sluit niet aan bij de informatievoorziening vanuit het hoofdkantoor (Rosenfield et al., 2004). Het feit dat de informatiebehoefte zorgt voor ontevredenheid bij de Etos-winkelmedewerkers sluit aan bij het onderzoek van Ormandy (2011). Deze behoefte aan informatie komt door de suboptimale zoekfunctie en de grote hoeveelheid informatie op het intranet (White et al., 2010).

Waar op het hoofdkantoor verwacht wordt dat de Etos-winkelmedewerkers voldoende informatie ontvangen, wordt deze informatie door de winkels niet gevonden of betreft het niet de gewenste informatie (Bartoo & Sias, 2004). De gewenste informatie kan vervolgens niet snel en goed genoeg opgevraagd worden via het arme mediumkanaal Questie. Door de informatiebehoefte en het uitblijven van persoonlijk contact, missen de Etos-winkelmedewerkers betrokkenheid bij de organisatie (Welch & Jackson, 2007). Dit sluit aan bij het onderzoek van Kang en Sung (2017), waaruit bleek dat betrokkenheid invloed heeft op de motivatie van de werknemers. Dit leidt tot een vicieuze cirkel die doorbroken moet worden; de gebrekkige informatievoorziening zorgt voor te weinig betrokkenheid, wat samen met tijdgebrek leidt tot een gebrek aan motivatie om het formulier adequaat in te vullen. Het inadequaate invullen zorgt voor een te lange responstijd, met een gebrekkige informatievoorziening als gevolg.

6.2.2 Beperkingen van het onderzoek

Tijdens het uitvoeren van het onderzoek hebben zich enkele beperkingen voorgedaan. De eerste beperking betrof de inhoudsanalyse die voor de tweede deelstudie is uitgevoerd. In deze inhoudsanalyse is geen aselechte steekproef genomen. In plaats daarvan zijn de eerste vijftig Questies per maand geselecteerd. Dit zou ervoor gezorgd kunnen hebben dat de Questies die ik heb geanalyseerd niet representatief zijn voor de Questies die zijn gestuurd tussen januari en oktober 2020.

Ten tweede staat op het nieuwe formulier onterecht vermeld dat ruim 90% van de vragen in één van de categorieën geplaatst kan worden. Dit cijfer is gebaseerd op de 5% vragen die op basis van het codeboek in de categorie ‘overig’ vielen. Doordat meerdere onderwerpen uit het codeboek niet terug zijn gekomen in het nieuwe formulier, vallen de vragen die bij deze onderwerpen horen ook onder ‘overig’. Hierdoor kan op basis van het nieuwe formulier 70% van de vragen in een categorie geplaatst worden, in plaats van 90% zoals vermeld op het formulier. Dit kan invloed gehad hebben op de overweging tijdens de hardop-werkmethode om een vraag wel of niet in de categorie ‘overig’ te plaatsen.

Tot slot kunnen op basis van tien interviews en twaalf hardop-werksessies geen generaliseerbare conclusies worden getrokken. Ondanks dat de Etos-winkelmedewerkers een redelijk homogene groep vormen, dienen de resultaten met enige voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden.

6.2.3 Vervolgonderzoek

Het huidige onderzoek is een aanvulling op de bestaande literatuur over formulieren. Dit onderzoek onderscheidt zich door de focus op een formulier in de zakelijke context in het domein van de interne communicatie. Uit dit onderzoek bleek dat de invulproblemen veroorzaakt worden door motivatieproblemen, terwijl eerdere studies met name gericht waren op begripsproblemen (Van den Hurk et al., 2009; Jansen et al., 1989; Jansen & Steehouder 2001). Ondanks dat rekening gehouden moet worden met het feit dat de focus in dit onderzoek ligt op één specifiek formulier, heeft het onderzoek interessante inzichten gegeven voor het ontwerpen van formulieren in de zakelijke context. Binnen organisaties waarbij de werknemers vaker gebruikmaken van hetzelfde formulier, kunnen motiverende elementen een oplossing bieden voor het adequater invullen ervan. Vervolgonderzoek kan interessant zijn om deze mogelijkheden te optimaliseren.

Zo bleek uit dit onderzoek dat de Etos-winkelmedewerkers door de motiverende elementen geneigd zijn om hun vragen in een van de categorieën naast ‘overig’ te plaatsen. Dit werd echter voor een deel veroorzaakt doordat de categorie ‘overig’ niet gevonden werd in het nieuwe formulier. Interessant voor een vervolgonderzoek is daarom het opstellen en testen van een stroomschema. In het stroomschema navigeren de Etos-winkelmedewerkers zich door verschillende keuzes heen, bijvoorbeeld ‘betreft je vraag de kwaliteit van een product ja/nee’. Pas wanneer ze alle keuzes hebben doorlopen, komen zij bij de optie ‘overig’ uit. Ook de mogelijkheid dat de Etos-winkelmedewerkers de

categorie 'overig' weer onterecht zullen gebruiken wanneer zij deze categorie eenmaal hebben gevonden, wordt wellicht gedekt door een stroomschema.

Daarnaast had het afnemende gebruik van de categorie 'overig' als gevolg dat enkele vragen in de verkeerde categorie zijn geplaatst, waardoor deze vragen bij de verkeerde afdelingen terecht zouden komen. Hierdoor loopt de responstijd mogelijk nog verder op, omdat de vraag blijft hangen bij de verkeerde afdeling. Een hardop-werkmethode kan inzichtelijk maken of en waarom op basis van het huidige formulier vragen aan de verkeerde categorie worden gekoppeld. Mocht het verkeerd koppelen van vragen aan categorieën veroorzaakt worden door de slechte vindbaarheid van de categorie 'overig', kan een ander herontwerp getest worden. Een herontwerp met motiverende elementen en een meer zichtbare plek voor de categorie 'overig' zouden een mogelijke oplossing bieden.

Uit de interviews bleek dat de antwoorden als reactie op Questie-vragen regelmatig niet voldoen aan de verwachtingen. Ik acht de kans aanwezig dat de vragen die de Etos-winkelmedewerkers stellen niet altijd volledig en begrijpelijk zijn geformuleerd, aangezien zij hier weinig tijd voor nemen. Daarnaast verwacht ik dat de frustraties die spelen bij de Etos-winkelmedewerkers merkbaar zijn in hun manier van communiceren. Daarom zou een analyse naar de kwaliteit van de vragen en antwoorden een interessante aanvulling kunnen zijn.

7. Aanbevelingen aan Etos

Klant- en werknemerstevredenheid staan hoog in het vaandel bij Etos. Dit kan in het geding komen, omdat de interne communicatie niet altijd efficiënt verloopt. Doordat 82% van de Questie-vragen in de categorie ‘overig’ wordt geplaatst, is de responstijd lang. Hierdoor raken de Etos-winkelmedewerkers gefrustreerd en kunnen klanten soms niet snel geholpen worden. Op basis van het onderzoek zal ik enkele aanbevelingen geven voor dit praktijkprobleem.

Vanuit het hoofdkantoor wordt vooral via het intranet, Sam, een grote hoeveelheid informatie naar de winkels gezonden. Deze informatie is slecht vindbaar, doordat de zoekfunctie niet optimaal werkt en de hoeveelheid informatie overvloedig is. Hierdoor zijn de Etos-winkelmedewerkers alsnog genoodzaakt om een Questie-vraag in te sturen. Hierdoor komen gemiddeld vijfhonderd Questie-vragen per week binnen bij het hoofdkantoor. Door de vindbaarheid op Sam te verbeteren, zal het aantal Questies afnemen. Daarom is een gebruikersonderzoek naar de vindbaarheid van de informatie op Sam aan te raden. Aan de hand van een gebruikersonderzoek kan gemeten worden hoe gebruiksvriendelijk het intranet is en welke informatie om welke reden niet gevonden wordt door de Etos-winkelmedewerkers.

Van de gemiddeld vijfhonderd vragen per week die de winkels via Questie sturen, wordt het overgrote gedeelte in de categorie ‘overig’ geplaatst. Deze vragen moeten handmatig verdeeld worden over de desbetreffende afdelingen, waardoor de responstijd te lang is. Uit het onderzoek is gebleken dat 47% van de vragen onterecht in de categorie ‘overig’ wordt geplaatst. Dit is te verklaren door gebrek aan tijd en motivatie om het formulier adequaat in te vullen. Wanneer het huidige formulier adequaat ingevuld zou worden, zou het aantal vragen in de categorie ‘overig’ afnemen met 57%. De hercategorisering op basis van de meest voorkomende onderwerpen kan voor een verdere afname van 15% zorgen. Deze enorme afname zou zorgen voor een snellere responstijd en minder werkuren die nu besteed worden aan het verdelen van de vragen over de afdelingen.

Daarom is de tweede aanbeveling om motiverende elementen toe te voegen aan het Questie-formulier (zie Figuur 3). De motiverende elementen bleken een aanmoediging om de vragen in de bijbehorende categorie te plaatsen; 75% van de vragen werd op basis van het nieuwe formulier in de juiste categorie geplaatst. In deze motiverende elementen dient de nadruk te liggen op de relevantie om het formulier adequaat in te vullen, namelijk zodat de responstijd verbeterd kan worden. Ook de minder prominente plek van de categorie ‘overig’ heeft ervoor gezorgd dat de Etos-winkelmedewerkers minder snel voor deze categorie kiezen. Deze relevantie kan verder aangezet worden bij de Etos-winkelmedewerkers. Zo zouden zij een extra training kunnen krijgen of aanvullend geïnformeerd kunnen worden over de werking en de achtergrond van het formulier en het belang van het adequaat invullen.

Ook de medewerkers op het hoofdkantoor kunnen geïnstrueerd worden. Door de medewerkers op het hoofdkantoor bewust te maken van de suboptimale zoekfunctie in Sam, zullen zij mogelijk meer begrip hebben voor de vragen die binnenkomen en deze uitgebreider beantwoorden.

Hierbij dient rekening gehouden te worden met de bestaande kennisverschillen, veroorzaakt door het verschil in ervaring.

Tot slot zouden zij gestimuleerd moeten worden om de Etos-winkels vaker te bellen wanneer een vraag onduidelijk of urgent is. Doordat Questie het enige beschikbare communicatiekanaal is, missen Etos-winkelmedewerkers persoonlijk contact en betrokkenheid. Zij voelen hierdoor afstand tot het hoofdkantoor. Een communicatiekanaal toevoegen voor de urgente klantvragen zou bevorderend zijn voor de klant- en medewerkerstevredenheid. De tijd die wordt vrijgespeeld door het kleinere aantal vragen die verdeeld moeten worden, kan ingezet worden voor een telefoondienst of chatfunctie.

De aanbevelingen in het kort:

- Zoekfunctie op Sam verbeteren om de informatievoorziening beter te kunnen laten aansluiten op de informatiebehoefte.
- Motiverende elementen toevoegen aan het Questie-formulier. Het adequaat invullen van het huidige formulier zorgt voor een afname van 57%.
- De Etos-winkelmedewerkers via andere wegen stimuleren om het formulier adequaat te gebruiken.
- De Etos-hoofdkantoormedewerkers instrueren om Questie-vragen met meer oog voor de winkel te beantwoorden.
- De Etos-hoofdkantoormedewerkers stimuleren om vaker Etos-winkels te bellen naar aanleiding van een Questie, om de betrokkenheid te vergroten.

Bovenstaande adviezen dragen bij aan de betrokkenheid van de Etos-winkelmedewerkers door de informatievoorziening beter te laten aansluiten op de informatiebehoefte. Deze betrokkenheid zorgt voor meer motivatie. Motivatie die hard nodig is om het Questie-formulier adequaat in te vullen. Efficiënte interne communicatie is immers een kwestie van motiveren.

Literatuurlijst

- Van der Ark, L. A., Van Leeuwen, J., & Jorgensen, T. D. (2018). *Interbeoordelaarsbetrouwbaarheid LIJ*. Geraadpleegd van <https://repository.tudelft.nl/view/wodc/uuid:46159c8d-1ada-4547-b057-333a50bf63f7>
- Baesler, E. J., & Burgoon, J. K. (1994). The Temporal Effects of Story and Statistical Evidence on Belief Change. *Communication Research*, 21(5), 582–602.
<https://doi.org/10.1177/009365094021005002>
- Bartoo, H., & Sias, P. M. (2004). When enough is too much: Communication apprehension and employee information experiences. *Communication Quarterly*, 52(1), 15–26.
<https://doi.org/10.1080/01463370409370175>
- Boeije, H.R. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek. Denken en doen*. Amsterdam: Boom Onderwijs.
- Van den Broeck, A., De Witte, H., Vansteenkiste, M., Lens, W., & Andriessen, M. (2009). De Zelf-Determinatie Theorie: kwalitatief goed motiveren op de werkvloer. *Gedrag en organisatie*, 22(4), 316-335.
- Cameron, G. T., & McCollum, T. (1993). Competing Corporate Cultures: A Multi-Method, Cultural Analysis of the Role of Internal Communication. *Journal of Public Relations Research*, 5(4), 217–250. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr0504_01
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. *Management Science*, 32(5), 554–571.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554>
- Dennis, A. R., Fuller, R. M., & Valacich, J. S. (2008). Media, Tasks, and Communication Processes: A Theory of Media Synchronicity. *MIS Quarterly*, 32(3), 575.
<https://doi.org/10.2307/25148857>
- Dennis, A. R., & Kinney, S. T. (1998). Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues, Feedback, and Task Equivocality. *Information Systems Research*, 9(3), 256–274.
<https://doi.org/10.1287/isre.9.3.256>
- Van Deursen, A.J.A.M. (2018). *Digitale ongelijkheid in Nederland anno 2018*. Enschede, Nederland: Universiteit Twente.

- Emans, B. J. M. (2014). *Interviewen: theorie, techniek en training*. Stenfert Kroese.
- Van den Haak, M., de Jong, M., & Schellens, P. J. (2003). Hardopdenkprotocollen als pretestmethode: synchroon en retrospectief hardopdenken vergeleken. *Tijdschrift voor taalbeheersing*, 25(3), 236-252.
- Hoeken, H., van der Geest, T., van der Goot, M., Hornikx, J., Jongenelen, M., & Kruikemeier, S. (2011). De rol van begrijpelijke taal in een digitale context - Ontwikkelingen op de domeinen Leven Lang Lereren, complexe financiële producten, bestuur en politiek, en gezondheid. *Tijdschrift voor taalbeheersing*, 33(3), 266–286. https://doi.org/10.5117/tvt2011.3.de_r410
- Hoeken, H., & Hustinx, L. (2002). De relatieve overtuigingskracht van anekdotische, statistische, causale en autoriteitsevidentie. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 24(3), 226-236.
- Hoeken, H., & Wijk, C. van (1997). De overtuigingskracht van anekdotische en statistische evidentie. *Taalbeheersing*, 19, 338-357
- van Hooijdonk, C., & Spooren, W. (2011). De rol van beeld in tekstverwerking - Een overzicht van bestaand onderzoek. *Tijdschrift voor taalbeheersing*, 33(3), 233–248. https://doi.org/10.5117/tvt2011.3.de_r412
- Hornikx, J., & Hoeken, H. (2007). Cultural Differences in the Persuasiveness of Evidence Types and Evidence Quality. *Communication Monographs*, 74(4), 443–463. <https://doi.org/10.1080/03637750701716578>
- Van den Hurk, J., Robijn, H., & Verhoeven, J. (2009). *Begrijpelijke Formulieren 2009. Onderzoek naar de gerealiseerde verbeteringen van overheidsformulieren met betrekking tot tijdsbesteding, foutenreductie en beleving*. Geraadpleegd van http://begrijpelijkeformulieren.org/sites/begrijpelijkeformulieren/files/Eindrapport_Begrijpelijke_Formulieren__def.pdf
- Jansen, C., & Lentz, L. (2008). Formulieren in Nederland. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 30, 288-306
- Jansen, C., & Steehouder, M. (1992). Forms as a Source of Communication Problems. *Journal of Technical Writing and Communication*, 22(2), 179–194. <https://doi.org/10.2190/ga16-7x9p-nrnn-r388>

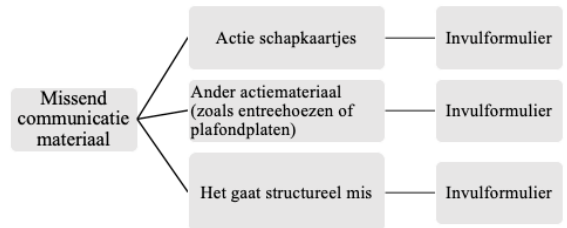
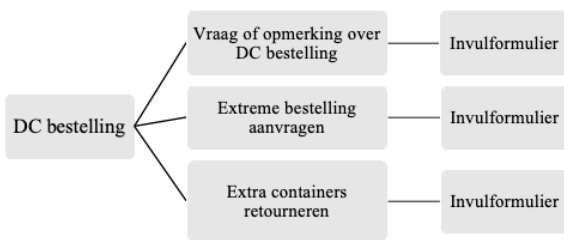
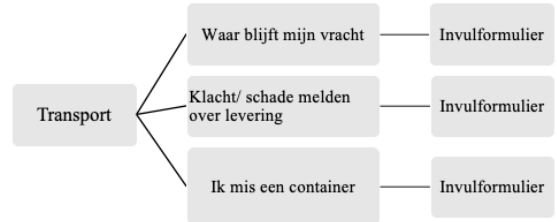
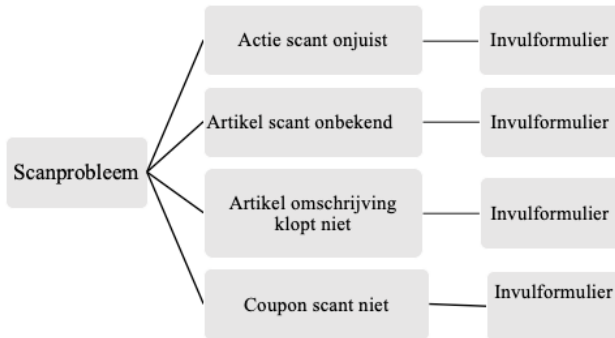
- Jansen, C., & Steehouder, M. F. (2001). How research can lead to better government forms. In D. Janssen & R. Neutelings (Eds.), *Reading and writing public documents: Problems, solutions and characteristics* (pp. 11–36). Amsterdam, the Netherlands: Benjamins
- Jansen, C., Steehouder, M., Edens, K., Mulder, J., Pander Maat, & H., Slot, P. (1989) *Formulierenwijzer. Handboek formulieren redigeren*. Den Haag.
- Jarrett, C., & Gaffney, G. (2009). *Forms that work: Designing Web forms for usability*. Morgan Kaufmann.
- Kang, M., & Sung, M. (2017). How symmetrical employee communication leads to employee engagement and positive employee communication behaviors. *Journal of Communication Management*, 21(1), 82–102. <https://doi.org/10.1108/jcom-04-2016-0026>
- Keil, L.J. (1991). Attitude Development. In: Husen, T. & Postlethwaite, T.N. (Eds), *The International Encyclopedia of Education*, 1. New York: Pergamon Press, 346-352.
- Koeleman, H. (2010). *Interne communicatie als managementinstrument* (3de editie). Culemborg, Nederland: Van Duuren Media.
- Liebrecht, C., & Sanders, J. (2013). Betrokken bladen - Een categorisatiemodel voor tekstuele betrokkenheidselementen in personeelsbladen. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 35(3), 207–225. <https://doi.org/10.5117/tvt2013.3.lieb>
- Lodhia, S. K. (2004). Corporate Environmental Reporting Media: A Case for the World Wide Web. *Electronic Green Journal*, 1(20). <https://doi.org/10.5070/g312010553>
- Loorbach, N., Karreman, J., & Steehouder, M. (2007). Adding motivational elements to an instruction manual for seniors: Effects on usability and motivation. *Technical communication*, 54(3), 343-358.
- Markus, M. L. (1994). Electronic Mail as the Medium of Managerial Choice. *Organization Science*, 5(4), 502–527. <https://doi.org/10.1287/orsc.5.4.502>
- Mayer, R. E. (2005). Cognitive theory of multimedia learning. *The Cambridge handbook of multimedia learning*, 41, 31-48.

- Ormandy, P. (2011). Defining information need in health - assimilating complex theories derived from information science. *Health Expectations*, 14(1), 92–104. <https://doi.org/10.1111/j.1369-7625.2010.00598.x>
- Paas, F., Renkl, A., & Sweller, J. (2003). Cognitive Load Theory and Instructional Design: Recent Developments. *Educational Psychologist*, 38(1), 1–4. https://doi.org/10.1207/s15326985ep3801_1
- Reese, D. D., Pawluk, D. T., & Taylor, C. R. (2016). Engaging Learners Through Rational Design of Multisensory Effects. In *Emotions, Technology, and Design* (pp. 103-127). Academic Press.
- Reijnders, E. (2006). *Basisboek Interne communicatie*. Assen, Nederland: Koninklijke Van Gorcum.
- Ridder, J.A. (2005). Doelen van interne communicatie: communicatiemanagement in communicatiewetenschappelijk perspectief. Amsterdam: Boom.
- Ridder, D., & Tummers, L. (2019). *Nudging: Makkelijke oplossingen voor moeilijke keuzes*. Prometheus.
- Rosenfeld, L. B., Richman, J. M., & May, S. K. (2004). Information adequacy, job satisfaction and organizational culture in a dispersed-network organization. *Journal of Applied Communication Research*, 32(1), 28–54. <https://doi.org/10.1080/0090988042000178112>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.55.1.68>
- Sheer, V. C. (2020). Media Richness Theory. *The International Encyclopedia of Media Psychology*, 1-14.
- Sweller, J., Van Merriënboer, J. J., & Paas, F. G. (1998). Cognitive architecture and instructional design. *Educational psychology review*, 10(3), 251-296.
- Vansteenkiste, M., & Soenens, B. (2015). Vitamines voor Groei: Ontwikkeling voeden vanuit de Zelf-Determinatie Theorie. Leuven, Belgium: Acco.
- Vuijk, W. (1996). Zicht op interne communicatie: de functionaliteit van teksten. (Dissertatie RU Groningen.)

- Welch, M. (2012). Appropriateness and acceptability: Employee perspectives of internal communication. *Public Relations Review*, 38(2), 246–254.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.12.017>
- Welch, M., & Jackson, P. R. (2007). Rethinking internal communication: a stakeholder approach. *Corporate Communications: An International Journal*, 12(2), 177–198.
<https://doi.org/10.1108/13563280710744847>
- Wester, F. & Peters, V. (2004). Kwalitatieve analyse. Uitgangspunten en procedures. Bussum: Coutinho.
- White, C., Vanc, A., & Stafford, G. (2010). Internal Communication, Information Satisfaction, and Sense of Community: The Effect of Personal Influence. *Journal of Public Relations Research*, 22(1), 65–84. <https://doi.org/10.1080/10627260903170985>

Bijlage

Bijlage 1 Stroomschema's huidige formulier



Bijlage 2 Interviewschema verkennende interviews

Algemeen

1. Bij welke Etos werk je?
2. Welke functie heb je binnen deze Etos?
3. Hoe lang werk je al voor de Etos?

Sam

Ik wil beginnen met enkele vragen over het stellen van Etos-gerelateerde vragen.

1. Er staat veel informatie op Sam. Heb je op Sam wel eens een vraag gezocht?
 - a. Welke informatie heb je toen gezocht op Sam?
 - b. Heb je antwoord gevonden op je vraag op Sam?
 - c. Hoe heb je naar informatie gezocht op Sam?
 - d. Heb je lang naar de informatie moeten zoeken?
 - e. Was je tevreden over de informatie die je vond?

Informatie vergaren

2. Heb je naast Questie wel eens op een andere manier een vraag gesteld aan het hoofdkantoor?
 - a. Om welke vraag ging dit?
 - b. Waarom heb je deze vraag op deze manier gesteld?
 - c. Heb je lang moeten wachten op een antwoord en was je tevreden met het gegeven antwoord?
3. Stel je Etos-gerelateerde vragen wel eens aan andere Etos-filiaal?
 - a. Om welke vraag ging dit?
 - b. Waarom heb je deze vraag aan een Etos-filiaal gesteld?

Questie

4. Stuur je vragen in via Questie?
5. Hoe vaak stuur je een vraag via Questie?
6. Kun je een voorbeeld geven van een vraag die je hebt ingestuurd via Questie?
 - a. Hoe heb je die vraag toen ingestuurd?
 - b. Hoe lang moest je toen wachten op een antwoord?
 - c. Was je tevreden over het gegeven antwoord?
7. Wat vind je fijn aan Questie? {doorvragen}
8. Wat vind je minder fijn aan Questie? {doorvragen}
9. Vind je dat je snel antwoord krijgt op je vraag?
 - a. Deze vraag kunnen ze alleen beantwoorden als er een lange responsetijd is: Ervaar je dit als een probleem? Wanneer is dit een probleem? Heb je veel urgente vragen?

Formulier

Ik zou nu graag enkele vragen willen stellen over het formulier dat je invult voordat je een vraag instuurt via Questie. Ik ga voor deze vragen mijn scherm delen zodat we naar het formulier kunnen kijken.

Begrijpelijkheid

10. Vind je dit formulier begrijpelijk?
 - a. Waarom wel/niet? Wat vind je duidelijk/ onduidelijk?
11. Vind je de taal die gebruikt wordt in het formulier makkelijk te begrijpen?
12. Snap je waar de verschillende categorieën voor staan?

Zou je voor mij per categorie willen uitleggen waar die voor staat?

- a. Zou je mij kunnen vertellen welke categorie je het begrijpelijkst vind en dan welke je iets minder begrijpelijk vind en zo alle categorieën af naar heel onbegrijpelijk?

b. Waarom vind je categorie X het duidelijkst?

c. Waarom vind je categorie X het onduidelijkst?

13. Kan je een categorie aangeven waarvan je het moeilijk vindt om te bedenken welke vragen hieronder vallen?

Motivatie

14. Als je een vraag wilt stellen via Questie en het formulier gaat invullen, vind je het dan belangrijk dat je de vraag in de juiste categorie plaatst?

a. Waarom wel/niet?

15. Neem je de tijd om een vraag aan de juiste categorieën te koppelen?

16. Vind je het vervelend om het formulier in te vullen?

a. Waarom wel/niet?

17. Wil je een vraag graag onder een van de categorieën plaatsen?

Categorie overig

18. Maak je in het formulier wel eens gebruik van de categorie 'overig'?

19. Hoeveel procent van je vragen worden geplaatst in de categorie 'overig'?

20. Waarom maak je gebruik van de categorie 'overig'?

21. Welke vraag plaats je bijvoorbeeld wel in een categorie?

22. Denk je dat wanneer het formulier anders ingedeeld wordt, je minder snel een vraag onder de categorie overig zou zetten?

23. Heb je zelf nog dingen die je kwijt wilt?

Bijlage 3 Transcripten verkennende interviews

Interview medewerker 1

Winkelmanager Etos-winkel

Leeftijd respondent: 32

Geslacht: vrouw

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum: 16 oktober 2020 om 15:00 uur

Duur: 15:08

Via Microsoft Teams

1 Algemeen

2 (I) Bij welke Etos werk je?

3 (R1) Ik werk in Etos Weesp.

4 (I) Welke functie heb je binnen deze Etos?

5 (R1) Ik ben winkelmanager.

6 (I) Hoe lang werk je al voor de Etos?

7 (R1) 41 jaar.

8 Vragen stellen

9 (I) Ik wil beginnen met enkele vragen over het stellen van Etos-gerelateerde vragen.

10 (I) Er staat veel informatie op Sam. Heb je op Sam wel eens een vraag gezocht?

11 (R1) Ja altijd. Ik kijk eerst of ik een antwoord op Sam kan vinden, kan ik een antwoord niet vinden dan
12 ga ik een Questie maken.

13 (I) Welke informatie heb je toen gezocht op Sam?

14 (R1) Over het nieuwe MyHR connect heb ik de laatste tijd gezocht, over automatische bestellen.

15 (I) Heb je antwoord gevonden op je vraag op Sam?

- 16 (R) Nee ik heb mijn antwoord niet gevonden op Sam. Dus toen heb ik een Questie aangemaakt.
- 17 (I) Heb je toen een antwoord gekregen via Questie?
- 18 (R1) Ik kreeg over het automatisch bestellen redelijk snel een antwoord maar vragen over HRconnect
19 staat nog open.
- 20 (I) Heb je naast Questie wel eens op een andere manier een vraag gesteld aan het hoofdkantoor?
- 21 (R1) Nee de vragen gaan niet via het hoofdkantoor, dat gaat allemaal via Questie. Of dat gaat via mijn
22 *operational manager*.
- 23 Oké dus dan zet je via je OM de vraag uit bij het hoofdkantoor?
- 24 (R1) Ja.
- 25 (I) Stel je Etos-gerelateerde vragen wel eens aan andere Etos-filiaalen?
- 26 (R1) Nee niet echt. Soms wil ik wel de mening weten van een ander Etos-filiaal. Hoe zij dat eigenlijk
27 doen.
- 28 (I) Dus dit zijn vragen over hun ervaring?
- 29 (R1) Ja.
- 30 (I) Was je tevreden met het gegeven antwoord?
- 31 (R1) Ja naja ik weet zelf ook veel. Dus ik ga zelf alles zoeken en probeer alles zelf uit, voordat ik echt
32 collega's ga aanspreken.
- 33 **Questie**
- 34 (I) Stuur je vragen in via Questie?
- 35 (R1) Ja.
- 36 (I) Hoe vaak stuur je een vraag via Questie?
- 37 (R1) Ik denk dat ik vier keer in de week een Questie maak. Ligt er net aan wat er allemaal speelt.
- 38 (I) Kun je een voorbeeld geven van een vraag die je hebt ingestuurd via Questie?

39 (R1) *gaat inloggen in Questie om haar ingezonden vragen op te zoeken*. Ik heb 2 weken geleden
40 gevraagd over de mondkapjes, daar zat de code 999 op (toelichting: dit is een foutcode dat het product
41 niet in het kassasysteem staat) dus toen heb ik gevraagd hoe dit kan. Daarover was geen informatie naar
42 de winkels toe gegaan.

43 (I) Heb je antwoord gekregen op deze vraag?

44 (R1) Ja ik kreeg terug: 'Bedankt voor je melding, hier komt vandaag of morgen een Sam bericht over'.
45 Maar daar zijn ze vrij laat mee met dat vermelden op Sam.

46 (I) Hoe lang moest je toen wachten op een antwoord?

47 (R1) Ik heb op deze Questie dezelfde dag antwoord gekregen.

48 (I) Was je tevreden over het gegeven antwoord?

49 (R1) Ik was wel tevreden maar ik vond het raar dat ze daar niet eerder op hebben gereageerd. Want als
50 je code 999 op je kassa hebt dan blokkeert de kassa en dan kan alleen een winkelmanager die weer
51 resetten. Als de kassa's die producten scant dan lopen ze vast. Dus daar hadden zij best iets eerder over
52 mogen informeren op Sam.

53 (I) Wat vind je fijn aan Questie?

54 (R1) Je krijgt wel direct antwoord en je kan de vraag heropenen. Dus je hoeft niet een nieuwe Questie
55 te maken. Iemand van het hoofdkantoor kan een antwoord geven en deze dan vervolgens open laten
56 staan of versturen naar de winkel en deze dan sluiten.

57 (I) Bedoel je dan dat wanneer een vraag gesloten is je hem weer opnieuw kan openen?

58 (R1) Ja als je niet tevreden bent of als je meer antwoorden wilt.

59 (I) Heb je vaak in eerste instantie een goed antwoord of moet je een vraag vaak heropenen?

60 (R1) Niet altijd, zoals bij die ene over het MyHR connect dan heb ik dus een open vraag en dan meld ik
61 nog een keer van 'hallo krijg ik nog een antwoord' en dan hoor je en dan zie je niks meer. En dan is het
62 dat je regelmatig informatie krijgt via Sam maar dat vind ik niet netjes, ze moeten wel altijd een
63 antwoord terug geven van wij zijn er mee bezig of zo of dat ze het terugkoppelen. Maar die staat dan
64 gewoon open.

65 (I) Dus je ziet liever dat ze dan wel iets sturen ook al hebben ze misschien nog geen definitief antwoord?

66 (R1) Ja dat zou fijn zijn. En ook dat ze hem op een gegeven moment sluiten want soms heb ik het
67 antwoord dan al en dat staat de vraag nog open.

68 (I) Wat vind je minder fijn aan Questie?

69 (R1) Dat ze direct antwoord moeten geven. En soms dan geef je een artikel door en dan geef je een
70 EAN-code en dan willen ze er meerdere. Dan schrijf ik een Questie over een heel assortiment en dan
71 geef ik een EAN-code en dan zeggen ze ja maar heb je dan nog meer EAN-codes? En dan denk ik ja je
72 ziet dat ik een vraag stel over het hele assortiment, van Devitamom bijvoorbeeld.

73 (I) Oké dus als ik je goed begrijp, alle artikelen van Devitamom scannen niet bijvoorbeeld en dan stuur
74 je van een product de EAN-code mee en dan willen ze van al die producten de EAN-code?

75 (R1) Ja.

76 (I) Wat vind je van de responsetijd?

77 (R1) Ja wel goed. Meestal krijg je altijd wel antwoord.

78 **Formulier**

79 (I) Ik zou nu graag enkele vragen willen stellen over het formulier dat je invult voordat je een vraag
80 instuurt via Questie. Ik ga voor deze vragen mijn scherm delen zodat we naar het formulier kunnen
81 kijken.

82 Begrijpelijkheid

83 (I) Vind je dit formulier begrijpelijk?

84 (R1) Ik vind het formulier wel begrijpelijk.

85 (I) Hoe gebruikt u het formulier?

86 (R1) Je gaat dus naar nieuwe vraag en dan kan je een keuze maken uit de schermproblemen, transport,
87 DC etc. dus dan ga je gericht daar naartoe en dan komt die eerder bij de afdeling. Of je gaat naar overige
88 als die niet onder een van die dingen kan. En dan schrijf je daar het onderwerp, je omschrijft het en dan
89 vul je het EAN-nummer in. Je kan ook een foto invoegen. Dus dat is makkelijk.

90 (I) Dus je vindt het formulier makkelijk in gebruik?

91 (R1) Ja ik vind het formulier makkelijk in gebruik

- 92 (I) Zijn de categorieën begrijpelijk voor je?
- 93 (R1) Ja en als die er niet bij zit dan wordt het overig he.
- 94 (I) Vind je de taal die gebruikt wordt in het formulier makkelijk te begrijpen?
- 95 (R1) Ja.
- 96 (I) Snap je waar de verschillende categorieën voor staan?
- 97 (R1) Ik neem aan voor de afdelingen. Dat je de vraag daar naartoe kan sturen.
- 98 (I) Weet je welke vraag je bij welke categorie je moet plaatsen?
- 99 (R1) Meestal wel.
- 100 (I) Zou je de categorieën kunnen rangschikken van heel begrijpelijk naar heel onbegrijpelijk?
- 101 (R1) Schermproblemen dat is als de codes niet scannen, het artikelnummer.
- 102 Transport: Misschien als je de vracht niet binnen krijgt.
- 103 DC-bestelling: gaat over je bestelling
- 104 Productkwaliteit: dat gaat over de kwaliteit van het product, als een klant het niet mee eens is.
- 105 HR: is alles van het personeel
- 106 Overig: Als die er niet bij zit.
- 107 (I) Kan je een categorie aangeven waarvan je het moeilijk vindt om te bedenken welke vragen hieronder
108 vallen?
- 109 (R1) Nee het is allemaal heel makkelijk in HR kun je via MyHR connect kun je alle gegevens over het
110 personeel vinden. Alle codes en personeelsnummer
- 111 Motivatie
- 112 (I) Vind je het belangrijk dat je de vraag in de juiste categorie plaatst?
- 113 (R1) Ja ik vind het wel belangrijk dat ik de vraag in de juiste categorie plaats.
- 114 (I) Waarom vind je dat belangrijk?
- 115 (R1) Ik neem aan dat het naar de betreffende afdeling gaat en het is ook makkelijker dat je ze dan meteen
116 de vraag door kunnen sturen.

- 117 (I) Neem je de tijd om een vraag aan de juiste categorie te koppelen?
- 118 (R1) Ja niet altijd. Als er een vraag is waarvan ik denk ja dit komt iedere keer terug dan denk ik laat
119 maar daar ga ik geen Questie voor aanmaken. Omdat ik denk ik heb ook niet alle tijd om een Questie te
120 maken. Je bent altijd maar met zijn tweeën in de winkel. Dan moet je het via de iPad doen in de winkel
121 en dan word je heel gauw afgeleid.
- 122 (I) Vind je het vervelend om het formulier in te vullen?
- 123 (R1) Nee vind ik niet vervelend.
- 124 (I) Wil je een vraag graag onder een van de categorieën plaatsen?
- 125 (R1) Ja dat vind ik wel goed om te doen.
- 126 **Categorie overig**
- 127 (I) Maak je in het formulier wel eens gebruik van de categorie 'overig'?
- 128 (R1) Ja als ik iets niet weet.
- 129 (I) Hoeveel procent van je vragen worden geplaatst in de categorie 'overig'?
- 130 (R1) Nou toch wel 30%.
- 131 (I) Waarom maak je gebruik van de categorie 'overig'?
- 132 (R1) Nou bijvoorbeeld ik heb vandaag een Questie gemaakt van pakketjes die blijven liggen van Etos
133 online. Dan moet ik een Questie maken en dan komen ze het pakketje ophalen en dat kan niet onder een
134 van de categorieën.
- 135 (I) Dus dat zijn onderwerpen die je niet onder een van de categorieën kan scharen?
- 136 (R1) Ja inderdaad. Ik plaats dat in de categorie overig omdat dit niet onder een van de categorieën kan

Interview medewerker 2

Winkelmanager Etos-eigen winkel

Leeftijd respondent: 38

Geslacht: vrouw

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum: 19 oktober 13:00

Duur: 25:35

Via Microsoft Teams

1 Algemeen

2 (I) Bij welke Etos werk je?

3 (R2) Ik werk in de Etos op de Haarlemmerdijk in Amsterdam.

4 (I) Welke functie heb je binnen deze Etos?

5 (R2) Winkelmanager

6 (I) Hoe lang werk je al voor de Etos?

7 (R2) 32 jaar al.

8 Vragen stellen

9 (I) Ik wil beginnen met enkele vragen over het stellen van Etos-gerelateerde vragen.

10 (I) Er staat veel informatie op Sam. Heb je op Sam wel eens een vraag gezocht?

11 (R2) Ja.

12 (I) Welke informatie heb je toen gezocht op Sam?

13 (R2) Nou van heel simpel tot complexe vragen. Toevallig heb ik laatst gezocht toen we net een nieuw
14 loonstrookje hadden en ik dacht misschien staat daar informatie over. Maar dat heb ik toen niet kunnen
15 vinden. Dus dan leg ik het weer naast mij neer. Het is niet zoals google dat hij alles vindt. Ik ben 52 en
16 ik heb daardoor eigenlijk die computer innovatie gemist, ik ben echt een doener. Ik weet met veel dingen
17 hoe ik het moet doen, ik probeer het en als het niet lukt dan parkeer ik het en dan vraag ik het een keer
18 aan een collega of zo. De zoekfunctie is voor mij niet optimaal. Maar dan vraag ik liever aan een collega

19 winkelmanager of zij weet waar het staat. En soms met deadlines bijvoorbeeld dan bellen we elkaar
20 even om te helpen herinneren dus je helpt elkaar ook wel daarmee. Maar er is heel veel informatie. En
21 het is wel lastig voor een werknemer dat hij die informatie allemaal moet opzoeken in zijn pauze, daar
22 moet eigenlijk iets op gevonden worden. Dus ik dacht misschien kan je dan samen even gaan zitten met
23 een iPad en de berichten doornemen. Maar dat zijn allemaal gedragsveranderingen die je er best moeilijk
24 doorheen krijgt.

25 (I) Kom dit dan denk je doordat er te veel informatie op Sam staat of omdat de informatie moeilijk te
26 vinden is?

27 (R2) Ik vind eigenlijk beide. Oude berichten mogen wat mij betreft weg, zodat het duidelijker is. En de
28 datum heel duidelijk en groot. En soms staan berichten er nog niet op, zoals over acties terwijl dat wel
29 hoort. Je merkt gewoon dat een iemand het doet en als die vrij is dan wordt het een dag later gedaan.

30 (I) Heb je naast Questie wel eens op een andere manier een vraag gesteld aan het hoofdkantoor?

31 (R2) Ik heb een vriendinnetje die in de ondernemingsraad zit. Met bepaalde issues doen we dat wel. Een
32 andere vriendin is winkelmanager op de Ferdinand Bolstraat, wij werken veel samen. Maar het is niet
33 zo dat ik met mijn vragen terecht kan direct bij het hoofdkantoor. Ik houd mij er wel aan hoe Etos het
34 wilt, omdat ik het anders niet correct vind. Ik houd mij gewoon aan de regels.

35 (I) Om welke vraag ging dit?

36 (R2) Aan dat vriendinnetje in de ondernemingsraad vraag ik vooral achtergrondzaken of
37 personeelszaken. Net iets meer wat er aan de hand is. Of over de rechten die ik heb of de werknemers.

38 **Questie**

39 (I) Stuur je vragen in via Questie?

40 (R2) Zeker.

41 (I) Hoe vaak stuur je een vraag via Questie?

42 (R2) Heel veel. Ik weet dat het heel belangrijk is, dus ook al heb ik geen zin dan doe ik het toch. Ik denk
43 dat ik wel twee Questies per werkdag stuur.

44 (I) Zijn dat dan niet altijd vragen die je zelf hebt maar ook opmerkingen waarvan je wilt weten of ze
45 daar wel actief mee bezig zijn?

46 (R2) Ja of een prijs dat niet klopt bijvoorbeeld. Het is heel vaak probleemoplossend. Heel vaak dingen
47 die niet kloppen, kaartjes die ontbreken.

48 (I) Kun je een voorbeeld geven van een vraag die je hebt ingestuurd via Questie?

49 (R2) Ik heb er net nog een gestuurd over de Stimerol als ik die scan geeft die puntjes aan dus dan is er
50 een korting op. En dan hebben wij hier weinig van verkocht maar ik weet dat deze volgende maand weer
51 in de aanbieding is, dus dan vraag ik mij af hoezo gaan we dat nu weer voor 70% afprijzen. Maar 3
52 minuten later staat er een lijst op Sam dat die in de sale komt. Dus eigenlijk ben ik dan te vroeg, maar
53 die lijst moet er eigenlijk op zaterdag al staan.

54 (I) Hoe lang moet je meestal wachten op een antwoord?

55 (R2) Ik moet lang wachten op een antwoord. Te lang vind ik. Je wilt natuurlijk altijd snel maar dat kan
56 niet. Ik denk dat ik heel vaak langer dan drie dagen moet wachten.

57 (I) Was je tevreden over het gegeven antwoord?

58 (R2) Nee ik ben niet altijd tevreden met het antwoord op Questie nee. Je hebt niet het idee dat er heel
59 veel kennis is. En als er iets fout gaat dan zeggen ze sorry terwijl het ons een halve dag werk kost. Te
60 makkelijk en continu staat er op Sam excuus, sorry, ja lekker, betaal maar uren. Dat maakt niet meer
61 zoveel goed. En iedereen maakt natuurlijk fouten dus ik weet niet hoe dat werkt.

62 (I) Hoe is je algemene mening over Questie?

63 (R2) Nee ik vind het wel minder. Ik vind de wachttijd langer en ik vind het wel heel fijn dat als er soms
64 iets is en dat ik dan gebeld word, dat is echt zalig.

65 (I) En je zei net dat het lijkt alsof er weinig kennis is op het hoofdkantoor, denk je dat er een verschil is
66 tussen de kennis die jullie in de winkel hebben en de kennis die er op hoofdkantoor is?

67 (R2) Ja natuurlijk. Ja dat is wel heel jammer, dat is echt al 30 jaar zo. Ik zou ook echt niet weten hoe dat
68 beter kan, of anders kan. Ja natuurlijk vind ik dat er een verschil in kennis is. Dat is gewoon een feit
69 geworden.

70 (I) Wat vind je fijn aan Questie?

71 (R2) Ik vind Questie niet fijn, daar ben ik heel eerlijk in. Ik zou veel liever persoonlijk contact hebben,
72 of via teams een vraag stellen, dat je iemand ziet. Ik vind het heel eenzijdig en ik denk dat het
73 hoofdkantoor het ook voor de winkel ervaart. Je hebt het tegen een computer niet meer tegen een mens.

74 Ik weet dat het niet anders meer kan maar ik vind het niet fijn. En ik doe het ook omdat dat vriendinnetje
75 die in de OR ook zegt je moet Questie blijven maken, anders doen ze er niks mee. Er moeten zoveel
76 Questies komen anders wordt er niks gedaan. Dat is ook heel frustrerend, dat je soms denkt ik heb iets
77 heel belangrijks en ik word niet gehoord.

78 (I) Deze vraag kunnen ze alleen beantwoorden als er een lange responsetijd is: Ervaar je dit als een
79 probleem? Wanneer is dit een probleem? Heb je veel urgente vragen?

80 (R2) Ja soms ervaar ik de responsetijd wel als een probleem. Als het bijvoorbeeld over klantvragen gaat.
81 Het kost geld en tijd. En ik wil daar graag nog aan toevoegen dat ergernis nummer 1 nu is dat je alle
82 EAN-codes moet invoeren op Questie. Dus dan vertel je een heel verhaal met je probleem en dan krijg
83 je alleen terug ik heb alle EAN-codes nodig. En dan begrijpen ze je eigenlijk je probleem niet. Soms
84 moet ik dan wel 10 EAN-codes meesturen.

85 **Formulier**

86 (I) Ik zou nu graag enkele vragen willen stellen over het formulier dat je invult voordat je een vraag
87 instuurt via Questie. Ik ga voor deze vragen mijn scherm delen zodat we naar het formulier kunnen
88 kijken.

89 Begrijpelijkheid

90 (I) Vind je dit formulier begrijpelijk?

91 (R2) Ja. Op zich wel.

92 (I) Waarom wel/niet? Wat vind je duidelijk/ onduidelijk?

93 (R2) Naja transport is alleen DC, bestelling gaat over je bestelling, productkwaliteit begrijp ik ook ja.
94 Het is niet heel moeilijk.

95 (I) Vind je de taal die gebruikt wordt in het formulier makkelijk te begrijpen?

96 (R2) Zeker.

97 (I) Snap je waar de verschillende categorieën voor staan?

98 (R2) Ja.

99 (I) Zou je voor mij per categorie willen uitleggen waar die voor staat?

100 (R2) Scanproblemen is bijvoorbeeld een product dat niet scant. Transport is bijvoorbeeld een
101 verandering in het lossen. Bestelling gaat over vragen rondom je bestelling. Productkwaliteit kan ik mij
102 voorstellen dat als er een klant is met een klacht over een product, wat niet helder is. HR zijn
103 personeelszaken, salaris, loon, arbeidsconflict wellicht. Overig is alles wat ik niet benoemd heb en
104 missend communicatiemateriaal is van de actie. Of schapkaarten die je niet bij een worp krijgt.

105 (I) Kan je een categorie aangeven waarvan je het moeilijk vindt om te bedenken welke vragen hieronder
106 vallen?

107 (R2) Nee maar ik moet wel zeggen dat ik snel voor overig ga. Misschien is dat ook wel laksheid hoor.

108 (I) Dus je maat in het formulier wel eens gebruik van de categorie 'overig'?

109 (R2) Ja best wel vaak eigenlijk.

110 (I) Hoeveel procent van je vragen worden geplaatst in de categorie 'overig'?

111 (R2) Ik denk dat ik 95% in de categorie over plaats.

112 (I) Waarom maak je gebruik van de categorie 'overig'?

113 (R2) Net wat ik zeg, ik denk dat het laksheid is. Ik heb laatst over HR een vraag bij die categorie
114 ingevuld. Dat ging over ziekte, of die het recht had om het uitbetaald te krijgen. Dat was eigenlijk een
115 vraag met iemand die een 2 uren contract heeft en hoe je die dan moet betalen. Maar dan moet je dat
116 *clamp id* invullen, dat is totaal overbodig en die informatie heb ik helemaal niet. Dus dan doen ik maar
117 10x 1 of zo. Dat heb ik dan een paar keer gehad dat het niet werkte en dan stop ik met het invullen onder
118 die categorie. Dan ga ik voor de categorie overig. Een keer en nooit meer, dan kost het te veel tijd. Er is
119 altijd tijd te kort.

120 Motivatie

121 (I) Als je een vraag wilt stellen via Questie en het formulier gaat invullen, vind je het dan belangrijk dat
122 je de vraag in de juiste categorie plaatst?

123 (R2) Ik denk toch dat het laksheid is. Misschien als ik weet dat mijn vraag sneller beantwoord wordt
124 misschien wel. Maar voor de rest nou niet echt.

125 (I) Neem je de tijd om een vraag aan de juiste categorieën te koppelen?

126 (R2) Nou ik denk dat als het niet gebeurt dat dat het probleem is. Dat je niet de tijd neemt. Wij doen ook
127 dingen te snel.

128 (I) Heb je zelf nog dingen die je kwijt wilt?

129 (R2) Ik denk dat het van twee kanten moet komen en dat je je wel gehoord moet voelen en dat het heel
130 frustrerend is als er niet genoeg Questies gemaakt worden dat er niks mee gedaan wordt. Er zijn altijd
131 maar een paar winkelmanagers die hun mond open doen, waardoor er te weinig Questies worden
132 aangemaakt. Terwijl ik wel weet dat andere winkels met dezelfde problemen kampen. Ik ben wel eens
133 benieuwd hoeveel winkels Questies maken. En ik wil wel eens weten met hoeveel vragen er niks wordt
134 gedaan omdat er te weinig Questies over worden aangemaakt

Interview medewerkers 3

Verkoopcoördinator Etos-eigen winkel

Leeftijd respondent: 54

Geslacht: vrouw

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum: 19 oktober 15:00

Duur: 12:56

Via Microsoft Teams

1 Algemeen

2 (I) Bij welke Etos werk je?

3 (R3) Ik werk in Heemstede.

4 (I) Welke functie heb je binnen deze Etos?

5 (R3) Ik ben verkoopcoördinator. De rechterhand van de winkelmanager.

6 (I) Hoe lang werk je al voor de Etos?

7 (R3) 17 jaar.

8 Vragen stellen

9 (I) Ik wil beginnen met enkele vragen over het stellen van Etos-gerelateerde vragen.

10 (I) Er staat veel informatie op Sam. Heb je op Sam wel eens een vraag gezocht?

11 (R3) Ja.

12 (I) Welke informatie heb je toen gezocht op Sam?

13 (R3) Voornamelijk heeft dit betrekking op actieartikelen. Of iets in de actie is bijvoorbeeld.

14 (I) Heb je antwoord gevonden op je vraag op Sam?

15 (R3) Nou soms vind ik de informatie niet op Sam. Soms krijg je met je zoekterm hele andere resultaten.

16 Je krijgt dan van alles maar niet wat je wilt.

- 17 (I) Heb je lang naar de informatie moeten zoeken?
- 18 (R3) Nee soms niet. Soms stuur ik dan gewoon een Questie van hoe zit dit. Maar soms is het ook heel
19 duidelijk maar soms kan ik het nergens vinden.
- 20 (I) Denk je dat dat ligt aan die zoektermen in Sam?
- 21 (R3) Ja dat klopt.
- 22 (I) Was je tevreden over de informatie die je vond?
- 23 (R3) Ja dat wel.
- 24 (I) Heb je naast Questie wel eens op een andere manier een vraag gesteld aan het hoofdkantoor?
- 25 (R3) Nee eigenlijk niet.
- 26 (I) Stel je Etos-gerelateerde vragen wel eens aan andere Etos-filialen?
- 27 (R3) Ja dat wel.
- 28 (I) Om welke vraag ging dit?
- 29 Ik heb wel contact met andere Etos-filialen dat je dan even belt of ze iets apart willen leggen voor een
30 klant.
- 31 **Questie**
- 32 (I) Stuur je vragen in via Questie?
- 33 (R3) Ja zeker.
- 34 (I) Hoe vaak stuur je een vraag via Questie?
- 35 (R3) Afgelopen tijd wat meer. Daarvoor af en toe, dit is ook vooral actie gerelateerd. Of over een
36 automatische bestelling. Ik denk dat ik ongeveer 2 keer per week gemiddeld een Questie stuur.
- 37 (I) Waarom was het afgelopen tijd meer?
- 38 (R3) Afgelopen tijd heeft te maken met een actie die niet geleverd was. En omdat er iets mis was gegaan
39 met het automatisch bestellen. En er waren bijvoorbeeld twee verschillende pamper acties.

- 40 (I) Hoe lang moest je toen wachten op een antwoord?
- 41 (R3) Soms gaat er wel een paar dagen overheen voordat je een antwoord krijgt, dat kan wel sneller.
- 42 (I) Was je tevreden over het gegeven antwoord?
- 43 (R3) Laatste tijd ben ik wel tevreden over de antwoorden in Questie. We hebben wel eens gehad dat je
44 een Questie stuurt en dat je dan iets terugkrijgt waarvan je denk wat moet ik hier nou weer mee. Maar
45 dat gaat de laatste tijd goed. Als je een antwoord krijgt is het wel een goed en duidelijk antwoord.
- 46 (I) Wat vind je fijn aan Questie?
- 47 (R3) Dat je alles wel kan vragen. Je krijgt overal wel antwoord op.
- 48 (I) Wat vind je minder fijn aan Questie?
- 49 (R3) Ik vind minder fijn aan Questie dat het lang duurt voordat je een antwoord hebt.
- 50 (I) Ervaar je dit als een probleem? Wanneer is dit een probleem? Heb je veel urgente vragen?
- 51 (R3) Ja zeker, dat ervaar ik wel als een probleem. Soms krijg ik een week later pas antwoord dat is
52 jammer want dan loopt een actie bijvoorbeeld al.
- 53 (I) Zitten er veel urgente vragen tussen je de Questies die je stuurt?
- 54 (R3) Ja het liefst zie ik een groot deel wel dezelfde dag of binnen een dag beantwoord worden. En dat
55 is natuurlijk lastig want ik denk ook wel dat er een hoop mailtjes binnenkomen.
- 56 **Formulier**
- 57 (I) Ik zou nu graag enkele vragen willen stellen over het formulier dat je invult voordat je een vraag
58 instuurt via Questie. Ik ga voor deze vragen mijn scherm delen zodat we naar het formulier kunnen
59 kijken.
- 60 Begrijpelijkheid
- 61 (I) Vind je dit formulier begrijpelijk?
- 62 (R3) Ja.
- 63 (I) Waarom wel?

- 64 (R3) Ik vind het formulier begrijpelijk omdat het duidelijk is wat het onderwerp is.
- 65 (I) Vind je de taal die gebruikt wordt in het formulier makkelijk te begrijpen?
- 66 (R3) Ja.
- 67 (I) Snap je waar de verschillende categorieën voor staan?
- 68 (R3) Ja ik vind het wel begrijpelijk waar de categorieën voor staan
- 69 (I) Zou je voor mij per categorie willen uitleggen waar die voor staat?
- 70 (R3) Transport is voor transportproblemen. Scanproblemen is als iets niet of onjuist scant. Transport is
71 voor het DC, waar je levering blijft of als je containers wilt terugsturen. DC-bestelling is denk ik over
72 je producten als je iets binnen hebt gekregen of iets niet. Productkwaliteit spreekt voor zich. HR is alleen
73 voor de winkelmanager en ik pak meestal eigenlijk overig omdat het daar meestal over gaat.
- 74 (I) Hoeveel procent van je vragen worden geplaatst in de categorie 'overig'?
- 75 (R3) Ik denk dat ik wel 95% in de categorie overig plaats
- 76 (I) Waarom maak je gebruik van de categorie 'overig'?
- 77 (R3) Ik plaats mijn vragen in overig omdat de vragen eigenlijk niet onder die andere categorieën vallen.
78 Soms zijn vragen wel te specifiek om daar onder te kunnen plaatsen.
- 79 (I) Denk je dat dit formulier anders ingedeeld zou kunnen worden en dat je een vraag dan minder vaak
80 in overig hoeft te plaatsen?
- 81 (R3) Ik denk dat je een kopje 'actie' zou kunnen maken. Want er zijn vaak een hoop problemen bij de
82 acties. Dat het niet scant of raar vermeld staat in de folder of dat je iets mist. Dan zou ik ook veel van
83 mijn vragen daarin kunnen plaatsen. Hij kan ook in overig maar dan ook onder actie, misschien dat die
84 dan ook eerder terecht komt bij iemand die daarover gaat.
- 85 Motivatie
- 86 (I) Als je een vraag wilt stellen via Questie en het formulier gaat invullen, vind je het dan belangrijk dat
87 je de vraag in de juiste categorie plaatst?

- 88 (R3) Nee ik vind het niet echt belangrijk dat ik mijn vraag onder de juiste categorie plaats maar
89 misschien dat het dan wel eerder bij de juiste persoon komt waardoor je eerder antwoord hebt.
- 90 (I) Neem je de tijd om een vraag aan de juiste categorieën te koppelen?
- 91 (R3) Ja ik neem wel de tijd om het formulier in te vullen, dat wel. Als het zou kunnen zou ik een vraag
92 wel onder de juiste categorie plaatsen, omdat ik denk dat die dan bij de juiste persoon terecht komt. Mijn
93 winkelmanager geeft ook aan dat de HR vragen lastig zijn. Het systeem is een groot vraagteken en als
94 je daar een vraag over hebt dan duurt het lang tot je antwoord hebt en is ook lastig te stellen vind ik.
95 Dus dat kopje onder HR is niet duidelijk.
- 96 (I) Heb je zelf nog dingen die je kwijt wilt?
- 97 (R3) Ik heb niet specifiek dingen waarvan ik denk hoe moet ik dat doen.

Interview 4 medewerkers

Winkelmanager Etos-eigen winkel

Leeftijd: 45

Geslacht: vrouw

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum: 27 oktober 2020 om 14:00

Duur: 24:02

Via Microsoft Teams

1 Algemeen

2 (I) Bij welke Etos werk je?

3 (R4) Bij Almelo en ik heb een koppelwinkel in Rijssen.

4 (I) Welke functie heb je binnen deze Etos?

5 (R4) Ik ben winkelmanager.

6 (I) Hoe lang werk je al voor de Etos?

7 (R4) 17 jaar.

8 Vragen stellen

9 (I) Ik wil beginnen met enkele vragen over het stellen van Etos-gerelateerde vragen.

10 (I) Er staat veel informatie op Sam. Heb je op Sam wel eens een vraag gezocht?

11 (R4) Ja regelmatig.

12 (I) Welke informatie heb je toen gezocht op Sam?

13 (R4) Dat is heel breed. Even naar de nieuwe folder kijken en hoe zat de leverbaarheid of wat moesten wij afprijzen. Of nieuwe informatie of worp.

15 (I) Heb je antwoord gevonden op je vraag op Sam?

16 (R4) Meestal vind ik wel mijn antwoord op Sam. En als het niet lukt dat probeer ik het eerst bij een
17 collega en daarna maak ik een Questie aan.

18 (I) Heb je lang naar de informatie moeten zoeken?

19 (R4) Nou als ik op home in de zoekbalk op Sam met een zoekterm waarvan ik denk dat het de meeste
20 raakvlakken heeft met het bericht dan lukt het vaak wel.

21 (I) Was je tevreden over de informatie die je vond?

22 (R4) Ja meestal ben ik wel tevreden over de informatie op Sam. Het is niet altijd compleet. Maar dat
23 blijkt dan pas in de winkel, dan lijkt het vanuit een andere positie compleet genoeg en als mensen dan
24 een Questie maken dan wordt het bericht aangepast.

25 (I) Dus daar zit verschil in welke informatie jullie nodig hebben en welke informatie gegeven wordt?

26 (R4) Ja precies.

27 (I) Waardoor denk je dat dat komt?

28 (R4) Ik denk dat ieder zijn vak heeft. Wij zijn wat praktischer ingesteld op de winkelvloer. Vooral als
29 het mensen zijn die niet eerder op de winkelvloer hebben gestaan dat die er heel anders tegenaan kijken.

30 (I) Heb je naast Questie wel eens op een andere manier een vraag gesteld aan het hoofdkantoor?

31 (R4) Ja soms dan stuur ik wel een mailtje, die e-mailadressen zijn natuurlijk heel makkelijk te
32 achterhalen want het is je naam. Dan heb ik ook wel eens teruggekregen dat dat niet de manier was en
33 dat ik een Questie moet aanmaken. Of ik schiet het aan via mijn OM.

34 (I) Stel je Etos-gerelateerde vragen wel eens aan andere Etos-filialen?

35 (R4) Ja ik heb contact met andere Etos-filialen. We hebben een groep-app met mijn cluster maar dat is
36 wel een groot gebied en we hebben ook nog een groep chat met alleen Twente. Dus ik probeer soms
37 snel even met hun te schakelen. En als het iets is wat ons allemaal betreft dan gooi ik het in de
38 winkelmanagers groeps-app.

39 (I) Om welke vraag ging dit bijvoorbeeld?

40 (R4) Soms van die dingen als hadden jullie dat ook? Er was bijvoorbeeld een taakbericht over het
41 bestellen van extra Covid beschermmateriaal maar ik zag dat bericht thuis maar daarna niet meer toen

42 ik in de winkel kwam en dan stuur ik even kunnen jullie het bericht nog wel zien. Of van die dingen als
43 wat vinden jullie hier of hiervan of lees ik dit wel goed. Dus dan schakelen wij even snel met elkaar.
44 Dus dat contact is dan iets sneller.

45 **Questie**

46 (I) Stuur je vragen in via Questie?

47 (R4) Ja regelmatig.

48 (I) Hoe vaak stuur je een vraag via Questie?

49 (R4) De afgelopen tijd best veel, je ziet vooral in de eerste actieweek een piek. Dus bijvoorbeeld een
50 artikel die dan niet goed scant. Soms doe ik ook wel alle Questies in een week, die ik dan achter elkaar
51 maak. Ik denk dat ik gemiddeld 11 keer per week een Questie stuur.

52 (I) Heb je vaak dat je een Questie aanmaakt omdat je een probleem wilt vermelden of zijn het ook wel
53 vaak vragen die je stelt?

54 (R4) Beide, meestal is het een vraag. Maar het zijn ook wel vaak opmerkingen over bijvoorbeeld
55 actiekaartjes of mondkapjes bijvoorbeeld. Dat gaat dan niet zoals we het willen en dan geef ik daar een
56 opmerking over.

57 (I) Heb je het idee dat er iets gedaan wordt met de opmerkingen die je stuurt via Questie?

58 (R4) Nou laatste tijd wel meer. Ik heb een enorme irritatieperiode gehad. Vaak werden er dan links naar
59 Sam gestuurd als antwoord of ik had het gevoel alsof het een automatische reply was die ik kreeg. En
60 dat ik dan denk heb je mijn vraag wel gelezen, dan wordt er heel snel over je vraag heen gelezen omdat
61 ze waarschijnlijk 100 dezelfde kregen en dachten daar heb ik er weer een. En dan moest er weer een
62 extra Questie overheen en als dat niet werkt dan stuur ik het naar de OM.

63 (I) Heeft de OM voor je gevoel daarin meer invloed?

64 (R4) Ja en die weet misschien ook wel welke manager daar weer verantwoordelijk voor is.

65 (I) Kun je een voorbeeld geven van een vraag die je hebt ingestuurd via Questie?

66 (R4) Ik had bijvoorbeeld gevraagd of er al een uitvalschema is voor de vracht in december. Of ik had
67 gevraagd waarom ik nog geen extra verpakkingsmateriaal had ontvangen.

- 68 (I) Hoe lang moest je toen wachten op een antwoord?
- 69 (R4) Meestal krijg je redelijk snel een antwoord. Maar soms ook niet, ik heb er eentje nog openstaan
70 van begin september. Over het algemeen heb ik binnen twee dagen reactie.
- 71 (I) Is dat snel genoeg?
- 72 (R4) Ik vind het lastig als het een klantvraag is. Ik vind dat dit in deze tijd sneller moet kunnen. En
73 vroeger hadden we een winkelservice desk en die kon je gewoon bellen en dan had je binnen 5 minuten
74 een antwoord. Ik vond het naar de klant toe heel fijn dat je dat direct kon oppakken en meteen een
75 antwoord had.
- 76 (I) Komt het vaak voor dat je een urgente vraag hebt?
- 77 (R4) Ja. Dat komt wel vaak voor. En dan sta je met een klant heel knullig te doen en dan denk ik we zijn
78 zo een groot en professioneel bedrijf en dat voelt dan niet professioneel genoeg.
- 79 (I) Wat vind je minder fijn aan Questie?
- 80 (R4) Ik vind Questie veel tijd kosten. Het kan tegenwoordig op een tablet in de winkel maar dat vind ik
81 niet netjes tegenover een klant. Alsof je daar drukker mee bent dan met je klant. En je moet het heel
82 compleet aanleveren, als je een EAN-nummertje vergeet dan krijg je hem weer terug. En soms denk ik
83 dan je weet toch zelf ook wel dat ik dat artikel bedoel. Bijvoorbeeld nu met de actie voor Uggs sloffen,
84 die verkopen we nooit. Dan moet ik het nog een keer helemaal opnieuw doen. Voordat je het goed en
85 wel allemaal hebt uitgetypt duurt dat best wel lang.
- 86 (I) Ervaar je dit als een probleem?
- 87 (R4) Nee meestal niet. Over het algemeen zijn het voornamelijk winkel en procesgerichte vragen denk
88 ik wel, die wel eventjes kunnen wachten.
- 89 **Formulier**
- 90 (I) Ik zou nu graag enkele vragen willen stellen over het formulier dat je invult voordat je een vraag
91 instuurt via Questie. Ik ga voor deze vragen mijn scherm delen zodat we naar het formulier kunnen
92 kijken.
- 93 Begrijpelijkheid
- 94 (I) Vind je dit formulier begrijpelijk?

- 95 (R4) Ja ik vind het formulier begrijpelijk al vul ik het meeste in bij overig.
- 96 (I) Hoeveel van de vragen vul je in bij overig denk je?
- 97 (R4) Ik denk dat ik zeker 80% in de categorie overig invul.
- 98 (I) Wat is daar de oorzaak van?
- 99 (R4) Ik plaats vragen in overig omdat deze dan niet bij een van de andere categorieën past. Er is geen
100 flexibiliteit in die topics. Het formulier sluit niet aan met de onderwerpen die ik heb.
- 101 (I) Je kan hem dan vaak niet plaatsen onder een van de topics?
- 102 (R4) Nee.
- 103 (I) Vind je de taal die gebruikt wordt in het formulier makkelijk te begrijpen?
- 104 (R4) Ja.
- 105 (I) Snap je waar de verschillende categorieën voor staan?
- 106 (R4) Ja.
- 107 (I) Zou je voor mij per categorie willen uitleggen waar die voor staat?
- 108 (R4) Scanprobleem is als een artikel onbekend scant of niet scant of geen actie volgens mij scant.
109 Transport gaat over je levertijden en of je extra containers mee wilt geven geloof ik ook. DC-bestelling
110 over een extreme bestelling doen. Productkwaliteit over productkwaliteit dus als producten onder de
111 norm zijn. HR die gebruik ik heel weinig, meestal mail ik direct naar Jampact. Overig al het overig en
112 missend communicatiemateriaal als je actie kaartjes of actiemateriaal of iets mist wat je had moeten
113 hebben. Komt ook niet vaak voor.
- 114 (I) Ik kan mij voorstellen dat je een vraag wel onder een van deze categorieën zou kunnen plaatsen die
115 je in overig hebt gezet, wat houdt je tegen om dat te doen?
- 116 (R4) Dan denk ik toch als ik het scherm open dat het niet klopt met wat ik wil aangeven.
- 117 (I) Waardoor komt dat?
- 118 (R4) Het formulier sluit niet aan met de onderwerpen die ik heb.

119 (I) Kan je een categorie aangeven waarvan je het moeilijk vindt om te bedenken welke vragen hieronder
120 vallen?

121 (R4) Nee.

122 Motivatie

123 (I) Als je een vraag wilt stellen via Questie en het formulier gaat invullen, vind je het dan belangrijk dat
124 je de vraag in de juiste categorie plaatst?

125 (R4) Nou voor mij is het niet zo belangrijk om mijn vraag onder een categorie te zetten, maar ik kan mij
126 voorstellen dat het voor degene die het gaat beantwoorden handig is. Maar als ik alleen het kopje overig
127 zou hebben is het voor mij ook prima.

128 (I) Neem je de tijd om een vraag aan de juiste categorieën te koppelen?

129 (R4) Ja ik neem wel de tijd om het formulier in te vullen, die vul ik wel compleet in.

130 (I) Vind je het vervelend om het formulier in te vullen?

131 (R4) Nou soms ben ik liever met andere dingen bezig, maar als ik een antwoord wil dat moet ik het toch
132 doen.

133 (I) Denk je dat wanneer het formulier anders ingedeeld word je minder snel een vraag onder de categorie
134 overig zou zetten?

135 (R4) Ja als je te veel categorieën gaat aanbieden moet je ook weer zo gaan zoeken. Ik zou een button
136 persoonlijk handiger vinden. Maar ik begrijp dat dat niet handig is. Maar hoe meer ik moet gaan zoeken
137 hoe onhandiger ik het vind ik wil het vooral snel kunnen doen.

138 (I) Heb je zelf nog dingen die je kwijt wilt?

139 (R4) Nou het is wel eens makkelijk want alleen de WWM en de VC kunnen een Questie aanmaken en
140 ik kan wel een verkoper autoriseren om er een aan te maken of om het antwoord te kunnen zien. Dus ik
141 moet altijd controleren of we al iets terug hebben. Dus het is heel veel werk en ik ben er op mijn vrije
142 dag ook mee bezig want er is niet altijd een WWM aanwezig. En dat er dan een pop-up komt op de
143 tablet of zo dat er een reactie is.

144 En mijn tip naar het team van Questie zou zijn dat ze goed de vraag lezen, vaak lijkt het op een eerdere
145 vraag maar vaak vragen wij verduidelijking over een bericht. En dan krijgen we alleen dat bericht terug.

Interview medewerker 5

Winkelmanager Etos-eigen winkel

Leeftijd respondent: 48

Geslacht: vrouw

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum: 27 oktober 2020 15:30

Duur: 13:05

Via Microsoft Teams

1 Algemeen

2 (I) Bij welke Etos werk je?

3 (R5) Ik werk bij de Jodenbree in Amsterdam.

4 (I) Welke functie heb je binnen deze Etos?

5 (R5) Winkelmanager

6 (I) Hoe lang werk je al voor de Etos?

7 (R5) 16 jaar

8 Vragen stellen

9 (I) Ik wil beginnen met enkele vragen over het stellen van Etos-gerelateerde vragen.

10 (I) Er staat veel informatie op Sam. Heb je op Sam wel eens een vraag gezocht?

11 (R5) Ja.

12 (I) Welke informatie heb je toen gezocht op Sam?

13 (R5) Genoeg. Dat kan over worpen gaan, over materialen in een winkel, over het heel reilen en zeilen
14 van een winkel eigenlijk. Voordat ik een Questie stuur, zoek ik op Sam.

15 (I) Heb je antwoord gevonden op je vraag op Sam?

16 (R5) Nee. Ik kan mijn antwoord lang niet altijd vinden op Sam, vaak stuur ik toch wel een Questie. En
17 dan krijg je weer een antwoord terug van het stond daar en daar op Sam en dan kunnen wij dus niks
18 vinden. Ik denk dat ik de helft van mijn vragen niet kan vinden op Sam.

19 (I) Heb je naast Questie wel eens op een andere manier een vraag gesteld aan het hoofdkantoor?

20 (R5) Ja in principe zoek je wel de mensen op. En soms krijg je dan een mailtje terug als reactie en dan
21 ga je daarop door via de mail. Ik zou de afdelingen nooit direct mailen.

22 (I) Stel je Etos-gerelateerde vragen wel eens aan andere Etos-filialen?

23 (R5) Ja. Ik stel wel dagelijks vragen aan Etos-filialen.

24 (I) Om welke vraag ging dit?

25 (R5) Veel winkel gerelateerd, zoals personeelszaken, bezettingen, procedures.

26 (I) Waarom heb je deze vraag aan Etos-filiaal gesteld?

27 (R5) Nou ik zou nooit een Questie aanmaken als ik dit ook aan een andere winkel kan vragen. Het is
28 fijn dat Questie er is, maar ik mis wel een telefoon. Vroeger kon je gewoon bellen en had elke afdeling
29 een telefoonnummer. En nu praat je tegen een computer en dan krijg je een antwoord terug waarvan ik
30 denk heb je dat wel gelezen. Het duurt mij te lang en het is te onpersoonlijk. Ik mis het contact echt met
31 de afdelingen. Je kan niet meer bellen op een moment dat het jou uitkomt. En je weet dat een antwoord
32 een week of twee weken kan duren. En als je dan een telefoontje krijgt van iemand en je bent er even
33 niet dan is het meteen weer van de baan. Daar loop ik wel tegenaan.

34 (I) Je zei net dat je wel het idee hebt dat ze met je Questie aan de slag gaan, is het vertrouwen er nog
35 wel?

36 (R5) Ja zeker, ik ben niet de enige die een Questie stuurt dus zij zien soms door de bomen ook het bos
37 niet meer. Ik weet niet hoe het eruit ziet aan de achterkant. Dat is wel frustrerend.

38 **Questie**

39 (I) Was je tevreden over het gegeven antwoord?

40 (R5) Ja wel. We komen uiteindelijk wel tot een oplossing.

41 Formulier

42 (I) Ik zou nu graag enkele vragen willen stellen over het formulier dat je invult voordat je een vraag
43 instuurt via Questie. Ik ga voor deze vragen mijn scherm delen zodat we naar het formulier kunnen
44 kijken.

45 Begrijpelijkheid

46 (I) Vind je dit formulier begrijpelijk?

47 (R5) Ja zeker.

48 (I) Waarom wel?

49 (R5) Ik vind het formulier begrijpelijk, omdat ik snap waar de onderwerpen voor staan.

50 (I) Vind je de taal die gebruikt wordt in het formulier makkelijk te begrijpen?

51 (R5) Ja.

52 (I) Snap je waar de verschillende categorieën voor staan?

53 (R5) Ja dat snap ik.

54 (I) Zou je voor mij per categorie willen uitleggen waar die voor staat?

55 (R5) Scanprobleem is bijvoorbeeld als een product niet scanbaar is. Dan stuur je de EAN op en dan
56 zorgen zij ervoor dat die weer scanbaar wordt. Transport is bijvoorbeeld als een vracht te laat is, als je
57 een container mist of iets anders over je vracht, als je dat bij overig doet gaat daar heel veel tijd overheen.
58 Dus je kan dat beter daar zetten. DC-bestelling is als er iets afwijkt of als er mega veel besteld is. Dat je
59 zegt van he waar komt dit vandaan. Productkwaliteit is stel dat er een klant terugkomt met een product
60 met slechte kwaliteit. HR over alles met salaris en personeel. Missend communicatiemateriaal nou die
61 zegt het al, als je geen actiekaartjes hebt gekregen of iets dergelijks. En overig gaat over de rest en die
62 gebruik ik wel het meest.

63 (I) Hoeveel procent van je vragen worden geplaatst in de categorie 'overig'?

64 (R5) Ik denk dat ik wel 80% in de categorie overig plaats, dat is wel erg he.

65 (I) Waarom maak je gebruik van de categorie 'overig'?

66 (R5) Ik plaats veel vragen in de categorie over, er zijn toch veel vragen die niet tussen een van die
67 onderwerpen staat.

- 68 (I) Kan je een categorie aangeven waarvan je het moeilijk vindt om te bedenken welke vragen
69 hieronder vallen?
- 70 (R5) Nee eigenlijk niet.
- 71 Motivatie
- 72 (I) Als je een vraag wilt stellen via Questie en het formulier gaat invullen, vind je het dan belangrijk dat
73 je de vraag in de juiste categorie plaatst?
- 74 (R5) Ja eigenlijk wel, Van de categorie 'overig' baal ik altijd een beetje. Overig is altijd een beetje een
75 slap aftreksel van iets en dat duurt ook het langst dan moeten de mensen die erachter zitten de juiste
76 afdeling zoeken
- 77 (R5) Terwijl als je bijvoorbeeld transport invoert krijg je direct transport. Dus eigenlijk zouden er
78 meer kopjes onder moeten staan. Maar welke kopjes dat zouden moeten zijn daar moet ik even over
79 nadenken.
- 80 (I) Maar je zou eigenlijk wel graag je vragen onder een van de categorieën plaatsen maar het sluit niet
81 altijd aan op je vraag?
- 82 (R5) Nee precies.
- 83 (I) Neem je de tijd om een vraag aan de juiste categorieën te koppelen?
- 84 (R5) Ja zeker. Ik neem altijd de tijd om het formulier in te vullen.
- 85 (I) Vind je het vervelend om het formulier in te vullen?
- 86 (R5) Nee hoor het is zo gebeurt. Het enige vervelende vind ik bijvoorbeeld bij HR dat bij een nieuwe
87 medewerker die je moet inschrijven of waarbij de loonheffing niet goed gaat, dan moet je een *global id*
88 invullen en dat balkje is dan verplicht om in te vullen. Die heb je dan nog niet. Dan blijf je al hangen op
89 je vraag, dat gaat dus niet.
- 90 (I) Denk je dat wanneer het formulier anders ingedeeld wordt je minder snel een vraag onder de categorie
91 overig zou zetten?
- 92 (R5) Ja dat denk ik wel. Ik zou mijn vragen vaker onder een categorie plaatsen wanneer er meerdere
93 kopjes zouden zijn.
- 94 (I) Heb je zelf nog dingen die je kwijt wilt?
- 95 (R5) Nee. We hebben alles besproken denk ik.

Interview medewerker 6

Franchiseondernemer

Leeftijd respondent: 36

Geslacht: vrouw

Interviewer: Danique Menger

Datum: 2 november 2020 11:00

Duur: 17:24

Via Microsoft Teams

1 Algemeen

2 (I) Bij welke Etos werk je?

3 (R6) Etos Jan van Galenstraat Amsterdam.

4 (I) Welke functie heb je binnen deze Etos?

5 (R6) Franchiseneemster

6 (I) Hoe lang werk je al voor de Etos?

7 (R6) 26 jaar. Ik heb 26 jaar een eigen winkel.

8 Vragen stellen

9 (I) Ik wil beginnen met enkele vragen over het stellen van Etos-gerelateerde vragen.

10 (I) Er staat veel informatie op Sam. Heb je op Sam wel eens een vraag gezocht?

11 (R6) Ja.

12 (I) Welke informatie heb je toen gezocht op Sam?

13 (R6) Ja. Wat ik het meest gebruik is eigenlijk de informatie die via de taakberichten binnenkomt. Daar
14 zet ik wel eens een bericht op in behandeling. Maar ik vind dat Etos te vroeg communiceert ten opzichte
15 van de tijd waarop het onderwerp speelt. Dan ben ik het vergeten en moet ik vaak terugzoeken. Dus dat
16 gebruik ik eigenlijk het meest om het te checken.

17 (I) Kan je antwoord vinden op Sam?

18 (R6) Ik vind dat een lastige vraag. Ik zit al best wel lang bij Etos dus de basics weet ik eigenlijk al. Ik
19 denk dat als je net begint en je gaat zoeken naar informatie dat je meeste vragen wel beantwoord zullen
20 worden. Zoals: ‘welk formulier moet je waarvoor gebruiken?’ Maar probleemoplossende dingen die
21 echt inhoudelijk zijn per winkel, dat niet. Laat ik zeggen 50/50. Ik kan wel eens wat vinden maar niet
22 altijd.

23 (I) Heb je lang naar de informatie moeten zoeken?

24 (R6) Ja dat vind ik wel. Omdat je informatie moet terugzoeken en er zijn zoveel categorieën. Ik weet
25 soms niet onder welke rubriek ik het moet zoeken. Ik denk dan dat ik soms sneller ben als ik een Questie
26 stuur dan dat ik ga zoeken. Soms heb ik de tijd om het wel te doen en dan soms raak ik gefrustreerd en
27 maak ik alsnog een Questie of ik vind het maar dan heeft het mij veel tijd gekost.

28 (I) Was je tevreden over de informatie die je vond?

29 (R6) Ja *met veel twijfel*

30 (I) Heb je naast Questie wel eens op een andere manier een vraag gesteld aan het hoofdkantoor?

31 (R6) De mogelijkheid tot contact met het hoofdkantoor is er bijna niet, maar ik doe heel veel via onze
32 groepsapp van franchisenemers. In de hoop dat andere franchisenemers een antwoord heeft. En daar
33 zitten ook twee mensen van Etos in, dat gaat vele malen sneller. Dus ik moet je heel eerlijk zeggen, ik
34 weet dat we Questies moeten maken en ik ben ook wel iemand die dat regelmatig doet, maar ik vind het
35 sneller om met zo een app te werken. En veel mensen op het hoofdkantoor... Ik weet niet of de mensen
36 op hoofdkantoor winkelervaring hebben maar ik heb gevoel alsof die heel ver weg staan van de praktijk.
37 In de app zitten mensen die op de werkvloer zitten en die hebben het al ervaren en die weten het al. Die
38 weten het vaak sneller dan dat het hoofdkantoor het weet.

39 (I) Merk je een verschil in kennis tussen de winkels en het hoofdkantoor?

40 (R6) Ja. Ik denk dat Questie niet functioneert puur door kennis of door communicatie. Dus of wij stellen
41 de vragen niet duidelijk genoeg of zij interpreteren de vraag niet. Maar ik krijg echt soms wel eens
42 antwoord dat ik denk nou hier kan ik echt niks mee. Die zet ik ook door naar mijn *operational manager*,
43 of hij het wel begrijpt en om aan te geven dat het antwoord niet goed is. Daar kan je niks mee.

44 (I) Wat voor vragen stel je vooral in de WhatsApp groep?

45 (R6) Heel inhoudelijk. Heeft iemand ook het probleem met het opbouwen van een desinfectie standaard
46 en hoe hebben jullie dat gefixt of hebben jullie gezien dat de besteladviezen gigantische hoog zijn en

47 heeft iedereen hier last van en wat kunnen we daaraan doen. En dan leest Etos meteen mee en die kunnen
48 dat op hun manier doorsluizen naar de betrokkenen. Als ik dat via Questie doe, over bijvoorbeeld de
49 besteladviezen dan krijg ik het antwoord dat Ros het op een bepaalde manier berekent. Maar ik vind die
50 adviezen te hoog en vraag of ze daar iets aan kunnen doen. En dan krijg ik alleen een antwoord van het
51 zit zo en daar moet je het mee doen. Dus zij werken eigenlijk vanuit een script heb ik het gevoel.

52 **Questie**

53 (I) Stuur je vragen in via Questie?

54 (R6) Ik stuur wel vragen in.

55 (I) Hoe vaak stuur je een vraag via Questie?

56 (R6) Ik stuur bijna elke dag een Questie.

57 (I) Kun je een voorbeeld geven van een vraag die je hebt ingestuurd via Questie?

58 (R6) Bijvoorbeeld een actie scant niet of de communicatie op een actiekaart is verkeerd. Of wat de
59 inkooprijzen zijn van de mondkapjes.

60 (I) Heb je lang op een antwoord moeten wachten?

61 (R6) Ja tamelijk, het gebeurt zelden dat je dezelfde dag een antwoord hebt.

62 (I) Wat vind je fijn aan Questie?

63 (R6) Het enige dat handig is als je echt iets wilt terugkijken, het is een verslaglegging dat je iets hebt
64 gezegd en hebt doorgegeven. Nou weet je, eigenlijk heel eerlijk vind ik niks goed aan Questie. Ik vind
65 het een omslachtig systeem en het werkt niet goed op de iPad. Ik vind het niet een handig systeem. Je
66 bent ook heel lang bezig met het formuleren van je vraag. Je wilt dan teveel in een zin zeggen en dan
67 snappen zij het niet. Ik vind het ook niet snel gaan.

68 (I) Wat vind je minder fijn aan Questie?

69 (R6) Al die rubrieken die ze aangeven hoeven ze van mij niet te doen, niemand gebruikt dat. Ik doe het
70 gewoon allemaal in overig. Anders moet je weer gaan zoeken. Het enige wat ik mis is waar je met je
71 administratieve vragen goed terecht kan. Het zou fijn zijn als er een aparte Questie was daarvoor. Waar
72 je je boekhoudkundige vragen kan plaatsen. Alles met betrekking tot borderel, facturen etc. Dat vind ik

73 jammer dat dat niet apart is. Ik heb ook geen vertrouwen in Questie, ik heb altijd het idee dat de
74 verkeerde mensen het lezen en dat niet weten.

75 (I) Ervaar je dit als een probleem?

76 (R6) Ja. Ik werk liever met een telefoon. Dan word ik sneller geholpen. Als je 'spoed' zegt dan kunnen
77 ze nog wel eens sneller antwoorden en als je vracht niet klopt of er is een container weg. Maar over
78 andere dingen nemen ze de tijd voor. En alles wat ik handmatig in moet voeren bijvoorbeeld kost mij
79 geld, want mijn vergoedingen berekent het systeem achteraf als die kaarten niet kloppen kan dit heel
80 veel geld kosten.

81 **Formulier**

82 (I) Ik zou nu graag enkele vragen willen stellen over het formulier dat je invult voordat je een vraag
83 instuurt via Questie. Ik ga voor deze vragen mijn scherm delen zodat we naar het formulier kunnen
84 kijken.

85 Begrijpelijkheid

86 (I) Vind je dit formulier begrijpelijk?

87 (R6) Ja dat vind ik duidelijk.

88 (I) Vind je de taal die gebruikt wordt in het formulier makkelijk te begrijpen?

89 (R6) Ja.

90 (I) Snap je waar de verschillende categorieën voor staan?

91 (R6) Ja.

92 (I) Kan je een categorie aangeven waarvan je het moeilijk vindt om te bedenken welke vragen hieronder
93 vallen?

94 (R6) Nee dat vind ik duidelijk.

95 Motivatie

96 (I) Als je een vraag wilt stellen via Questie en het formulier gaat invullen, vind je het dan belangrijk dat
97 je de vraag in de juiste categorie plaatst?

- 98 (R6) Ja ik vind het belangrijk om een vraag in een categorie te plaatsen want ik ga ervan uit dat de
99 ontvanger niet meer hoeft te denken waar ze de vraag heen moeten sluisen want dat heb ik al gedaan.
- 100 (I) Neem je de tijd om een vraag aan de juiste categorieën te koppelen?
- 101 (R6) Soms als het transport dingen zijn dan doe ik het wel, dan wil ik ook dat er heel snel antwoord
102 gegeven wordt. Bij vragen die langer wachten doe ik overig. Het liefst zou ik nog een categorie actie
103 willen hebben, want wij hebben heel veel actie.
- 104 **Categorie overig**
- 105 (I) Hoeveel procent van je vragen worden geplaatst in de categorie 'overig'?
- 106 (R6) Ik denk dat ik 90% van de vragen in de categorie overig plaats
- 107 (I) Waarom maak je gebruik van de categorie 'overig'?
- 108 (R6) Ik gebruik de categorie overig voor de snelheid, ik hoef niet te zoeken ik heb meteen een formulier
109 voor me.
- 110 (I) Denk je dat je je vragen misschien wel soms onder een van de categorieën zou kunnen scharen als je
111 daar meer de tijd voor zou nemen?
- 112 (R6) Ja dat denk ik wel.
- 113 (I) Denk je dat wanneer het formulier anders ingedeeld wordt je minder snel een vraag onder de categorie
114 overig zou zetten?
- 115 (R6) Wellicht ja.
- 116 (I) Heb je zelf nog dingen die je kwijt wilt?
- 117 (R6) Alleen dat ik wil benadrukken dat ik graag met mijn boekhoudkundige vragen beter terecht zou
118 kunnen. Ik vind dat het hoofdkantoor niet met een script moeten werken en de vragen beter moeten
119 beantwoorden. De frustratie is dat er altijd teruggevallen wordt op hoe de processen gaan, dat is hoe het
120 gestructureerd is of hoe een systeem werkt. Dus ze leggen uit hoe een systeem werkt, maar het werkt
121 niet goed. Iets ter discussie stellen wordt eigenlijk nooit beantwoord. Net zoals een wet, die wet is
122 gewoon zo maar soms moet je je afvragen of die wet wel goed is.

Interview medewerker 7

Franchiseondernemer

Leeftijd respondent: 52

Geslacht: man

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum: 3 november 2020 14:00

Duur: 17:24

Via Microsoft Teams

1 Algemeen

2 (I) Bij welke Etos werk je?

3 (R7) Nieuwe Niedorp en Dorpsewoude

4 (I) Welke functie heb je binnen deze Etos?

5 (R7) Eigenaar

6 (I) Hoe lang werk je al voor de Etos?

7 (R7) In 2016 zijn wij Etos geworden, daarvoor waren wij een DA-vestiging.

8 Vragen stellen

9 (I) Ik wil beginnen met enkele vragen over het stellen van Etos-gerelateerde vragen.

10 (I) Er staat veel informatie op Sam. Heb je op Sam wel eens een vraag gezocht?

11 (R7) Nou ik lees het altijd. Ik spit Sam altijd wel door. Dus ik lees Sam eigenlijk altijd maar ga niet
12 opzoek naar informatie. Nieuwsberichten lees ik minder goed. Elke dag ben ik wel op Sam om te kijken
13 of er nieuwe informatie op staat.

14 (I) Als je wel een vraag hebt, ga je die dan alsnog zoeken op Sam?

15 (R7) Ik vraag het eerst aan een collega en dan ga ik vrij snel naar Questie om de vraag te stellen.

16 (I) Was je tevreden over de informatie die je vond?

17 (R7) Ik vind Sam wel veel informatie geven. Het is een drukke tijd voor het team en de Etos zet er best
18 veel gas op met nieuwe projecten. Dus het is wel lastig om het allemaal bij te houden. Onze franchise
19 winkels lopen goed, maar er komen wel heel veel taken bij via Sam.

20 (I) Stel je Etos-gerelateerde vragen wel eens aan andere Etos-filialen?

21 (R7) Ik zie veel voorbijkomen op de WhatsApp van mijn regio en anders heb ik nog mijn specialist waar
22 ik vragen aan kan stellen. Dus dan kom ik al wel dichtbij bij wat ik wil weten.

23 **Questie**

24 (I) Stuur je vragen in via Questie?

25 (R7) Ja

26 (I) Hoe vaak stuur je een vraag via Questie?

27 (R7) Al mijn vragen gaan via Questie, dus dat ik 2 à 3 keer in de week.

28 (I) Kun je een voorbeeld geven van een vraag die je hebt ingestuurd via Questie?

29 (R7) Ik zag dat de er nog kaarsen van de kaarsenactie nog in de winkel in Dorpsewoude vol gebouwd
30 staan. En ik kom in Nieuwe Niedorp en daar zie ik geen kaarsen dus die heb ik daar niet gehad. Daarvoor
31 hebben we een Questie voor gemaakt. En wij zitten dan in onze emotie. Wij gaan ervan uit dat het team
32 die de vraag ontvangt weet wat er speelt. Maar ik heb soms het idee dat ze niet eens de folder lezen.
33 Maar voor alsnog gaan wij daar wel vanuit. Dus wij sturen heel concreet, waar zijn onze kaarsen en het
34 antwoord is: er worden 12 kaarsen opgestuurd. Ik stel dan een vervolgvraag van zijn die kaarsen gratis
35 dan? En waarom hebben wij die niet gehad. Dan krijg ik daar weer antwoord op of ik een nieuwe Questie
36 wil maken want ik stel 2 vragen in een Questie. En die zijn voor verschillende afdelingen. Ik heb dit
37 doorgestuurd naar mijn specialist. Dat is ons te veel werk. Daar mis ik de beleving van de achterkant,
38 die hebben geen idee wat er op de winkelvloer gebeurt.

39 (I) Denk je dat daar een verschil zit tussen de kennis die jullie in de winkel hebben en dat er op het
40 hoofdkantoor is?

41 (R7) Ja wij zitten op de winkelvloer en zij hebben alleen de administratiekennis. En uit een Questie
42 komt altijd een vervolgvraag of een antwoord waar je niks mee kan.

43 (I) Hoe lang moest je toen wachten op een antwoord?

44 (R7) Dit soort vragen niet maar als ik inhoudelijke vragen stel dan wel. Dingen over een kassarapport
45 bijvoorbeeld, dat duurt weken.

46 (I) Was je tevreden over het gegeven antwoord?

47 (R7) Ik vind ze over het algemeen onvoldoende. Het is vaak een vraag op een vraag. De vraag wordt
48 niet begrepen. Ik ben heel volledig, anders krijg je de vraag sowieso terug. Maar zij begrijpen niet wat
49 er leeft, er zit geen gevoel bij.

50 (I) Wat vind je fijn aan Questie?

51 (R7) Er kan soms heel snel een antwoord komen, dat is fijn. Ik heb moeite met de response. Ik zie de
52 antwoorden in mijn mail binnenkomen maar ik kan niet via de mail antwoorden. En dan soms geef ik
53 dan wel meteen een antwoord omdat ik dan gefrustreerd bent. Nou en dan krijg ik terug dat dat niet de
54 bedoeling is en dan kan je mij niet kwader krijgen. Dan denk ik ben ik er nou voor jou of ben jij er voor
55 mij. Ik wil gewoon even wat weten.

56 (I) Ervaar je dit als een probleem?

57 (R7) Ja. Ja ik vind de responsetijd wel een probleem. Ik ben nu bezig met mijn btw-rapport en dan duurt
58 dat heel lang en dan stuur ik het rapport maar gewoon in. Ik ga daar dan niet op wachten en dan ga ik er
59 maar vanuit dat het maar zal kloppen.

60 **Formulier**

61 (I) Ik zou nu graag enkele vragen willen stellen over het formulier dat je invult voordat je een vraag
62 instuurt via Questie. Ik ga voor deze vragen mijn scherm delen zodat we naar het formulier kunnen
63 kijken.

64 Begrijpelijkheid

65 (I) Vind je dit formulier begrijpelijk?

66 (R7) Naja wel begrijpelijk maar het is het makkelijkste om naar overig te gaan. En soms krijg ik dan
67 wel eens terug wil je die bij juiste afdeling plaatsen en dan denk ik, ik kan hier niet kiezen voor de juiste
68 afdeling. De meeste vragen gaan over andere dingen dus het formulier mag dan wel iets uitgebreider als
69 je zegt dat je vraag in de juiste categorie moet. Maar de plekken zijn voor mij onbekend, ik ken de
70 hiërarchie niet binnen de Etos.

- 71 (I) Dus je kan niet de link leggen met welke afdeling bij welke categorie hoort?
- 72 (R7) Nee.
- 73 (I) Vind je de taal die gebruikt wordt in het formulier makkelijk te begrijpen?
- 74 (R7) Ja. Zoveel vragen zijn het niet.
- 75 (I) Snap je waar de verschillende categorieën voor staan?
- 76 (R7) Ja ik snap de categorieën wel. Maar de meeste vragen zijn overig.
- 77 Motivatie
- 78 (I) Als je een vraag wilt stellen via Questie en het formulier gaat invullen, vind je het dan belangrijk dat
79 je de vraag in de juiste categorie plaatst?
- 80 (R7) Ja wel. Nou ik kan natuurlijk niet zien waar die vraag terecht komt. Maar ik wil natuurlijk wel dat
81 mijn vraag bij de juiste persoon komt. Dus ik zou wel graag de kortste route gebruiken.
- 82 (I) Neem je de tijd om een vraag aan de juiste categorieën te koppelen?
- 83 (R7) Ja. Dat kan ook wel eens wat langer maar ik probeer zo volledig mogelijk te zijn.
- 84 (I) Vind je het vervelend om het formulier in te vullen?
- 85 **Categorie overig**
- 86 (I) Hoeveel procent van je vragen worden geplaatst in de categorie 'overig'?
- 87 (R7) Ik plaats 80% in de categorie overig.
- 88 (I) Waarom maak je gebruik van de categorie 'overig'?
- 89 (R7) Als ik een vraag heb over een folder, die kunnen nergens anders.
- 90 (I) Welke vraag plaats je bijvoorbeeld wel in een categorie?
- 91 (R7) Ik plaats wel een DC-bestelling onder die categorie.

- 92 (I) Denk je dat wanneer het formulier anders ingedeeld wordt je minder snel een vraag onder de categorie
93 overig zou zetten?
- 94 (R7) Ja dat denk ik wel. Als de categorieën bekend zijn zou ik wel meer vragen in een categorie plaatsen.
- 95 (I) Heb je zelf nog dingen die je kwijt wilt?
- 96 (R7) De vragen in Questie zijn niet altijd voldoende en ik zou toch wel graag via de mail willen kunnen
97 antwoorden. Dat wordt niet gewaardeerd maar dat is wel de snelste route. Ik vind dat niet voldoende
98 open dus zet gewoon het mailverkeer open.

Interview medewerker 8

Franchiseondernemer

Leeftijd Respondent: 46

Geslacht: man

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum: 3 november 2020 15:30

Duur: 26:51

Via Microsoft Teams

1 Algemeen

2 (I) Bij welke Etos werk je?

3 (R8) Harderwijk

4 (I) Welke functie heb je binnen deze Etos?

5 (R8) Eigenaar

6 (I) Hoe lang werk je al voor de Etos?

7 (R8) Bijna 10 jaar

8 Vragen stellen

9 (I) Ik wil beginnen met enkele vragen over het stellen van Etos-gerelateerde vragen.

10 (I) Er staat veel informatie op Sam. Heb je op Sam wel eens een vraag gezocht?

11 (R8) Ja.

12 (I) Welke informatie heb je toen gezocht op Sam?

13 (R8) Voornamelijk procesgerelateerde informatie.

14 (I) Heb je antwoord gevonden op je vraag op Sam?

15 (R8) Nou ik moet zeggen dat meestal mijn medewerkers het doen. Ik doe het zelf ook wel eens maar
16 niet zo heel vaak.

17 (I) Was je tevreden over de informatie die je vond?

18 (R8) Nee. Er staat een hoop shit op waar ik niks mee heb. Er staat heel veel informatie op. Iets
19 terugvinden is onmogelijk of ik snap het niet. Dus dan laat ik het maar zitten. Je moet bijblijven en alles
20 meteen wegwerken. Wil je iets terugzoeken lukt dat niet.

21 (I) Lukt het om bij te blijven?

22 (R8) Ja die meiden redden dat wel redelijk. En ik lees het wel via mijn telefoon. Maar er worden te veel
23 fouten gemaakt waardoor je contant ziet: excuus voor die en die fout. Het kost enorm veel tijd om hun
24 fouten op te lossen.

25 (I) Heb je naast Questie wel eens op een andere manier een vraag gesteld aan het hoofdkantoor?

26 (R8) Ja probeer ik via mijn *Operational manager* te doen. Dit zijn ook wel opmerkingen en klachten. In
27 het begin van het jaar heb ik een keer een brief geschreven naar het MT. Als het echt de spuigaten
28 uitloopt dan doe ik dat rechtstreeks.

29 (I) Stel je Etos-gerelateerde vragen wel eens aan andere Etos-filialen?

30 (R8) Een aantal. Ik los eigenlijk het meeste zelf wel op hier.

31 (I) Wat voor vragen stel je dan aan andere winkels?

32 (R8) Waar ik het meest tegenaan loop is het assortiment of corona. Mensen melden dan dingen. Of we
33 sturen dingen door, bellen even of de ander al op de hoogte is van nieuws. En de WhatsApp van onze
34 regio stuur ik ook actuele dingen. We zitten in hetzelfde schuitje.

35 **Questie**

36 (I) Stuur je vragen in via Questie?

37 (R8) Ik ben gestopt met Questies sturen.

38 (I) Wat is daar de reden van?

39 (R8) Questie werkt voor geen meter. Wat moet ik hiermee? Het kost tijd en moeite. Het is niet de eerste
40 keer dat ik een antwoord kreeg waar ik niks mee kan. Sommige van mijn medewerkers sturen wel een
41 keer iets in over actiekaartjes bijvoorbeeld. Op 21-5 heb ik een vraag gesteld over mijn borderel. En dan
42 krijg ik terug over welke borderel gaat het precies. Ik dat weer beantwoord. Toen kreeg ik 9-6 een
43 onmogelijk antwoord terug. Toen heb ik een half uurtje lopen huilen op kantoor en toen ben ik gestopt
44 met Questies sturen.

45 (I) Zie je de responstijd als een probleem?

46 (R8) De responstijd is een probleem, dit duurde bijna drie weken.

47 (I) Zijn er dingen die je fijn vindt Questie?

48 (R8) Nee ik kan eigenlijk niks fjns bedenken aan Questie. Vroeger kon je bellen maar nu is het helemaal
49 niks. Ik zie veel geklaag op de app groepen, daar doe ik niet aan mee. Ik richt daar mijn energie niet op.
50 Ik steek mijn tijd in dingen die goed gaan. Hoe kunnen we zorgen dat het wel werkt. Ik ga niet zitten
51 wachten. Dat doen wij buiten Etos om.

52 (I) Denk je dat verschil is in kennis tussen het hoofdkantoor en de winkels?

53 (R8) Dat denk ik wel ja. Ik denk dat er een Grand Canyon tussen zit. Dat merk je in alles. Dat is denk
54 ik het grootste probleem. Op het hoofkantoor kunnen zij veel dingen niet die wij wel kunnen, zij kunnen
55 niet alles voor 250 winkels regelen. Ik kan dagelijks even schakelen met leveranciers bijvoorbeeld.
56 Daarin mis ik het hoofdkantoor. Ik denk dat daar te weinig ondernemingsbloed zitten. Die weten alles
57 uit de boeken en weten niet hoe het in de winkel gaat. Dat is slecht voor het bedrijf. Er moet
58 ondernemerschap terugkomen op het hoofkantoor. Iedereen komt binnen en iedereen gaat weer weg bij
59 het hoofdkantoor. Ik denk dat we handel missen hierdoor. Mensen moeten een half jaar meedraaien
60 ergens. Dan weet je wat het is om in een winkel te werken. Daarna weet je waar je tegenaan loopt in de
61 winkel. Zij denken dat ik de hele dag niks te doen heb.

62 (I) Denk je dat er op een andere manier een brug geslagen kan worden tussen het hoofdkantoor en de
63 winkels?

64 (R8) Hou het simpel. Overzichtelijk. Korte lijnen. Als een vraag niet helder is, pak de telefoon.

65 (I) Heb je zelf nog dingen die je kwijt wilt?

66 (R8) Zoals het nu gaat denk ik dat het snel moet veranderen. Als er dingen op Sam voorbijkomen die ik
67 niet interessant vind dan ben ik het al kwijt. En ik kan daar omheen lopen en filteren als franchiser. Dus
68 ik pak op wat ik wel wil. Ik denk dat ze er wel hard aan werken. Maar ik denk is dat er een snelle roulatie
69 is van mensen. Er komt geen kennis en historie bij mensen. Iedereen moet het wiel opnieuw uitvinden.
70 En dat kost geld. Ik moet alles hier zelf financieren. Als ik er een potje van maak dan voel ik dat direct.
71 En op hoofdkantoor dan komt er gewoon een salaris binnen, of je het nou goed gedaan hebt of minder
72 goed gedaan hebt. Daar wordt wel heel makkelijk overheen gekeken. Het kan veel beter.

Interview medewerker 9

Franchiseondernemer

Leeftijd respondent: 43

Geslacht: man

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum: 6 november 2020 15:30

Duur: 15:42

Via Microsoft Teams

1 Algemeen

2 (I) Bij welke Etos werk je?

3 (R9) Etos in Leiden

4 (I) Welke functie heb je binnen deze Etos?

5 (R9) Eigenaar

6 (I) Hoe lang werk je al voor de Etos?

7 (R9) In totaal 26 jaar. Ik heb deze winkel nu 11 jaar voor mijzelf.

8 Vragen stellen

9 (I) Ik wil beginnen met enkele vragen over het stellen van Etos-gerelateerde vragen.

10 (I) Er staat veel informatie op Sam. Heb je op Sam wel eens een vraag gezocht?

11 (R9) Nou als ik de zoekfunctie gebruik in Sam, dat lukt mij nooit. Dat werkt voor geen meter. Het enige
12 wat wij zoeken zijn de taakberichten en het actieplan zoek ik wel eens op. Ik loop soms wel eens door
13 de nieuwsberichten heen. Maar het is heel onoverzichtelijk.

14 (I) Dus je gaat eigenlijk niet zelf opzoek naar informatie op Sam?

15 (R9) Nee er staat zoveel bagger op Sam. Het is onoverzichtelijk, dat gaat helemaal nergens over.

16 (I) Ben je tevreden over de informatie die je wel leest op Sam?

- 17 (R9) Er komen veel dezelfde taakberichten. Vaak zie je daar hele lange verhalen. Dus dat scan ik snel
18 en dan denk ik oja ik herken ze allemaal en dan gooi ik ze weg. Daardoor mis je ook nog wel eens wat.
- 19 (I) Heb je naast Questie wel eens op een andere manier een vraag gesteld aan het hoofdkantoor?
- 20 (R9) Soms dan geef ik via de mail antwoord op een bericht of ik doe het via mijn franchisespecialist.
- 21 (I) Stel je Etos-gerelateerde vragen wel eens aan andere Etos-filialen?
- 22 (R9) Ja we hebben WhatsApp groepen met Etos-filialen.
- 23 (I) Om welke vraag ging dit?
- 24 (R9) Nou soms overleg ik wel eens van wat vinden anderen ergens van en hoe zij bijvoorbeeld hun actie
25 inkopen gaan doen. Of ik vraag wat er nou precies in een bericht stond die ik niet meer kan vinden. Er
26 zijn winkels waar ik wekelijks contact mee heb.
- 27 **Questie**
- 28 (I) Stuur je vragen in via Questie?
- 29 (R9) Ja.
- 30 (I) Hoe vaak stuur je een vraag via Questie?
- 31 (R9) Drie keer in de week stuur ik een Questie.
- 32 (I) Kun je een voorbeeld geven van een vraag die je hebt ingestuurd via Questie?
- 33 (R9) Dit gaat bijvoorbeeld over besteleenheden of de scanbaarheid van artikelen. Van alles eigenlijk.
- 34 (I) Moest je lang wachten op een antwoord?
- 35 (R9) Zo nu en dan duurt een antwoord wel lang ja. Soms veel te lang en soms krijg je helemaal geen
36 antwoord en dan moet je er nog een Questie achteraan sturen.
- 37 (I) Ervaar je dit als een probleem?
- 38 (R9) Ja ik ervaar de responsetijd wel als een probleem. Je bent met iets bezig en dan wil je gewoon
39 antwoord. En soms krijg ik antwoord en daar heb je dan niks aan.

40 (I) Ben je over het algemeen tevreden over de antwoorden die je krijgt?

41 (R9) Over het algemeen ben ik eigenlijk niet tevreden over de antwoorden op Questie. Er zitten goede
42 antwoorden bij maar als je bijvoorbeeld een vraag stelt over een actieproduct dan weet de *category*
43 *managers* soms niet waar het over gaat. Terwijl hij ook zou moeten weten wat er in de folder staat. Dan
44 krijgt je een antwoord dat ze wel een EAN-nummer nodig hebben. Dus daar kan ik dan niks mee. Of
45 dat de mensen van Questie zelf een antwoord gaan verzinnen, ik ben niet achterlijk of zo. Dat levert
46 heel veel irritatie op.

47 (I) Wat vind je minder fijn aan Questie?

48 (R9) Nou dat je niet makkelijk kan antwoorden. Als het hoofdkantoor Questie goed wilt beoordelen en
49 constant wilt monitoren dan zou je eigenlijk meteen moeten kunnen antwoorden met een duimpje: 'ik
50 ben tevreden met het antwoord', 'redelijk' of 'ontevreden'. Dan weet je dat. Want als ik een antwoord
51 krijg waar ik niks mee kan dan denk ik krijg de kleren maar. De vragen worden niet serieus genoeg
52 genomen. Dus dan denk ik ook soms ik ga toch geen vraag meer stellen want ze geven er toch een dom
53 antwoord op. Die irritatie wordt alleen maar hoger en de bereidheid om vragen te stellen wordt alleen
54 maar lager. En als je dan een duimpje omlaag krijgt dan denk je he er is iets niet duidelijk; ik ga bellen.

55 (I) Denk je dat er verschil is in kennis tussen het hoofdkantoor en de winkels?

56 (R9) Er is een taalprobleem, we praten een andere taal. Hoofdkantoor weet te weinig wat er gebeurt in
57 de winkel en de winkel weet te weinig wat er gebeurt op het hoofdkantoor. Dat is echt een heel groot
58 probleem. De afstand tussen winkels en het hoofdkantoor wordt hierdoor alleen maar groter. Ik mis
59 Etos. Dat is echt heel erg. Er is geen contact meer, de barrière wordt alleen maar groter. Dat is niet goed
60 voor het bedrijf. De sfeer is wel weg.

61 (I) Wat vind je wel fijn aan Questie?

62 (R9) Je kan een vraag stellen maar daar zijn allerlei manieren voor, dus echt fantastisch vind ik het niet.

63 **Formulier**

64 (I) Ik zou nu graag enkele vragen willen stellen over het formulier dat je invult voordat je een vraag
65 instuurt via Questie. Ik ga voor deze vragen mijn scherm delen zodat we naar het formulier kunnen
66 kijken.

67 Begrijpelijkheid

- 68 (I) Vind je dit formulier begrijpelijk?
- 69 (R9) Eigenlijk kies ik altijd voor overig en als ik voor een andere categorie kies moet ik toch weer terug
70 naar overig. Dus ik kies eigenlijk altijd voor overig.
- 71 (I) Komt dat omdat je in de andere categorieën niet je vraag kan zetten?
- 72 (R9) Ja. Ik kom eigenlijk altijd uit op overig dus ik ga daar niet meer over na denken, dus ik doe alles
73 op overig. Tenzij mijn vracht te laat is, dan weet ik dat ik bij logistiek moet zijn.
- 74 (I) Vind je de taal die gebruikt wordt in het formulier makkelijk te begrijpen?
- 75 (R9) Ja op zich is de taal wel begrijpelijk.
- 76 (I) Snap je waar de verschillende categorieën voor staan?
- 77 (R9) Ja maar het wordt er niet beter op. Ik kies toch voor overig. Dus ze zoeken het daar maar uit.
- 78 (I) Je zei dat je je vraag niet kwijt kan in een andere categorie, komt dat dan omdat de juiste
79 antwoordvlakken daar niet staan of omdat je vraag niet overeenkomt met een categorie?
- 80 (R9) De vraag past er niet in of je moet opeens een EAN-code invoeren.
- 81 Motivatie
- 82 (I) Als je een vraag wilt stellen via Questie en het formulier gaat invullen, vind je het dan belangrijk dat
83 je de vraag in de juiste categorie plaatst?
- 84 (R9) Nee ik vind het niet belangrijk om een vraag in de juiste categorie te plaatsen, dat moet iemand op
85 het hoofdkantoor moet doen. Die weten wie daarin gespecialiseerd is. We hebben zo weinig feeling met
86 het hoofdkantoor dat wij dat niet weten. We weten niet wie daar zit en wat diegene doet.
- 87 (I) Dus je hebt eigenlijk niet meer de motivatie om daar je best voor te doen?
- 88 (R9) Nee. Ik zie daar de toegevoegde waarde niet van in. Dat heeft voor ons weinig zin.
- 89 **Categorie overig**
- 90 (I) Hoeveel procent van je vragen worden geplaatst in de categorie 'overig'?
- 91 (R9) 95%, eigenlijk bijna alles plaats ik in overig. Behalve mijn vracht.

- 92 (I) Denk je dat wanneer het formulier anders ingedeeld wordt je minder snel een vraag onder de categorie
93 overig zou zetten?
- 94 (R9) Nee. Ik vind eigenlijk dat dat er gewoon uit moet. Wij zouden daar niet over na moeten denken
95 van waar moeten wij dat toch eens onder plaatsen. Dat is gewoon het makkelijkst.
- 96 (I) Heb je zelf nog dingen die je kwijt wilt?
- 97 (R9) Nee alleen dat we in de mail die wij krijgen met de vermelding dat de Questie is beantwoord, zien
98 wij wel het antwoord maar niet de bijlage. Dus dan moet ik alsnog helemaal inloggen bij Questie. Er
99 moet gewoon een bijlage bij het mailtje zitten, want wij lezen alleen dat mailtje.

Interview medewerker 10

Franchiseondernemer

Leeftijd respondent: 55

Geslacht: man

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum: 9 november 2020 12:00

Duur: 24:44

Via Microsoft Teams

1 Algemeen

2 (I) Bij welke Etos werk je?

3 (R10) Etos Bovenkarspel

4 (I) Welke functie heb je binnen deze Etos?

5 (R10) Ik ben samen met mijn vrouw de eigenaar.

6 (I) Hoe lang werk je al voor de Etos?

7 (R10) Wij zijn franchisers sinds 2015

8 Vragen stellen

9 (I) Ik wil beginnen met enkele vragen over het stellen van Etos-gerelateerde vragen.

10 (I) Er staat veel informatie op Sam. Heb je op Sam wel eens een vraag gezocht?

11 (R10) Zelden zoek ik mijn vraag op Sam

12 (I) Wat is de rede daarvan?

13 (R10) Ik ben heel pragmatisch. Ik zoek het zelf wel uit.

14 (I) Als je een vraag hebt dan zal je niet snel op Sam zoeken?

15 (R10) Nee dan los ik het zelf wel op. Ik heb ook nooit problemen eigenlijk.

- 16 (I) Stel je Etos-gerelateerde vragen wel eens aan andere Etos-filialen?
- 17 (R10) Ja dat doe ik wel.
- 18 (I) Op wat voor een manier heb je contact met hen?
- 19 (R10) Nou via WhatsApp, ik haal ook wel informatie uit de WhatsApp. Dus dat ik eigenlijk ook wel.
- 20 (I) Om wat voor informatie gaat dat vooral?
- 21 (R10) Bijvoorbeeld als ik materiaal binnenkrijg en dat ik denk wat moet ik hier nou weer mee. Dan
22 vraag ik het even in de chat.
- 23 **Questie**
- 24 (I) Stuur je vragen in via Questie?
- 25 (R10) Nee ik stuur geen vragen in via Questie. Nee dat vind ik helemaal niks.
- 26 (I) Daar maar je helemaal geen gebruik van?
- 27 (R10) Nee steeds minder. Toevallig laatst dat mijn vracht te laat was, dan vind ik het wel van belang dat
28 dat geregistreerd wordt. Maar ik vind het niet echt iets. Ik vind het vooral dat ik onzinnige antwoorden
29 krijg, daar irriteer ik mij vooral aan.
- 30 (I) Je maakt dus Questies aan van dingen die je wel zelf op kan lossen maar die je wel graag wilt laten
31 weten?
- 32 (R10) Ja.
- 33 (I) Hoe vaak komt dat voor?
- 34 (R) Ik denk dat ik een keer per maand een Questie stuur.
- 35 (I) Wat is niet fijn aan Questie?
- 36 (R10) Als ik echt een keer iets serieus heb dan krijg ik een antwoord terug dat ik weer een actie moet
37 ondernemen. Hier zit het hele punt van irritatie. Ik ben eigenlijk heel tevreden over Etos en ik irriteer
38 mij niet echt heel erg. Ik vind het wel gebakken en ik doe zelf wel wat. Ik vind dat je zo een winkel zelf
39 moet draaien. Ik kom er zelf allemaal wel achter. Ik ben ook geen zeikerd als ik iets verkeerd gestuurd
40 krijg, dan los ik het zelf wel op. Dan denk ik wel ik vind het niks maar dan maak ik er zelf wel iets van.

41 Ik heb met Questie geen goeie ervaring, ik krijg altijd een tegenvraag, waarmee ik iets moet doen. Ik
42 weet zeker dat er hard gewerkt wordt op het hoofdkantoor maar zoals ze daar hard werken is anders dan
43 dat wij hard werken. Dit is de kern van het dilemma. Zij zitten de hele dag achter hun computer en zij
44 begrijpen niet dat wij niet direct kunnen reageren omdat wij maar een kwartier achter mijn computer zit
45 en anders sta ik in de winkel. Ik vind dat als iets onduidelijk is dat ze gewoon het filiaal moeten bellen.
46 En dan weten ze meteen waar het nou overgaat en kunnen ze de vraag meteen doorzetten. Dan begin ik
47 erin te geloven. En als ik dan wel een Questie aanmaak dan krijg ik terug dat ze het EAN-nummer willen
48 hebben terwijl ik een Questie aanmaak om ze te helpen. En dan denk ik laat maar.

49 (I) Denk je dat dat komt door een verschil in kennis?

50 (R10) Ik vind dat ze niet doorvragen en dat ze de telefoon zouden moeten pakken. Ik zat eerste bij DA
51 en daar is het bijna failliet gegaan omdat ze niks meer via de telefoon deden. Terwijl als ik een Questie
52 instuur dan is dat echt wel serieus. Als jullie op hoofdkantoor een vraag hebben dan loop je gewoon
53 even langs, dan heb je persoonlijk contact. Het is zo afstandelijk. Het interesseert niemand wat, ook je
54 vraag niet. En ik vind het vaak slechte antwoorden. Ik snap ook wel dat zij niet alles weten maar dan
55 kan je wel de kern blootleggen van het probleem. En dan hoor je ook wel of het een zeikerd is of niet,
56 die 10000 Questies insturen. Maar als ik een keer in de maand een Questie aanmaak is dat echt wel
57 serieus. Dus dan moet je even bellen als je de kern van het probleem niet snapt. En daarna of de vraag
58 naar tevredenheid is beantwoord. Dus die er dan een duimpje bij of een cijfer. Ik mis gewoon persoonlijk
59 contact

60 **Formulier**

61 (I) Ik zou nu graag enkele vragen willen stellen over het formulier dat je invult voordat je een vraag
62 instuurt via Questie. Ik ga voor deze vragen mijn scherm delen zodat we naar het formulier kunnen
63 kijken.

64 Begrijpelijkheid

65 (I) Vind je dit formulier begrijpelijk?

66 (R10) Het invullen van het formulier vind ik geen probleem.

67 (I) Snap je waar de verschillende categorieën voor staan?

68 (R10) Ja ik ben niet achterlijk.

69 Motivatie

70 (I) Neem je de tijd om een vraag aan de juiste categorieën te koppelen?

71 (R10) Ja dat probeer ik wel, waar hoort die bij. Ik vind het alleen gek dat HR alleen voor eigen winkels
72 zijn. En die meiden hier op de werkvloer weten niet eens hoe het werkt. Die heb ik het niet eens uitgelegd
73 omdat ik het niks vind. Maar ik doe het allemaal zelf wel, ik vind het wel gebakken. Wij zijn
74 ondernemers dus bij ons kan dat wel. Maar dan denk ik bel gewoon even, hoeveel werk is dat.

75 **Categorie overig**

76 (I) Hoeveel procent van je vragen worden geplaatst in de categorie 'overig'?

77 (R10) Ik plaats bijna alles in overig.

78 (I) Waarom maak je gebruik van de categorie 'overig'?

79 (R10) Ik zet alleen soms iets onder transport maar veel dingen meld ik dus ook niet. Zoals de
80 productkwaliteit. Het kost mij gewoon te veel tijd. Als er iets mis is dan bel ik de fabrikant zelf wel. Ik
81 kan het eigenlijk zelf wel beter. Ik doe alles in belang van de klant.

82 (I) Heb je zelf nog dingen die je kwijt wilt?

83 (R10) Ik hoop dat we normaal kunnen communiceren met elkaar. Zorg dat we normaal contact met
84 elkaar hebben. Doe niet panisch over telefoneren, ik denk dat het heel normaal is. Volgens mij zijn we
85 collega's en daar kunnen we denk ik een heel groot voordeel uit halen.

86

87 (I) Hoe was dat bij de DA?

88 (R10) Nou de DA was bijna failliet aan het gaan. De kracht was dat we één waren bij de DA, we zagen
89 het hoofdkantoor als collega's. Maar er waren natuurlijk winkels met vriendjes op het hoofdkantoor
90 waardoor dingen sneller geregeld werden. Ik snap dat met Questie je dat wilt uitsluiten. Daar is de DA
91 mede aan kapot gegaan, doordat er geen connectie meer was tussen het hoofdkantoor en de winkels. Ik
92 snap dat je niet de hele tijd gestoord wilt worden. Maar die problemen moeten wel opgelost worden. Ik
93 vind het te onbereikbaar.

Bijlage 4 Codering interviews

Tabel 9

Codering interviews

Transcript	Regelnummer	Tekstfragmenten	Open coderen	Axiaal coderen
1	11	(R1) Ik kijk eerst of ik een antwoord op Sam kan vinden, kan ik een antwoord niet vinden dan ga ik een Questie maken.	Antwoord Sam	Sam
1	16	(R1) Nee ik heb mijn antwoord niet gevonden op Sam. Dus toen heb ik een Questie aangemaakt.	Antwoord Sam	Sam
1	21	(R1) Nee de vragen gaan niet via het hoofdkantoor, dat gaat allemaal via Questie.	Vraag aan hoofdkantoor	Contact met hoofdkantoor
1	26	(R1) Soms wil ik wel de mening weten van een ander Etos-filiaal.	Ander Etos-filiaal	Contact andere Etos-filiaalen
1	37	(R1) Ik denk dat ik vier keer in de week een Questie maak.	Hoeveel Questie aanmaken	Hoeveelheid Questies
1	60	(R1) Dan meldt ik nog een keer van 'hallo krijg ik nog een antwoord' en dan hoor je en dan zie je niks meer. En dan is het dat je regelmatig informatie krijgt via Sam maar dat vind ik niet netjes, ze moeten wel altijd een antwoord teruggeven van wij zijn er mee bezig of zo of dat ze het terugkoppelen.	Beantwoording Questie	Beoordeling Questie
1	70	(R1) En soms dan geef je een artikel door en dan geef je een EAN-code en dan willen ze er meerdere. Dan schrijf ik een Questie over een heel assortiment en dan geef ik een EAN-code en dan zeggen ze ja maar heb je dan nog meer EAN-codes? En dan denk ik ja je ziet dat ik een vraag stel over het hele assortiment,	EAN-code	EAN-code
1	85	(R1) Ik vind het formulier wel begrijpelijk.	Begrijpelijkheid formulier	Beoordeling formulier
1	92	(R1) Ik vind het formulier makkelijk in gebruik	Gebruik formulier	Beoordeling formulier
1	94	(R1) Schermproblemen dat is als de codes niet scannen, het artikelnummer. transport: Misschien als je de vracht niet binnen krijgt. DC-bestelling: gaat over je bestelling Product en kwaliteit: dat gaat over de kwaliteit van het product, als een klant het niet mee eens is. HR: is alles van het personeel Overig: Als die er niet bij zit.	Inhoudelijk categorieën	Beoordeling categorieën
1	98	(R1) Ik neem aan dat de categorieën staan voor de afdelingen. Dat je de vraag daar naartoe kan sturen.	Doel van categorieën	Beoordeling categorieën
1	110	(R1) Het is allemaal heel makkelijk	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën
1	114	(R1) Ja ik vind het wel belangrijk dat ik de vraag in de juiste categorie plaats.	Vraag plaatsen in categorie	Motivatie gebruiken categorieën
1	119	(R1) Als er een vraag is waarvan ik denk ja dit komt iedere keer terug dan denk ik laat maar daar ga ik geen Questie voor aanmaken.	Geen Questie aanmaken	Beoordeling Questie

1	131	(R1) Nou ik plaats toch wel 30% in de categorie over.	Percentage overig	Hoeveelheid categorie overig
1	137	(R1) Ik plaats dat in de categorie overig omdat dit niet onder een van de categorieën kan.	Rede categorie overig	Categorie overig
2	15	(R2) Maar ik heb die informatie toen niet op Sam kunnen vinden. Dus dan leg ik het weer naast mij neer. Het is niet zoals google dat hij alles vindt.	Antwoord Sam	Sam
2	29	(R2) Je merkt gewoon dat een iemand de informatie op Sam zet en als die vrij is dan wordt het een dag later gedaan.	Antwoord Sam	Sam
2	44	(R2) Ik denk ik wel twee Questies per werkdag stuur.	Hoeveel Questie aanmaken	Hoeveelheid Questies
2	56	(R2) Ik moet lang wachten op een antwoord. Te lang vind ik.	Responsetijd	Responsetijd
2	59	(R2) Nee ik ben niet altijd tevreden met het antwoord op Questie nee. Je hebt niet het idee dat er heel veel kennis is.	Tevredenheid antwoord Questie	Beoordeling Questie
2	64	(R2) Ik vind de wachttijd langer en ik vind het wel heel fijn dat als er soms iets is en dat ik dan gebeld word, dat is echt zalig.	Gebeld worden	Persoonlijk contact
2	69	(R2) Ja natuurlijk vind ik dat er een verschil in kennis is. Dat is gewoon een feit geworden.	Vershil in kennis	Vershil in kennis hoofdkantoor/winkel
2	72	(R2) Ik vind Questie niet fijn, daar ben ik heel eerlijk in.	Mening Questie	Beoordeling Questie
2	72	(R2) Ik zou veel liever persoonlijk contact hebben. Ik vind het heel eenzijdig en ik denk dat het hoofdkantoor het ook voor de winkel ervaart. Je hebt het tegen een computer niet meer tegen een mens.	Persoonlijk contact	Persoonlijk contact
2	81	(R2) Ja soms ervaar ik de responsetijd wel als een probleem. Als het bijvoorbeeld over klantvragen gaat. Het kost geld en tijd.	Probleem responsetijd	Responsetijd
2	82	(R2) En ik wil daar graag nog aan toevoegen dat ergernis nummer 1 nu is dat je alle EAN-codes moet invoeren op Questie.	EAN-code	EAN-code
2	108	(R2) Ik moet wel zeggen dat ik snel voor overig ga. Misschien is dat ook wel laksheid hoor.	Rede categorie overig	Categorie overig
2	112	(R2) Ik denk dat ik 95% in de categorie over plaats.	Percentage overig	Hoeveelheid categorie overig
2	114	(R2) Ik denk dat het laksheid is. Ik heb dan een paar keer gehad dat een andere categorie niet werkte en dan stop ik met het invullen onder die categorie. Dan ga ik voor de categorie overig	Rede categorie overig	Categorie overig
2	124	(R2) Ik denk dat het toch laksheid is. Misschien als ik weet dat mijn vraag sneller beantwoord wordt zou ik misschien wel de categorieën gebruiken. Maar voor de rest nou niet echt.	Motivatie gebruiken categorieën	Motivatie gebruiken categorieën
2	127	(R2) Nou ik denk dat als je de categorie overig gebruik dat dat het probleem is. Dat je niet de tijd neemt.	Rede categorie overig	Categorie overig
3	15	(R3) Nou soms vind ik de informatie niet op Sam. Soms krijg je met je zoekterm hele andere resultaten. Soms stuur ik dan gewoon een Questie van hoe zit dit.	Antwoord Sam	Sam

3	29	(R3) Ik heb wel contact met andere Etos-filiaal dat je dan even belt of ze het apart willen leggen voor een klant.	Contact andere Etos-filiaal	Contact andere Etos-filiaal
3	36	(R3) Ik denk dat ik ongeveer 2 keer per week gemiddeld een Questie stuur.	Hoeveel Questie aanmaken	Hoeveelheid Questies
3	41	(R3) Soms gaat er wel een paar dagen overheen voordat je een antwoord krijgt, dat kan wel sneller.	Responsetijd	Responsetijd
3	43	(R3) Laatste tijd ben ik wel tevreden over de antwoorden in Questie. We hebben wel eens gehad dat je een Questie stuurt en dat je dan iets terugkrijgt waarvan je denk wat moet ik hier nou weer mee.	Tevredenheid antwoord Questie	Beoordeling Questie
3	49	(R3) Ik vind minder fijn aan Questie dat het lang duurt voordat je een antwoord hebt.	Niet fijn aan Questie	Beoordeling Questie
3	51	(R3) Ja zeker, ik ervaar de responsetijd wel als een probleem. Soms krijg ik een week later pas antwoord dat is jammer want dan loopt een actie bijvoorbeeld al.	Probleem responsetijd	Responsetijd
3	64	(R3) Ik vind het formulier begrijpelijk omdat het duidelijk is wat het onderwerp is.	Begrijpelijkheid formulier	Beoordeling formulier
3	68	(R3) Ja ik vind het wel begrijpelijk waar de categorieën voor staan.	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën
3	75	(R3) Ik denk dat ik wel 95% in de categorie overig plaats.	Percentage overig	Hoeveelheid categorie overig
3	77	(R3) Ik plaats mijn vragen in overig omdat de vragen eigenlijk niet onder die andere categorieën vallen.	Rede categorie overig	Categorie overig
3	81	(R3) Ik denk dat je een kopje 'actie' zou kunnen maken.	Actie als categorie	Categorie toevoegen
3	88	(R3) Nee ik vind het niet echt belangrijk dat ik mijn vraag onder de juiste categorie plaats maar misschien dat het dan wel eerder bij de juiste persoon komt waardoor je eerder antwoord hebt.	Motivatie gebruiken categorieën	Motivatie gebruiken categorieën
3	91	(R3) Ja ik neem wel de tijd om het formulier in te vullen, dat wel. Als het zou kunnen zou ik een vraag wel onder de juiste categorie plaatsen, omdat ik denk dat die dan bij de juiste persoon terecht komt.	Tijd om formulier in te vullen	Motivatie gebruiken categorieën
4	16	(R4) Meestal vind ik wel mijn antwoord op Sam. En als het niet lukt dat probeer ik het eerst bij een collega en daarna maak ik een Questie aan.	Antwoord Sam	Sam
4	22	(R4) Ja meestal ben ik wel tevreden over de informatie op Sam. Het is niet altijd compleet.	Tevredenheid Sam	Sam
4	28	(R4) Ik denk dat ieder zijn vak heeft. Wij zijn wat praktischer ingesteld op de winkelvloer. Vooral als het mensen zijn die niet eerder op de winkelvloer hebben gestaan dat die er heel anders tegenaan kijken.	Vershil in kennis	Vershil in kennis hoofdkantoor/winkel
4	32	(R4) Soms dan stuur ik wel een mailtje, die e-mailadressen zijn natuurlijk heel makkelijk te achterhalen want het is je naam. Dan heb ik ook wel eens teruggekregen dat dat niet de manier was en dat ik een Questie moet aanmaken.	Contact hoofdkantoor	Contact met hoofdkantoor

4	43	(R4) Ja ik heb contact met andere Etos-filiaal. We hebben een groep app met mijn cluster. Dus dan schakelen wij even snel met elkaar. Dus dat contact is dan iets sneller.	Contact andere Etos-filiaal	Contact andere Etos-filiaal
4	52	(R4) Ik denk dat ik gemiddeld 11keer per week een Questie stuur.	Hoeveel Questie aanmaken	Hoeveelheid Questies
4	70	(R4) Meestal krijg je redelijk snel een antwoord. Maar soms ook niet, ik heb er eentje nog openstaan van begin september. Over het algemeen heb ik binnen twee dagen reactie.	Responsetijd	Responsetijd
4	73	(R4) Ik vind de responsetijd lastig als het een klantvraag is. Ik vind dat dit in deze tijd sneller moet kunnen. En dan sta je met een klant heel knullig te doen en dan denk ik we zijn zo een groot en professioneel bedrijf en dat voelt dan niet professioneel genoeg.	Probleem responsetijd	Responsetijd
4	81	(R4) Ik vind Questie veel tijd kosten.	Nadeel Questie	Beoordeling Questie
4	96	(R4) Ja ik vind het formulier begrijpelijk al vul ik het meeste in bij overig.	Begrijpelijkheid formulier	Beoordeling formulier
4	98	(R4) Ik denk dat ik zeker 80% in de categorie overig invul.	Percentage overig	Hoeveelheid categorie overig
4	100	(R4) Ik plaats vragen in overig omdat deze dan niet bij een van de andere categorieën past. Er is geen flexibiliteit in die topics. Het formulier sluit niet aan met de onderwerpen die ik heb.	Rede categorie overig	Categorie overig
4	125	(R4) Nou voor mij is het niet zo belangrijk om mijn vraag onder een categorie te zetten, maar ik kan mij voorstellen dat het voor degene die het gaat beantwoorden handig is. Maar als ik alleen het kopje overig zou hebben is het voor mij ook prima.	Motivatie gebruiken categorieën	Motivatie gebruiken categorieën
4	130	(R4) Ja ik neem wel de tijd om het formulier in te vullen, die vul ik wel compleet in.	Tijd om formulier in te vullen	Motivatie gebruiken categorieën
5	16	(R5) Nee. Ik kan mijn antwoord lang niet altijd vinden op Sam, vaak stuur ik toch wel een Questie. En dan krijg je weer een antwoord terug van het stond daar en daar op Sam en dan kunnen wij dus niks vinden. Ik denk dat ik de helft van mijn vragen niet kan vinden op Sam.	Antwoord Sam	Sam
5	21	(R5) Ik zou de afdelingen nooit direct mailen.	Contact hoofdkantoor	Contact met hoofdkantoor
5	23	(R5) Ja. Ik stel wel dagelijks vragen aan Etos-filiaal.	Contact andere Etos-filiaal	Contact andere Etos-filiaal
5	28	(R5) Het is fijn dat Questie er is maar ik mis wel een telefoon, vroeger kon je gewoon bellen en had elke afdeling een telefoonnummer. En nu praat je tegen een computer en dan krijg je een antwoord terug waarvan ik denk heb je dat wel gelezen. Het duurt mij te lang en het is te onpersoonlijk.	Missen van telefonisch contact	Persoonlijk contact
5	49	(R5) Ik vind het formulier begrijpelijk, omdat ik snap waar de onderwerpen voor staan.	Begrijpelijkheid formulier	Beoordeling formulier
5	64	(R5) Ik denk dat ik wel 80% in de categorie overig plaats, dat is wel erg he.	Percentage overig	Hoeveelheid categorie overig

5	66	(R5) Ik plaats veel vragen in de categorie over, er zijn toch veel vragen die niet tussen een van die onderwerpen staat.	Rede categorie overig	Categorie overig
5	74	(R5) Van de categorie 'overig' baal ik altijd een beetje van. Overig is altijd een beetje een slap aftreksel van iets en dat duurt ook het langst dan moeten de mensen die erachter zitten de juiste afdeling zoeken	Motivatie gebruiken categorieën	Motivatie gebruiken categorieën
5	77	(R5) Dus eigenlijk zouden er meer kopjes onder moeten staan.	Meer kopjes in formulier	Categorie toevoegen
5	85	(R5) Ja zeker. Ik neem altijd de tijd om het formulier in te vullen.	Tijd om formulier in te vullen	Motivatie gebruiken categorieën
5	91	(R5) Ik zou mijn vragen vaker onder een categorie plaatsen wanneer er meerdere kopjes zouden zijn.	Meer kopjes in formulier	Categorie toevoegen
6	20	(R6) Maar probleemoplossende dingen die echt inhoudelijk zijn per winkel, die antwoorden kan ik niet vinden op Sam. Laat ik zeggen 50/50. Ik kan wel eens wat vinden maar niet altijd.	Antwoord Sam	Sam
6	26	(R6) Soms heb ik de tijd om te zoeken op Sam en dan soms raak ik gefrustreerd en maak ik alsnog een Questie of ik vind het maar dan heeft het mij veel tijd gekost.	Antwoord Sam	Sam
6	31	(R6) De mogelijkheid tot contact met het hoofdkantoor is er bijna niet, maar ik doe heel veel via onze groepsapp van franchisenemers.	Contact hoofdkantoor	Contact met hoofdkantoor
6	35	(R6) Ik weet niet of de mensen op hoofdkantoor winkelervaring hebben maar ik heb gevoel alsof die heel ver weg staan van de praktijk. In de app zitten mensen die op de werkvloer zitten en die hebben het al ervaren en die weten het al. Die weten het vaak sneller dan dat het hoofdkantoor het weet.	Verskil in kennis	Verskil in kennis hoofdkantoor/winkel
6	40	(R6) Ik denk dat Questie niet functioneert puur door kennis of door communicatie. Dus of wij stellen de vragen niet duidelijk genoeg of zij interpreteren de vraag niet. Maar ik krijg echt soms wel eens antwoord dat ik denk nou hier kan ik echt niks mee.	Tevredenheid antwoord Questie	Beoordeling Questie
6	56	(R6) Ik stuur bijna elke dag een Questie.	Hoeveel Questie aanmaken	Hoeveelheid Questies
6	61	(R6) Het gebeurt zelden dat je dezelfde dag een antwoord hebt.	Responsetijd	Responsetijd
6	64	(R6) Nou weet je, eigenlijk heel eerlijk vind ik niks goed aan Questie. Ik vind het een omslachtig systeem en het werkt niet goed op de iPad.	Tevredenheid Questie	Beoordeling Questie
6	69	(R6) Al die rubrieken die ze aangeven hoeven ze van mij niet te doen, niemand gebruikt dat. Ik doe het gewoon allemaal in overig. Anders moet je weer gaan zoeken.	Categorie bruikbaarheid	Beoordeling categorieën
6	73	(R6) Ik heb ook geen vertrouwen in Questie, ik heb altijd het idee dat de verkeerde mensen het lezen en dat niet weten.	Vertrouwen in Questie	Beoordeling Questie
6	76	(R6) Ik werk liever met een telefoon. Dan word ik sneller geholpen.	Telefonisch contact	Persoonlijk contact

6	98	(R6) Ja ik vind het belangrijk om een vraag in een categorie te plaatsen want ik ga ervan uit dat de ontvanger niet meer hoeft te denken waar ze de vraag heen moeten sluisen want dat heb ik al gedaan.	Belangrijk om vraag in categorie te plaatsen	Motivatie gebruiken categorieën
6	102	(R6) Het liefst zou ik nog een categorie actie willen hebben, want wij hebben heel veel actie.	Categorie actie	Categorie toevoegen
6	106	(R6) Ik denk dat ik 90% van de vragen in de categorie overig plaats.	Percentage overig	Hoeveelheid categorie overig
6	108	(R6) Ik gebruik de categorie overig voor de snelheid, ik hoef niet te zoeken, ik heb meteen een formulier voor me.	Rede categorie overig	Categorie overig
7	11	(R7) Ik spit Sam altijd wel door. Dus ik lees Sam eigenlijk altijd maar ga niet onderzoek naar informatie.	Informatie Sam	Sam
7	15	(R7) Ik vraag het eerst aan een collega en dan ga ik vrij snel naar Questie om de vraag te stellen.	Vragen via Questie	Hoeveelheid Questies
7	21	(R7) Ik zie veel informatie voorbijkomen op de WhatsApp van mijn regio	WhatsApp groep	Contact andere Etos-filialen
7	27	(R7) Al mijn vragen gaan via Questie, dus dat ik 2 à 3 keer in de week.	Hoeveel Questie aanmaken	Hoeveelheid Questies
7	31	(R7) Wij gaan ervan uit dat het team die de vraag ontvangt weet wat er speelt. Maar ik heb soms het idee dat ze niet eens de folder lezen. Daar mis ik de beleving van de achterkant, die hebben geen idee wat er op de winkelvloer gebeurt.	Verskil in kennis	Verskil in kennis hoofdkantoor/winkel
7	41	(R7) Wij zitten op de winkelvloer en zij hebben alleen de administratiekennis. En uit een Questie komt altijd een vervolgvraag of een antwoord waar je niks mee kan.	Tevredenheid antwoord Questie	Beoordeling Questie
7	44	(R7) Dingen over een kassarapport bijvoorbeeld, dat duurt weken.	Responsetijd	Responsetijd
7	53	(R7) Nou en dan krijg ik terug dat het niet de bedoeling is om het hoofdkantoor te mailen en dan kan je mij niet kwader krijgen. Dan denk ik ben ik er nou voor jou of ben jij er voor mij. Ik wil gewoon even wat weten.	Contact hoofdkantoor	Contact met hoofdkantoor
7	57	(R7) Ja ik vind de responsetijd wel een probleem.	Probleem responsetijd	Responsetijd
7	66	(R7) Naja ik vind het formulier wel begrijpelijk maar het is het makkelijkste om naar overig te gaan.	Begrijpelijkheid formulier	Beoordeling formulier
7	68	(R7) De meeste vragen gaan over andere dingen dus het formulier mag dan wel iets uitgebreider als je zegt dat je vraag in de juiste categorie moet. Maar de plekken zijn voor mij onbekend, ik ken de hiërarchie niet binnen de Etos.	Begrijpelijkheid categorieën	Beoordeling categorieën
7	80	(R7) Nou ik kan natuurlijk niet zien waar die vraag terecht komt. Maar ik wil natuurlijk wel dat mijn vraag bij de juiste persoon komt. Dus ik zou wel graag de kortste route gebruiken.	Motivatie gebruiken categorieën	Motivatie gebruiken categorieën
7	87	(R7) Ik plaats 80% in de categorie overig.	Percentage overig	Hoeveelheid Categorie overig
7	89	(R7) Als ik een vraag heb over een folder, die kunnen nergens anders.	Welke vraag in overig	

7	94	(R7) Als de categorieën bekend zijn zou ik wel meer vragen in een categorie plaatsen.	Wanneer minder in overig	Categorie overig
8	18	(R8) Nee. Er staat een hoop shit op Sam waar ik niks mee heb. Er staat heel veel informatie op. Iets terugvinden is onmogelijk. Wil je iets terugzoeken lukt dat niet.	Antwoord Sam	Sam
8	33	(R8) En in de WhatsApp van onze regio stuur ik ook actuele dingen.	WhatsApp groep	Contact andere Etos-filialen
8	37	(R8) Ik ben gestopt met Questies sturen.	Geen Questie aanmaken	Beoordeling Questie
8	39	(R8) Questie werkt voor geen meter. Wat moet ik hiermee? Het kost tijd en moeite. Het is niet de eerste keer dat ik een antwoord kreeg waar ik niks mee kan.	Tevredenheid Questie	Beoordeling Questie
8	46	(R8) De responstijd is een probleem, dit duurde bijna drie weken.	Probleem responstijd	Responstijd
8	48	(R8) Nee ik kan eigenlijk niks fjns bedenken aan Questie. Vroeger kon je bellen maar nu is het helemaal niks. Ik ga niet zitten wachten. Dat doen wij buiten Etos om.	Tevredenheid Questie	Beoordeling Questie
8	54	(R8) Op het hoofdkantoor kunnen zij veel dingen niet die wij wel kunnen, zij kunnen niet alles voor 250 winkels regelen. Die weten alles uit de boeken en weten niet hoe het in de winkel gaat. Dat is slecht voor het bedrijf.	Verskil in kennis	Verskil in kennis hoofdkantoor/winkel
8	64	(R8) Korte lijnen. Als een vraag niet helder is, pak de telefoon.	Telefonisch contact	Persoonlijk contact
8	69	(R8) Er komt geen kennis en historie bij mensen. Iedereen moet het wiel opnieuw uitvinden. En dat kost geld. Als ik er een potje van maak dan voel ik dat direct. En op hoofdkantoor dan komt er gewoon een salaris binnen, of je het nou goed gedaan hebt of minder goed gedaan hebt	Verskil in kennis	Verskil in kennis hoofdkantoor/winkel
9	11	(R9) Nou als ik de zoekfunctie gebruik in Sam, lukt mij dat nooit. Dat werkt voor geen meter.	Antwoord Sam	Sam
9	15	(R9) Er staat zoveel bagger op Sam. Het is onoverzichtelijk, dat gaat helemaal nergens over.	Tevredenheid Sam	Sam
9	22	(R9) Ja we hebben WhatsApp groepen met Etos-filialen.	WhatsApp groep	Contact andere Etos-filialen
9	31	(R9) 3 keer in de week stuur ik een Questie.	Hoeveel Questie aanmaken	Hoeveelheid Questies
9	35	(R9) Zo nu en dan duurt een antwoord wel lang ja. Soms veel te lang en soms krijg je helemaal geen antwoord en dan moet je er nog een Questie achteraan sturen.	Responstijd	Responstijd
9	38	(R9) Ja ik ervaar de responstijd wel als een probleem. Je bent met iets bezig en dan wil je gewoon antwoord. En soms krijg ik antwoord en daar heb je dan niks aan.	Probleem responstijd	Responstijd
9	41	(R9) Over het algemeen ben ik eigenlijk niet tevreden over de antwoorden op Questie.	Tevredenheid Questie	Beoordeling Questie
9	43	(R9) Terwijl hij ook zou moeten weten wat er in de folder staat. Dan krijgt je een antwoord dat ze wel een EAN-nummer nodig hebben. Dus daar kan ik dan niks mee. Of de mensen van Questie zelf dat die dan	EAN-code	EAN-code

		een antwoord gaan verzinnen, ik ben niet achterlijk of zo. Dat levert heel veel irritatie op.		
9	48	(R9) Nou dat je niet makkelijk kan antwoorden. Als het hoofdkantoor goed wilt beoordelen en constant wilt monitoren dan zou je eigenlijk meteen moeten kunnen antwoorden met een duimpje	Questie monitoren	Questie monitoren
9	51	(R9) De vragen worden niet serieus genoeg genomen. Dus dan denk ik ook soms ik ga toch geen vraag meer stellen want ze geven er toch een dom antwoord op. Die irritatie wordt alleen maar hoger en de bereidheid om vragen te stellen wordt alleen maar lager.	Geen Questie aanmaken	Beoordeling Questie
9	56	(R9) Er is een taalprobleem, we praten een andere taal. Hoofdkantoor weet te weinig wat er gebeurt in de winkel en de winkel weet te weinig wat er gebeurt op het hoofdkantoor. De afstand tussen winkels en het hoofdkantoor wordt hierdoor alleen maar groter. Ik mis Etos	Verschil in kennis	Verschil in kennis hoofdkantoor/winkel
9	69	(R9) Eigenlijk kies ik altijd voor overig en als ik voor een andere categorie kies moet ik toch weer terug naar overig. Dus ik kies eigenlijk altijd voor overig.	Rede categorie overig	Categorie overig
9	77	(R9) Ik kies toch voor overig. Dus ze zoeken het daar maar uit.	Rede categorie overig	Categorie overig
9	80	(R9) Of je moet opeens een EAN-code invoeren.	EAN-code	EAN-code
9	84	(R9) Nee ik vind het niet belangrijk om een vraag in de juiste categorie te plaatsen, dat moet iemand op het hoofdkantoor moet doen	Motivatie gebruiken categorieën	Motivatie gebruiken categorieën
9	81	(R9) 95%, eigenlijk bijna alles plaats ik in overig. Behalve mijn vracht.	Percentage overig	Hoeveelheid categorie overig
10	11	(R10) Zelden zoek ik mijn vraag op Sam	Antwoord Sam	Beoordeling Questie
10	19	(R10) Ik haal ook wel informatie uit de WhatsApp.	WhatsApp groep	Contact andere Etos-filiaalen
10	25	(R10) Nee ik stuur geen vragen in via Questie. Nee dat vind ik helemaal niks.	Geen Questie aanmaken	Beoordeling Questie
10	28	(R10) Maar ik vind het niet echt iets. Ik vind het vooral dat ik onzinnige antwoorden krijg, daar irriteer ik mij vooral aan.	Tevredenheid Questie	Beoordeling Questie
10	34	(R10) Ik denk dat ik een keer per maand een Questie stuur.	Hoeveel Questie aanmaken	Hoeveelheid Questies
10	41	(R10) Ik heb met Questie geen goeie ervaring, ik krijg altijd een tegenvraag, waarmee ik iets moet doen.	Tevredenheid antwoord Questie	Beoordeling Questie
10	45	(R10) Ik vind dat als iets onduidelijk is, dat ze gewoon het filiaal moeten bellen.	Telefonisch contact	Persoonlijk contact
10	47	(R10) En als ik dan wel een Questie aanmaak dan krijg ik terug dat ze het EAN-nummer willen hebben terwijl ik een Questie aanmaak om ze te helpen. En dan denk ik laat maar.	EAN-code	EAN-code
10	56	(R10) Maar als ik een keer in de maand een Questie aanmaak is dat echt wel serieus. Dus dan moet je even bellen als je de kern van het probleem niet snapt. En daarna of de vraag naar tevredenheid is beantwoord. Dus	Questie monitoren	Questie monitoren

10	66	die er dan een duimpje bij of een cijfer. Ik mis gewoon persoonlijk contact (R10) Het invullen van het formulier vind ik geen probleem.	Begrijpelijkheid formulier	Motivatie gebruiken categorieën
10	77	(R10) Ik plaats bijna alles in overig.	Percentage overig	Hoeveelheid categorie overig
10	80	(R10) Als er iets mis is dan bel ik de fabrikant zelf wel. Ik kan het eigenlijk zelf wel beter. Ik doe alles in belang van de klant.	Heft in eigen handen	Beoordeling Questie
10	84	(R10) Doe niet panisch over telefoneren, ik denk dat het heel normaal is. Volgens mij zijn we collega's en daar kunnen we denk ik een heel groot voordeel uit halen.	Telefonisch contact	Persoonlijk contact

Bijlage 5 Codeboek inhoudsanalyse

Tabel 10

Codeboek inhoudsanalyse

Categorieën	Definitie	Voorbeeld	Codes
Corona	Dit betreft alle vragen die betrekking hebben tot Corona, zoals de levering van mondkapjes, procedures over het dragen van 1,5e meter hesjes of zieke collega's	Beste collega, een medewerker komt net terug uit Kroatië. Code oranje. We laten haar nu 2 weken in quarantaine. Vandaag gaat zij testen. Nu heb ik begrepen dat er na 1 test nog geen echte duidelijkheid is. Wat zijn de procedures? Mvgr	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
MyHR/ personeelszaken	MyHR is het HR-systeem, hier kunnen alle personeelszaken in geregeld worden. Zoals salarissen, het aanpassen van gegevens, het overplaatsen van een werknemers, het ontvangen van een werknemersverklaring of informatie over een opleiding binnen de Etos	Goedemiddag, Klopt het dat nieuwe medewerkers geen <i>e-learning</i> s moeten maken? Ik heb meerdere nieuwe werknemers aangenomen en aangemeld als aankomend verkoper maar de enige elearning die bij hun er in staat is: veilig werken in de winkel. Klopt dit? En waarom zijn de "normale" <i>e-learning</i> s eruit gehaald? Vr gr	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
G4S	G4S is het geldtransportbedrijf. Vragen betreffen het ophalen van het geld, de datum dat het geld wordt opgehaald en het contact met G4S.	Goedemorgen collega, dinsdag 25-02-2020 zou iemand van G4S langskomen om de sleutels te controleren en eventueel sleutels in ontvangst te nemen. Tot op heden heb ik nog niemand daarvoor gezien. Loopt de planning uit of zijn er andere problemen waardoor ze nog niet langs zijn gekomen? Groetjes	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Online bestellingen	Dit betreft vragen over producten die klanten online hebben besteld en in de winkel hebben laten bezorgen. Deze producten zijn bijvoorbeeld nog niet opgehaald door de klant of dit product is twee keer binnengekomen.	Op 5-8-2020 hebben we een online bestelling ontvangen van mevr. Jansen, 001013873 tot op heden is het pakket niet opgehaald. Graag wil ik hiervoor een retouropdracht geven. Mvg	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Kassasysteem	Dit zijn vragen over problemen met het kassasysteem. Zoals vragen over werknemers	Goedemorgen, onze beide kassa's zijn erg	0 = niet aanwezig

	die niet meer in het systeem kunnen of een traag kassasysteem.	traag bij het afrekenen. Kan dit verholpen worden?	1= wel aanwezig 0 = niet aanwezig
Storing	Het melden van of een vraag over een storing in een systeem.	Zondagavond is er een storing geweest (melding: voor deze periode is geen initiële declaratie gedaan) waardoor Kassa 1 niet geteld kon worden. Wij hebben deze maandagavond geteld en is er een kasverschil ontstaan van +? 542.88. Na uitzoeken is dit het initiële inleggeld van de kassa. Is het mogelijk dat dit door de storing op 0 is gezet? En hoe krijgen we dit verschil nu weg?	1= wel aanwezig
Folderverspreiding	De Etos-winkels geven door wanneer er een klacht is vanuit de klant dat zij geen folder van de Etos thuis ontvangen. Deze klachten kunnen onder deze categorie geschaard worden.	Goedemorgen, alweer klacht over folderverspreiding XXXX-huisnummer X geen folder al lange tijd niet. Graag actie, zie verleden met verspreider. Ik wil er graag snel bij zijn om niet weer 1 jaar bezig te zijn om het op de rit te krijgen svp actie!	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Productkwaliteit	Klachten of opmerkingen over de kwaliteit van een product, ook vragen over de tht (ten minste houdbaar tot) kunnen hier geplaatst worden.	Een klant vraagt zich af wat het alcoholpercentage in de Etos handgel is. Dit staat namelijk niet op de verpakking vermeld.	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Spaarkaarten/ klantkaart	Vragen over de zegels die klanten ontvangen en het inleveren van spaarkaarten.	Goedemorgen, hij schrijft geen punten meer bij op de klantenkaarten. Ze zijn wel geregistreerd. Mvg	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Actie			
Premia	Een premia is een gratis artikel die een klant ontvangt bij aankoop van een product. Vragen die bij premia horen gaan over welk product dit is en wanneer en hoe die ingezet moet worden.	Hallo. We mogen alle klanten een ansichtkaart met een pakje zakdoekjes meegeven, moet ik de zakdoekjes zelf afboeken en welke dan want ik heb niks gratis binnen gekregen.	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Communicatiematerialen	Dit betreffen materialen om actieartikelen onder de aandacht te brengen, zoals posters of actiekaartjes. Winkels hebben deze materialen niet ontvangen of vragen hoe deze ingezet kunnen worden.	Beste collega, Kan het kloppen dat wij geen actiematerialen hebben ontvangen voor week 6? Geen folders, plafondhanger en schapkaarten. Graag	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig

Onjuiste informatie in folder	Dit betreffen vragen over actieproducten wanneer deze niet corresponderen met de folder.	willen we deze alsnog toegestuurd krijgen. Meerdere klanten in de winkel gehad die hadden gezien dat je bij Etos een proefverpakking van vitalize darmbalans voor 2,95 zou kunnen kopen. Heb hier niets over gelezen of gezien. Bij jullie hier iets over bekend.	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Display	Een display is een los stelling in de winkel, waar producten in liggen.		
Niet geleverd	Wanneer een display niet geleverd is aan een winkel, vraagt de winkel deze aan via Questie.	Hallo ik heb de tweede display voor de Etos make-up niet ontvangen en ook niet de bijbehorende strip. Vorige keer heb ik waarschijnlijk ook geen bakje voor de lip pencils ontvangen.	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Breuk	Dit betreffen vragen of opmerkingen over een display die kapot is gegaan. Ook vragen of opmerkingen of displays die kapot zijn geleverd kunnen hieronder geschaard worden.	Beste collega, Na de sokkel die uit elkaar viel hebben wij een nieuwe opgestuurd gekregen. Helaas blijft ook deze niet goed plakken. Of we het nou goed aandrukken of niet. Is het mogelijk om een nieuwe goede opgestuurd te krijgen.	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Werking display	Dit betreffen vragen over hoe een display ingericht dient te worden, hoe deze ingezet moet worden of in elkaar gezet moet worden.	Beste collega, Nu de atkins repen liggend moeten worden geplaatst in de health d is mijn vraag of we de display nog moeten bewaren waar ze voorheen in zaten? Mvg.	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Bestellingen			
Zelf bestellen	Dit zijn vragen over bestellingen die gedaan worden via het distributiecentrum. Bijvoorbeeld wanneer een product weer besteld kan worden, waarom er teveel of te weinig is geleverd en als de winkel extra producten wilt bestellen.	Goedemiddag, Wanneer komen er nieuwe leveringen van de mondkapjes? En als er weer een levering komt, krijgen we dan weer volop voorraad? Wij hebben al bijna 2 weken niks ontvangen. Het gaat met name om de 10 en 20 stuks. Hoor graag van jullie. Met vriendelijke groet	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Automatisch bestellen	De producten worden voor de meeste winkels automatisch besteld op basis van hun verkoopcijfers. Vragen hierover kunnen hieronder geschaard worden.	Goedemorgen, Waarom zit er op de Weleda producten een bestel limiet? Op een 1+1 actie	0 = niet aanwezig

		is dat niet handig als je bijna niets mag bestellen. Vr gr	1= wel aanwezig
Worp	Een worp is een schap in de Etos-winkel. Vragen hierover betreffen het inrichten van een worp of benodigdheden bij een worp.		
Mistral	Mistral is een bepaalde winkelindeling, met een vernieuwde uitstraling. De verbouwingen in de winkels zijn tot heden bezig.	Niet gevonden.	0 = niet aanwezig
Regulier	Andere vragen over de indeling van de schappen kunnen onder regulier geschaard worden.	Goedemorgen, Is het ook mogelijk een worpschets te krijgen van de WORP STOX. Op SAM staat dat wij deze artikelen kunnen bestellen via een B-correctie, maar ik zou ook graag de worpschets willen hebben, zodat ik ze meteen goed kan presenteren. Alvast dank. Groet	1= wel aanwezig 0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Vracht			
Vracht vertraging	Hieronder vallen de acute vragen over de vertraging van de levering.	Mijn vracht staat gepland om 7 uur maar is er nog niet.	0 = niet aanwezig
Vracht levering	Vragen over de levering van de vracht, zoals hoeveelheid containers, de leverlocatie en de leverdag.	Beste collega, wij hebben 5 containers ontvangen i.p.v 6 containers. Wij missen dus 1 container. Graag even reactie. Mvg	1= wel aanwezig 0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Containers retour	De aanvraag vanuit de winkels om containers te retourneren naar het distributiecentrum.	Goedemiddag collega, ik wil graag voor maandag 6 januari 4 containers retour sturen. Groeten	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Vracht retourneren	De vracht/artikelen die weer mee terug genomen worden, bijvoorbeeld wanneer een winkel grote hoeveelheden binnen hebben gekregen van een product. Betreft dus niet hele containers.	Goedemorgen, Door een fout/miscommunicatie bij de AH bij het aannemen van onze vracht zijn helaas de retourneren niet meegegaan. Ze zijn wel al aangemeld in ROS, is het mogelijk dat bij het volgende levermoment de retournerenmeegenomen worden? Ik hoor het graag!	0 = niet aanwezig 1= wel aanwezig
Scanprobleem			
Actie scant onjuist	Wanneer een actie niet juist scant, dus bijvoorbeeld 20% ipv 50% of 1+1 ipv 50%.	Goedemorgen, De actie van de unicaura scant niet goed! De actievorm is 1,-	0 = niet aanwezig

		p.st. en scant 1+1 gratis EAN: 8718951298965 Unicura balans EAN: 8718951299085 Unicura Mild Het gaat om alle soorten. Vriendelijke groet	1= wel aanwezig
Actie scant niet	Wanneer een actie helemaal niet scant dus de kassa de normale prijs aangeeft wanneer het product gescand wordt.	Goedendag, Alle haarkleuring is 1+1. Echter scant de Etos haarkleuring geen korting! Wat is hier de reden voor?? Groet	0 = niet aanwezig
Product scant onbekend	Wanneer een product 999 of 666 scant komt het product niet voor in het kassasysteem. Deze moet toegevoegd worden op het hoofdkantoor.	Goedemiddag, Het roze inpaktasje van de kerstverpakkingen van 0,30 ct scant code 999, de cadeaudoos en triangel tas scannen wel gewoon. Heb geen eancode (staat in het selectiemenu) vriendelijke groet	1= wel aanwezig
Winkel benodigheden			
Weekpost	Weekpost zijn alle folders, actiekaartjes en posters die winkels ontvangen. Vaak geven winkels aan dat ze deze niet ontvangen hebben.	Wij hebben nog geen post van week 27 ontvangen met de nieuw prijswijzigingen en worpen wijz, Kan deze nog worden opgestuurd?	0 = niet aanwezig
Verpakkingsmateriaal	Dit zijn de benodigheden om producten te verpakken. Zoals cadeauverpakkingen, plasticfolie. De winkel vraagt verpakkingsmateriaal aan via Questie.	Goedemiddag, Tegenwoordig maken we gebruik van de foliezakjes maar ook pakken we regelmatig pakketjes in voor de klanten. Is er nog inpak folie op een rol te bestellen? Ik hoor het graag!	1= wel aanwezig
Schapkaartjes	Dit betreffen vragen over de kaartjes die de prijs aangeven. Dit betreffen voornamelijk opmerkingen van winkels die deze niet hebben ontvangen.	Oral-B voordeel pakken staan in de folder maar we hebben geen actie schapkaartjes gekregen. Worden ze nog opgestuurd?	0 = niet aanwezig
Bedrijfskleding	Vragen over het bestellen van bedrijfskleding en wanneer kleding weer besteld kan worden.	Ik wil graag bedrijfskleding bestellen maar dit kan niet. Kan dit kloppen! Gr	1= wel aanwezig
IPad	Vragen over het functioneren van de IPad.	Goedemorgen, De IPad heeft een update gedaan, nu gaat hij niet meer aan, wij krijgen alleen een scherm met Hallo in alle talen, druk op huisknop, maar als wij dat doen	0 = niet aanwezig
			1= wel aanwezig

Bijlage 6 Instructies + scenario's hardop-werkmethode

Zoals gemaild naar participanten

De instructies

Ik wil je vragen om eerst even naar het formulier te gaan via het linkje in de mail die ik heb gestuurd en even rustig naar de site te kijken. Je mag hierbij al beginnen met hardop denken. Tijdens het bekijken van het formulier, het lezen van de scenario's en het invullen van het formulier heb je alle tijd om hier rustig naar te kijken. Wanneer je het formulier hebt bekeken, kan je zo beginnen met het lezen van scenario 1. Probeer je in te leven in het scenario. Vervolgens ga je naar aanleiding van het scenario het Questie formulier invullen, zoals je dat gewoonlijk ook zou doen. Het is hierbij van belang dat je je gedachten hardop verwoord. Wanneer je het formulier hebt doorlopen ga je terug naar deze instructies en begin je met het lezen van scenario 2. Zo ga je door tot je alle vier de scenario's hebt gelezen en hebt gekoppeld in het formulier. Tijdens het invullen van het formulier mag je het scenario gerust nogmaals lezen.

Scenario 1

Een vrouw heeft op maandag een mascara van Maybelline gekocht van 11,50 euro. De volgende dag komt de klant terug in de winkel. Ze geeft aan dat zij een gevoelige reactie heeft gekregen nadat zij de mascara heeft gebruikt. De klant geeft aan dat zij last heeft gekregen van jeuk en roodheid rond haar ogen. Je hebt de klant geholpen bij het uitzoeken van een andere mascara en deze geruild voor de Maybelline mascara. Nadat je de klant geholpen hebt, wil je een melding maken bij het hoofdkantoor door een Questie te sturen. Het EAN-nummer is 1100024399763, het Orin-nummer is 863209823 en de batch- en productiecode is 9030362.

Scenario 2

Vandaag is de Kneipp men douchegel in de actie gegaan. Een mooie actie waarbij de klant het tweede product gratis krijgt. Vrij snel komt de eerste klant die gebruik wil maken van deze actie. Een man komt bij de kassa met twee Kneipp douchegels. Wanneer je de twee producten scant, zie je echter de prijs van twee douchegels staan. Het blijkt dus dat de actie niet in het kassasysteem staat. Handmatig kan je de prijs aanpassen voor de klant, maar dit kost extra tijd. Om het probleem op te lossen maak je een Questie aan. Het EAN-nummer van dit product is 5410091754976.

Scenario 3

Sinds vorige week is er een nieuwe medewerker in dienst. Je zou voor haar graag een nieuw shirt bestellen om in te werken. Je kan alleen nergens de bestellijst vinden voor kleding. Al meerdere malen heb je gezocht maar het lukt je helaas niet om kleding voor je nieuwe medewerker te bestellen. Je maakt een Questie aan om te vragen hoe je bedrijfskleding kan bestellen.

Scenario 4

Naast dat je veel klanten in de winkel ontvangt, zijn er ook klanten die producten online bestellen. Een keuze die klanten hierbij hebben is om hun bestelling in een Etos-winkel te laten bezorgen en daar op te halen. Vijf weken geleden is er een pakketje in je winkel bezorgd voor Roos Klaver. Tot op heden heeft Roos Klaver het pakketje niet opgehaald. Het bestelnummer is 000571330. Je hoopt dat het pakketje teruggestuurd kan worden naar het distributiecentrum zodat Roos haar geld terug kan krijgen. Je weet alleen niet wat de werkwijze hiervoor is. Je maakt een Questie aan om dit te vragen.

Bijlage 7 Instructies afname + aanvullend interview

Hardop-werkmethode

Bedankt dat je wilt deelnemen aan dit onderzoek. In dit onderzoek wil ik graag te weten komen hoe je Questies zou insturen via het formulier. Het is de bedoeling dat je dit op een speciale manier gaat doen, namelijk door hardop te denken. Dit betekent dat je alles wat je denkt tijdens het invullen van het formulier hardop uitspreekt. Er zullen schermopnames gemaakt worden en je stem zal worden opgenomen, zodat deze op een later tijdstip geanalyseerd kunnen worden. Alle gegevens worden geanonimiseerd en vertrouwelijk behandeld.

Deelname

Geef je toestemming voor het maken van schermopnames tijdens het onderzoek? Geef je daarnaast toestemming voor het gebruik van de geanonimiseerde gegevens voor onderzoeksdoeleinden?

Ja/nee

Ten tweede, stem je vrijwillig in met de deelname aan dit onderzoek? Je behoudt daarbij het recht deze instemming weer in te trekken zonder dat je daarvoor een reden hoeft te geven. Ga je daarmee akkoord?

Ja/nee

De opdrachten

Je krijgt zo dadelijk vier Etos-gerelateerde vragen aangeboden. Ik stuur je zo een link naar het formulier waar je deze vragen kunt invullen. Het invullen van het formulier doe je op een speciale manier, namelijk door hardop te denken. Alles wat je leest in de instructies en op het formulier lees je hardop en alles wat je denkt tijdens het invullen van het formulier, spreek je ook hardop uit. Doe alsof ik er niet ben en je tegen jezelf praat. Het is wel belangrijk dat je zo veel mogelijk door blijft praten. Als je een tijdje stilvalt, zal ik je eraan herinneren om hardop te blijven denken. Tijdens het onderzoek kan ik geen vragen beantwoorden. Mijn taak is observeren, aantekeningen maken en je eraan herinneren om te blijven spreken.

Voordat we beginnen met de opdrachten wil ik nog even benadrukken dat ik niet jou, maar het formulier willen testen. Als het niet zo goed lukt om een formulier in te vullen, dan ligt het niet aan jou, maar aan het formulier. Nadat je de Questies heeft ingestuurd, stel ik nog enkele vragen over je ervaring met het invullen van dit formulier.

Heb je nog vragen over wat we gaan doen?

Dan mag je nu het bestand met daarop de vragen en het formulier openen. Wanneer je de eerste vraag in het formulier hebt ingevuld mag je gaan beginnen aan de tweede vraag en zo door.

Tijdens de hardop-werksessie

Per opdracht bijzonderheden noteren (zoals computer die vastloopt, mensen die de sessie (onbedoeld) verstoren door binnen te komen, etc.). Alleen antwoord geven op vragen van technische aard (d.w.z. wanneer de computer vastloopt). Bij overige vragen aangeven dat het niet de bedoeling is dat je de participant helpt. Indien de participant stilvalt in principe niets doen. Bij langdurig stilvallen (ongeveer een halve minuut) de participant aanmoedigen met ‘probeer wel hardop te blijven denken’.

Aanvullend interview

1. Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?
2. Je twijfelde op punt X, wil je dat toelichten? <Alle punten aanhalen>
3. Wat vond je van de categorisering in Questie?
4. Denk je dat je de scenario's hebt kunnen koppelen aan de juiste categorie?
5. Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?
6. Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?
7. Zie jij voordelen van dit formulier ten opzichte van het huidige formulier dat je gebruikt om een Questie in te sturen?
8. En zie je nadelen?
9. Voor wat voor soort vragen zou je de categorie overig gebruiken?
10. Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?
 - a. Minder snel dan in het huidige formulier?
11. Hebben de instructies je geholpen bij het invullen van het formulier?
 - a. Waarom wel/niet?
12. Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?
13. Wat vond je van de manier van werken?
14. Heb je nog overige opmerkingen?

Bijlage 8 Transcripten hardop-werksessies

HOW-respondent 1

Winkelmanager Etos-eigen winkel Harderwijk

Leeftijd respondent: 37

Geslacht: vrouw

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum: 24-11-2020 11:00

Duur: 22:24

- 1 *Danique leest de instructies voor*
- 2 *R1 leest de instructies en scenario 1 voor*
- 3 Dat was het scenario. Nu mag ik het Questie formulier invullen. In de mail kan ik geloof ik het linkje
- 4 vinden naar de website.
- 5 *Opent de website naar het formulier* Stuur je vraag in via Questie. Wil je dat wij je vraag zo snel
- 6 mogelijk beantwoorden plaats je vraag onder een van deze onderwerpen zodat je vraag direct bij de
- 7 juiste afdeling terecht komt. Productkwaliteit, actie, scanprobleem, HR-vraag, transport. Dan ga ik naar
- 8 productkwaliteit.
- 9 *Klikt op productkwaliteit* Dan kom ik bij vraag of opmerking over Etos product of vraag of opmerking
- 10 over een merkproduct.
- 11 *klikt op opmerking over een merkproduct*.
- 12 *Vult het formulier in* De houdbaarheidsdatum is bij mascara 6 maanden. Onderwerp zou ik doen
- 13 'allergische reactie Maybelline mascara'. Bij omschrijving van de klacht zou ik zetten: 'na gebruik van
- 14 de mascara van Maybelline' en dan zou ik er nog bijzetten wat het is, 'heeft mevrouw last gekregen van
- 15 rode en jeukende ogen' en ik zou er nog bijzetten dat ik het met de mevrouw heb opgelost door een
- 16 andere mascara uit te hebben gezocht en deze hebben omgeruild.'
- 17 Ik ga nu terug naar de case *klikt op de instructies*
- 18 *leest scenario 2 voor*
- 19 *gaat terug naar het formulier* Dan ga ik naar scanprobleem
- 20 *klikt op scanprobleem* En dan zie ik actie scant onjuist, stel je vraag.

21 *klikt op actie scant onjuist*

22 Bij de actieomschrijving Men Kneipp Doucheegel. Alle codes invoeren. Ik vraag mij altijd af waarom ik
23 altijd en EAN- en Orin-nummer moet invoeren. Is een van de twee dan niet voldoende. Ik zou de
24 nummers invullen. En de omschrijving is dat ik de producten heb gescand en dat de korting er niet
25 afgaat. Ik zou mij in dit voorbeeld ook afvragen of ze wel de mannen doucheegel hebben gescand. Maar
26 goed dat is voor het voorbeeld natuurlijk niet zo relevant nu.

27 *gaat terug naar de instructies en leest scenario 2*

28 *klikt op het formulier* Waar zou ik die zetten.

29 *leest nogmaals de opties* ik zou hem toch onder bestellen zetten dan, dat is niet iets wat wij regulier
30 bestellen maar de rest sluit al helemaal niet aan. Er is geen overig nu, wat we normaal wel hebben.
31 Anders had ik hem daar nu onder geschaard. Dan zou ik nu naar bestellen gaan.

32 *klikt op bestellen* Dan ga ik naar zelf bestellen.

33 *klikt op zelf bestellen* Ik zou de Orin-nummers en EAN-code niet in kunnen vullen omdat het op
34 kleding gaat maar mijn ervaring is wel dat je dan terugkrijgt wat is het EAN-nummer of het Orin-
35 nummer. Ja die hebben we niet. Dat vind ik altijd een beetje jammer, dan denk ik als ik hem had, had ik
36 het er graag bij gezet. Maar in dit geval is dat iets lastiger. Bij de toelichting zou ik zetten dat ik meerdere
37 malen zelf gezocht had en het niet kon vinden. En of ze mij op weg kunnen helpen waar ik het wel kan
38 vinden. Ik merk ook wel dat als je nu een Questie stuurt dat je dan terugkrijgt van 'ik verwijs je naar
39 een Sam bericht' bijvoorbeeld. Dat is nu niet heel relevant maar dat is waar ik nu aan zit te denken en
40 dan staat er geen directe link bij of zo en dan een Sam bericht met de datum. En soms kan je hem dan
41 niet eens terugvinden. Dat vind ik wel onhandig. Het zou prettig zijn als er een directe link in zou staan.

42 *klikt terug naar de instructies* Scenario 4.

43 *Leest scenario 4 voor*

44 *gaat naar het formulier* Nou bij bestellen. Ik heb het net al gezien natuurlijk. Online bestelling is niet
45 opgehaald door de klant.

46 *klikt op online bestelling niet opgehaald door de klant* Nou hier zou ik haar naam invoeren en
47 daaronder het bestelnummer. En bij de toelichting dat het pakketje 5 weken geleden bij ons bezorgd is
48 maar niet is opgehaald. En of zij ervoor kunnen zorgen dat ze geld terug kan krijgen door het pakketje
49 terug te sturen. Of een eventuele andere oplossing.

- 50 *gaat terug naar de instructies* Dat was de laatste scenario zie ik.
- 51 I: Ja helemaal goed. Dan wil ik nu graag nog wat vragen stellen.
- 52 **Aanvullend interview**
- 53 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?
- 54 (R1) Super prima. Het was duidelijk.
- 55 (I) Het tweede scenario ging over dat een product niet scande. Deze heb je onder de categorie
56 scanprobleem geplaatst. Nu is ook de categorie actie erbij gekomen. Heb je erover nagedacht om dit
57 probleem daar te plaatsen?
- 58 (R1) Ja ik heb deze bij scanprobleem geplaatst omdat het een scanprobleem is, maar als ik het zo zie
59 had het ook onder actie gekund inderdaad. Het staat er zelfs bij. Ik heb slecht gelezen zie ik nu. Dat is
60 denk ik toch omdat ik dan snel antwoord wil geven. Anders had ik wat meer tijd genomen om te lezen
61 wat er allemaal stond.
- 62 (I) En het derde scenario over de bedrijfskleding. Daarbij zei je dat je die eigenlijk onder overig had
63 willen plaatsen. Nu staat die categorie er wel ergens, namelijk helemaal onderaan.
- 64 (R1) Oja zover heb ik niet gescrold in het formulier. Maar anders had ik die daar geplaatst inderdaad ja.
65 Maar dat is waarschijnlijk omdat jullie willen dat er minder in de categorie overig geplaatst wordt, omdat
66 dat meer tijd kost om naar de goede afdeling te sturen.
- 67 (I) Wat vond je van de categorisering in Questie?
- 68 (R1) Volgens mij zit alles er wel in. Dus ik vind de categorieën goed ja.
- 69 (I) Denk je dat je de scenario's hebt kunnen koppelen aan de juiste categorie?
- 70 (R1) Ik had dat gevoel van wel. Behalve dan dat ik dus de kleding in overig had willen plaatsen.
- 71 (I) Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?
- 72 (R1) Alles was duidelijk. Ik vind het ook prettig dat als je iets aanklikt dat je dan nog een splitsing krijgt
73 waar je je vraag dan weer onder kan scharen.
- 74 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?

- 75 (R1) Nou niet begrijpelijk niet zo zeer, maar ik heb nu niet zo goed gekeken als dat ik anders had gedaan.
- 76 (I) Zie jij voordelen van dit formulier ten opzichte van het huidige formulier dat je gebruikt om een
77 Questie in te sturen?
- 78 (R1) Ik denk dat de vraag zeker sneller bij de afdeling komt. Waardoor je vraag sneller beantwoord
79 wordt. Dus dat zie ik wel als een voordeel.
- 80 (I) En zie je nadelen?
- 81 (R1) Dat ik het kopje overig niet zo goed zag, haha nee grapje. Even kijken, dat je altijd een Orin-
82 nummer in moet vullen is wel een nadeel vind ik. Dat moet ik helemaal op de computer opzoeken. Die
83 zag ik ook in dit formulier weer terugkomen.
- 84 (I) Voor wat voor soort vragen zou je de categorie overig gebruiken?
- 85 (R1) Zoals net met bedrijfskleding bestellen, ik weet dat dat niet via de pda gaat maar via de pc dus die
86 had ik dan in het kopje overig gezet. Want ja ik wil het natuurlijk bestellen maar dat gaat niet via de
87 reguliere manier. Dus dan had ik om hem er op die manier in gezet. Omdat ik dacht dan komt die niet
88 bij een afdeling terecht en dan duurt het weer langer voordat de vraag aan een afdeling gekoppeld zou
89 zijn.
- 90 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?
- 91 (R1) Nee veel minder snel. Ja. Sowieso omdat de categorie overig niet prominent in beeld staat. En je
92 hebt wat meer keuzemogelijkheden en als je het aanklinkt krijg je weer subcategorieën die je ook bekijkt.
93 Als ik naar mijzelf kijk dan ga ik altijd heel veel klikken om te kijken waar ik uitkom en dat is hier veel
94 duidelijker. En als dat het dan allemaal niet is dan ga ik voor overig.
- 95 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?
- 96 (R1) Deze. Omdat het nu duidelijker is. Meer categorieën waar je uit kan kiezen en ook al eronder
97 vermeld wat voor soort vragen je er kan stellen.
- 98 (I) Wat vond je van de manier van werken?
- 99 (R1) Ik stel heel erg op prijs dat wij uit de winkel gevraagd worden hoe iets werkt. Want ik begrijp dat
100 dingen op kantoor heel handig zijn, maar dan is het voor ons wel omslachtig. En het hardop denken is
101 wel wennen en ik had wel het idee dat ik een beetje snel moest werken.

HOW-respondent 2

Winkelmanager Etos-eigen winkel in Almere

Leeftijd respondent: 42

Geslacht: vrouw

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum 24-11-2020 om 13:00

Duur: 36:36

- 102 Danique legt de instructies uit
- 103 *Respondent begint met het lezen van de instructies en scenario 1*
- 104 *Respondent opent het formulier* Is het dan productkwaliteit, een scanprobleem... dat hoort bij
105 productkwaliteit. Stel je vraag.
- 106 *Klikt op stel je vraag onder productkwaliteit*. Vragen of opmerkingen over een Etos product of vragen
107 of opmerking over een merkproduct. Het gaat over een merkproduct.
- 108 *klikt op vraag of opmerking over een merkproduct*. Dan zou ik hier het EAN-nummer en het Orin-
109 nummer invoeren. De houdbaarheidsdatum heb ik niet gekregen maar het is geen artikel met een THT.
110 Het onderwerp is 'Maybelline mascara overgevoeligheidsreactie klant'. Omschrijving van de klacht iets
111 van: 'klant heeft een Maybelline mascara gekocht maar helaas een reactie gekregen op haar huid.
112 Roodheid en jeuk om haar ogen. We hebben deze klant geholpen met een nieuwe mascara en hopelijk
113 geen overgevoeligheidsreactie meer. Is dit een eenmalig probleem of is dit vaker voorgekomen? Is het
114 handig om de leverancier in te lichten?'
- 115 *gaat terug naar de instructies en leest scenario 2*
- 116 *gaat terug naar het formulier* Oké dit is een actieprobleem. Stel hier je vraag als je
117 communicatiemateriaal mist of een actie onjuist scant.
- 118 *klikt op actie scant onjuist* Actieomschrijving is de Kneipp men 1+1 actie. Omschrijf het probleem:
119 'Actie van Kneipp men scant geen 1+1. Ik hoop dat dit opgelost kan worden. Alvast bedankt. Met
120 vriendelijke groet'. Dat zou ik doen. Dan ga ik weer terug.

- 121 *klikt op de instructies en leest scenario 3* Oké dan ga ik weer naar het formulier.
- 122 *gaat terug naar het formulier en leest de kopjes* Ja wat is dit, het is niet productkwaliteit, scanprobleem
123 ook niet, actie ook niet, HR-vraag eigenlijk ook niet, bestellen ook niet en transport is het ook niet. Ja
124 dan moet ik HR maar gaan lastigvallen. Ik ben het er niet helemaal mee eens. Ik mis het knopje overig.
125 Ja ik ga toch maar HR lastigvallen.
- 126 *Klikt op HR-vragen* En dan zou ik in het formulier zetten: goedemiddag ik hoop dat je mij kan helpen.
127 Ik moet nieuwe werkkleding bestellen. Maar helaas is de app van bedrijfskleding verdwenen. Kunt u
128 mij helpen hoe ik dit nu kan bestellen? Ik heb nodig een T-shirt maat M. Alvast bedankt.
- 129 *gaat terug naar de instructies en leest scenario 4*
- 130 * gaat terug naar het formulier en scant de kopjes* Dit valt niet onder productkwaliteit, niet onder actie,
131 niet onder scanprobleem, niet onder HR-vragen dat is bestellen. Stel je vraag over zelf bestellen,
132 automatisch bestellen of over een online bestelling van een klant. Stel hier je vraag.
- 133 Stel hier je vraag *klikt op bestellen* Zelf bestellen, automatisch bestellen of een online bestelling van
134 een klant. Nou duidelijker kan niet.
- 135 *klikt op online bestelling van een klant* De naam is Roos klaver. De toelichting is: ‘Het pakketje is na
136 5 weken nog niet opgehaald, kan deze teruggestuurd worden? Met vriendelijke groet Jacky’.
- 137 **Aanvullend interview**
- 138 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?
- 139 (R2) Opzicht wel makkelijk. Ik vond het heel overzichtelijk en duidelijk. De zin die bij de verschillende
140 categorieën staat, scheidt een hoop verduidelijking
- 141 (I) Het tweede scenario met de actie die onjuist scant, heb je onder actie geplaatst. Deze optie stond ook
142 nog onder scanprobleem. Was dit een logische route om via actie te doen?
- 143 (R2) Ja voor mij wel. Een scanprobleem is als een artikel niet scant. Er stond heel duidelijk bij dat het
144 om een actie gaat en dat het verkeerd scant. Dat het niet scant. Dus ik vond die meer bij actie passen.
- 145 (I) En het bestellen van de kleding had je liever in overig geplaatst of niet?

146 (R2) Ja als het aan bij het hoofkantoor had gelegen het probleem wel ja. Maar het zou ook een technisch
147 probleem kunnen zijn. Dan zou ik NCR bellen. Als er iemand op hoofdkantoor lag te slapen dan zou ik
148 wel voor de categorie overig gaan ja. Ik weet dat HR mij niet gaat helpen.

149 (I) Er was in het formulier wel een categorie overig, die staat helemaal onderaan.

150 (R2) Oja ik zie het, nee dat is wel heel klein. Ik snap het wel. Want hierdoor gaan mensen zich eerst
151 focussen op de grotere kopjes. Maar ik lees toch niet zo snel de kleine lettertjes. Bij de kopjes kijk ik
152 beter omdat ik daar denk oh dat is een druk gebied. Dus ik had dat niet gelezen. Waarschijnlijk als ik er
153 op druk gebeurt er wel wat maar het is niet een duidelijk knopje.

154 (I) Wat vond je van de categorisering in het formulier?

155 (R2) Ik vond de categorisering goed. Ja is wel overzichtelijk en alles zit er wel in.

156 (I) Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?

157 (R2) Ik vind alles begrijpelijk en ik vind het ook wel fijn dat als je op een vraag drukt dat je dan nog
158 twee vragen krijgt. Zo ben je toch nog even scherp op je vraag. Dus of je een vraag hebt over een Etos
159 product of een merkproduct bijvoorbeeld. Dat je dan weer een onderschepping hebt van als je daar niet
160 moet zijn dan weet je het ook gelijk. Dat zie je oh daar zit ik verkeerd.

161 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?

162 (R2) Die overige zou ik anders doen. Ik vind de tekst daarbij wel lang en het overig knopje is niet
163 duidelijk genoeg dat je daarop kan drukken. Ik zou het kort en krachtig houden. En wat is ook nog wel
164 handig is, de vraag wanneer je nou eigenlijk NCR belt. Dus een uitleg als het een technisch probleem is
165 dat je dan NCR kan bellen.

166 (I) Voor wat voor soort vragen zou je de categorie overig gebruiken?

167 (R2) Ik zou het eigenlijk niet zo kunnen bedenken wat voor soort vragen ik in de categorie overig zou
168 plaatsen eerlijk gezegd. Bijvoorbeeld wel als je NCR hebt gebeld en dat die je dan weer doorverwijst
169 naar Questie. Ik heb wel eens een link gehad bijvoorbeeld die niet werkt en dan bel ik NCR en die zien
170 dat de link offline is gezet door het hoofdkantoor. Daar hebben zij dan geen toegang voor. En net zoals
171 nu de bedrijfskleding als dat probleem bij hoofdkantoor ligt dan zou ik overig gebruiken. Maar dat zijn
172 wel uitzonderlijke dingen.

173 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?

- 174 (R2) Ja dat online bestellen zit niet in het huidige formulier bijvoorbeeld. Dus dat is dan wel fijn, dat
175 belandt anders in overig. Dus dat is nu wat specifieker, dat is nu wel top. In het oude formulier is
176 natuurlijk overig ook een categorie die helemaal in het midden staat en in dit formulier helemaal aan het
177 eind. Je kiest in het oude formulier wel snel voor overig. Dan komt die in ieder geval ergens aan denk
178 ik dan. Ik denk dat de nieuwe je wat rustiger maakt en dat je wat meer bewust gaat kiezen.
- 179 (I) Hebben de instructies je geholpen bij het invullen van het formulier?
- 180 (R2) Ik had het zonder de instructies ook wel gered. Zo duidelijk is het formulier.
- 181 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?
- 182 (R2) Nou in het huidige formulier is wel minder die onderverdeling in de categorieën en daar weer
183 achter. Ik vind dit formulier wel wat rustiger over komen. Ik vind dat in het huidige formulier de plaatjes
184 afleiden van je doel, denk ik. Ik vind dit wel fijn.
- 185 (I) Wat vond je van de manier van werken?
- 186 (R2) Ik praat nogal veel in mijzelf dus dat valt wel mee. Dat ging wel natuurlijk.
- 187 (I) Heb je nog overige opmerkingen?
- 188 (R2) Nee ik kan niks bedenken. Eerlijk is eerlijk.

HOW-respondent 3

Winkelmanager Etos-eigen winkel in Bussum

Leeftijd respondent: 38

Geslacht: vrouw

Interviewer: Danique Menger (I)

Datum: 24-11-2020

Duur: 25:35

- 1 Danique leest de instructies voor
- 2 *Leest de instructies en scenario 1*
- 3 *Opent het formulier en scant de kopjes* Het zijn wel duidelijke kopjes. Volgens mij mis ik ook geen
- 4 kopjes. Ik vind het allemaal wel overzichtelijk.
- 5 *Opent productkwaliteit* Vraag opmerking over Etosproduct, vraag of opmerking over een
- 6 merkproduct, dan ga ik naar merkproduct toe.
- 7 *Klikt op vraag of opmerking over een merkproduct* Daar vul je het Orin-nummer, EAN-nummer en
- 8 de batchcode in. Een houdbaarheidsdatum heeft een mascara niet, behalve als deze al geopend is.
- 9 Onderwerp schrijf je dan klacht Maybelline mascara en de omschrijving van de klacht wat de klant heeft
- 10 meegemaakt.
- 11 Ga ik naar scenario 2 *klikt terug naar de instructies en leest scenario 2*.
- 12 *Gaat terug naar het formulier* Dan zie ik daar actie onjuist scannen, dus dan ga ik naar actie toe
- 13 *klikt op actie* Actie scant onjuist *klikt op actie scant onjuist* Nou dan is het onderwerp Kneipp
- 14 douchegel en kan je ook al de EAN-nummer in vermelden. Omschrijving van het probleem van het
- 15 product scant geen actieprijs en dan druk je op verzenden.
- 16 *klikt terug naar de instructies en leest scenario 3*
- 17 *Klikt op het formulier en scant de pagina* Dan moet ik even kijken want ik vind, dan ga ik naar HR-
- 18 vraag. Ik kan even kijken bij HR-vraag. *klikt op HR-vraag* Nee daar zit het niet. Bij bestellingen staat
- 19 die ook niet tussen. Nee die moet onder overig denk ik, dat denk ik wel. Ik zou bij andere collega's gaan

20 informeren. Ja ik denk dat deze bij overig hoort. Die zie ik zo niet staan dus ik ga maar door naar scenario
21 4.

22 *Klikt op de instructies en leest scenario 4* Oké even kijken

23 *gaat naar het formulier* Bestellen en dan online bestellingen die niet zijn opgehaald door de klant
24 *klikt op bestellen en vervolgens op bestellingen die niet zijn opgehaald door de klant*. Dan stel je de
25 vraag met de naam van de klant en het bestelnummer. Ik doe de toelichting wel altijd uitgebreid, dat het
26 al 5 weken is en dat het in de weg ligt bijvoorbeeld.

27 **Aanvullend interview**

28 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?

29 (R3) Wel makkelijk. Ik denk dat ik doordat ik al lang bij Etos zit ik ook wel meer weet waar dingen
30 moeten en waar het dan heen gaat. Ik vind het duidelijk en overzichtelijk, alleen die kleding kon ik niet
31 makkelijk plaatsen. En ik was even benieuwd naar het automatisch bestellen. En ik vind dat dat wel de
32 aandacht moet hebben. Dus ik wil even snel kijken wat er onder dat kopje staat. Oja ik kan daar ook wel
33 onder automatisch bestellen dingen plaatsen. Het kost ons heel veel tijd om al de EAN-codes in te
34 moeten voeren.

35 (I) Wat zou daar een oplossing voor kunnen zijn?

36 (R3) Ja het loopt van 2 kanten niet. Maar dat is natuurlijk niet echt van toepassing op dit formulier. Ik
37 merk wel de laatste 2 weken dat er sneller gereageerd wordt.

38 (I) Je zei inderdaad bij de bedrijfskleding van die had ik anders in overig geplaatst. Helemaal in het
39 begin las je de tekst voor van 90% van de Questions kan in een categorie geplaatst worden en anders kan
40 het in overig. Daar zat wel een linkje aan vast, aan het woord overig. Die was je niet opgevallen?

41 (R3) Oja. Nee ik had niet gezien dat dat een linkje was. Daar heb ik overheen gelezen. Maar ik snap het
42 ook wel. Dat je die overig ook klein maakt, want anders wordt er te snel gedrukt op die overig.

43 (I) Dus denk je dat het wel goed is dat je even moet zoeken naar de categorie overig?

44 (R3) Ja want je gaat er wel eerst over nadenken. Ik denk dat mensen heel snel op overig drukken en dan
45 moeten jullie weer gaan filteren van waar hoort die bij. Dus dat snap ik wel ja. Alleen hij staat wel echt
46 in de context daaronder nu. Dus als ik hem aanklik krijg ik het formulier wel inderdaad. Ik denk dat daar
47 nog wel vragen over kunnen komen, dat mensen zeggen ik weet niet waar ik het in moet plaatsen.

- 48 (I) Oké dus de categorie overig mag misschien iets meer aanwezig?
- 49 (R3) Ja of dat je alsnog wel een knopje overig maakt daaronder of zo. Zoiets.
- 50 (I) Wat vond je van de categorisering in Questie?
- 51 (R3) Ik vind de categorisering wel goed. Ik heb er meteen even kritisch naar gekeken van mis ik er
52 eentje of niet, nee dat niet. Productkwaliteit is natuurlijk een van de belangrijkste. Maar ik denk niet dat
53 daar de meeste Questies over gemaakt worden. Misschien kan het op alfabetische volgorde worden
54 gezet. Ik vind het formulier verder wel duidelijk. Ik vind het Questie formulier nu eigenlijk ook wel
55 duidelijk, alleen wordt er te veel op overig gedrukt, denk ik.
- 56 (I) Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?
- 57 (R3) Hij is gewoon logisch. Ja ik vind hem logisch. En er zitten geen plaatjes bij nu en ik werk hier
58 liever mee. Het is overzichtelijker. Je moet eigenlijk zo min mogelijk extra's toevoegen want mensen
59 kijken daar toch niet naar.
- 60 (I) Dus deze vind je wel overzichtelijk of staat hier ook te veel in?
- 61 (R3) Nee ik vind deze wel goed. En ook van wil je dat we je vraag zo snel mogelijk beantwoorden,
62 plaats je vraag dan onder een van deze onderwerpen. Dat zo snel mogelijk mag van mij zelfs nog wel
63 meer benadrukt worden of zo. Mensen stellen bijvoorbeeld ook vragen in Etos teams en dan denk ik
64 jongens dat is eigenlijk gewoon een Questie vraag. Dit zou ook de snelste manier moeten zijn. Het ligt
65 ook aan ons dat we het er gewoon goed erin zetten.
- 66 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?
- 67 (R3) Alleen dat het overig iets meer naar de voorgrond mag. Maar ik vind hem verder logisch.
- 68 (I) Voor wat voor soort vragen zou je de categorie overig gebruiken?
- 69 (R3) Bijvoorbeeld een Itap bestellingen, dat is geen kleding maar andere bestellingen. Dat formulier
70 was laatst niet zichtbaar, dat zou ik dan in overig plaatsen. Voor de rest is het wel aardig gefilterd denk
71 ik eigenlijk als ik het zo zie. Ook dat nu de online bestellingen zijn meegenomen, volgens mij stond die
72 er nu niet in. Dus dat is goed. Scanprobleem is nu gefilterd in regulier en actie. Transport is nu een
73 geworden.
- 74 (I) Ja omdat die vragen allemaal bij dezelfde afdeling terecht komen.

- 75 (R3) Ja dan is dat ook goed. Misschien moet je dan nu alleen iets meer typen. Omdat er geen context is
76 van een extra onderverdeling.
- 77 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?
- 78 (R3) Nee ik denk niet dat ik hier snel voor de categorie overig zou kiezen. Denk het niet. Nee want ik
79 moest er net ook even goed over nadenken wat voor vragen ik daar zou stellen.
- 80 (I) Minder snel dan in het huidige formulier?
- 81 (R3) Ja ik denk dat ik minder snel voor de categorie overig zou kiezen dan in het huidige formulier, dat
82 denk ik wel.
- 83 (I) Hebben de instructies je geholpen bij het invullen van het formulier?
- 84 (R3) Ja. Ik ga zelf ook wel nadenken wat past eronder. Maar je ziet het wel makkelijk staan ja.
- 85 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?
- 86 (R3) Ja wel deze. Ik vind dit wel beter. Dat er meer onderverdeling zit ook achter de hoofdkopjes.
- 87 (I) Wat vond je van de manier van werken?
- 88 (R3) Dat vind ik niet erg.
- 89 (I) Heb je nog overige opmerkingen?
- 90 (R3) Nee geloof het niet

HOW-respondent 4

Interviewer: Danique Menger

Winkelmanager Etos-eigen winkel in Arnhem

Leeftijd respondent: 34

Geslacht: vrouw

Datum: 24-11-2020 16:00

Duur: 24:02

- 1 Danique leest de instructies voor
- 2 *Leest de instructies en scenario 1*
- 3 *Klikt op het formulier* Even kijken dan ga ik naar productkwaliteit
- 4 *Klikt op productkwaliteit* Even zien wat ik daar heb. Dan zie ik dat ik op merkproduct moet klikken
- 5 *Klikt op vraag of opmerking over merkproduct* Nou dan kan ik het EAN-nummer en het Orin-nummer
- 6 en de batchcode daar invoeren. De houdbaarheidsdatum heb ik natuurlijk niet. En dan zou ik bij het
- 7 onderwerp zetten kwaliteit Mayebelline mascara. En dan zou ik de hele merknaam in de titel zetten ook.
- 8 En bij omschrijving van de klacht dat de klant een reactie heeft gekregen en daar zou ik bijzetten dat het
- 9 kan zijn dat het eenmalig iets is en dat de ik de klant gewoon geholpen heb volgens onze regels.
- 10 *Klikt op de instructies en leest scenario 2* Nou even kijken dan ga ik weer terug naar het formulier
- 11 *Klikt op het formulier* Dan ga ik naar actie
- 12 *Klikt op het kopje actie* Actie scant onjuist moet deze bij.
- 13 *Klikt op actie scant onjuist* Dan voer ik het EAN en het Orin-nummer heb ik niet. En bij omschrijving
- 14 van het probleem schrijf ik Kneipp douchegel staat voor 1+1 in de folder maar scant niet in de kassa.
- 15 Kan dit toegevoegd worden als actieartikel
- 16 *Klikt op de instructies en lees scenario 4* Oh dit is scenario 4. Nou dan doe ik zo scenario 3.
- 17 *Gaat terug naar het formulier* Ik zou eerst even kijken bij transport of daar de juiste vraag bijstaat,
- 18 maar daar zie ik hem niet staan. Maar ik denk toch bij transport. En dan zou ik bij het onderwerp zetten
- 19 retour aanvraag Etos online/klantbestelling. Toelichting: ik heb een online klantbestelling en die staat

20 er al 5 weken. Kan deze teruggestuurd worden naar het distributiecentrum en wat is hier de gang van
21 zaken? Wat moeten wij doen om het voor elkaar te krijgen?

22 *Klikt op de instructies en leest scenario 3*

23 Denk een HR-vraag, nee bij overige vragen. En dan zou ik bij onderwerp bedrijfskleding en bij de
24 toelichting dat ik weet dat er ergens een bestellijst is voor kleding maar ik kan hem op Sam niet vinden.
25 Kun je mij helpen waar ik deze wel zou kunnen vinden. Ik hoor het graag.

26 **Aanvullend interview**

27 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?

28 (R4) Op zich prima. Ik vind het fijn dat de kopjes die er nu bij zitten die subcategorieën zitten in de
29 huidige Questie ook. Op zich handig dat je al een beetje subcategorieën hebt als je hem opent. Maar
30 voor de rest lijkt hij ook wel heel erg op wat wij hadden. Er zijn niet heel veel dingen anders hier. Oh ik
31 zie nu het online bestellen niet opgehaald door de klant.

32 (I) Want je had die eigenlijk verwacht bij transport?

33 (R4) Ik had online bestelling van een klant bij transport verwacht omdat het gaat om beweging en ik
34 heb het niet zelf besteld.

35 (I) Bij bestellen denk je aan je eigen producten?

36 (R4) Ja precies. Maar verder is het relevant. En er staat ook bij van de 90% en doordat je ze in een
37 categorie plaatst kunnen ze sneller beantwoord worden, want anders gaan mensen altijd niet nadenken
38 en gewoon meteen voor overig.

39 (I) Dat vind je goed dat het zo staat aangegeven?

40 (R4) Ja dat vind ik goed dat dat erbij staat.

41 (I) Wat vond je van de categorisering in Questie?

42 (R4) Volgens mij is het helemaal goed. Nee de categorieën zijn goed.

43 (I) Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?

- 44 (R4) Het is gewoon wel duidelijk. Het is niet dat ik denk wel tapje moet ik nu weer hebben maar je gaat
45 gewoon rechtstreeks dus dat is goed.
- 46 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?
- 47 (R4) Nee eigenlijk niet. Vind het overzichtelijk.
- 48 (I) Zie jij voordelen van dit formulier ten opzichte van het huidige formulier dat je gebruikt om een
49 Questie in te sturen?
- 50 (R4) Hij lijkt er ook wel op. Ik vind het fijn dat actie een eigen kopje heeft gekregen. En ik dacht even
51 dat missend communicatiemateriaal er niet in zou zitten. Maar die zie ik ook onder actie. Dat is fijn dat
52 die onder actie valt nu. En ik zie dat actie scant niet ook onder scanprobleem staat. Maar ik vond zelf
53 onder actie wel logischer want een scanprobleem zie ik als een artikel die een EAN-code heeft die het
54 niet doet. Er mist een cijfertje of er is een cijfertje te veel waardoor die niet scant. Terwijl een actieartikel
55 scant wel maar de actie hangt er nog niet aan. Dus hij scant wel aan de kassa maar de actie nog niet.
- 56 (I) Voor wat voor soort vragen zou je de categorie overig gebruiken?
- 57 (R4) Bijvoorbeeld iets wat ik niet kan vinden op Sam. Iets wat ik niet kan vinden en iets wat hier dan
58 niet onder valt. Ik ben even aan het kijken. Of misschien als je een suggestie hebt voor iets. Maar in
59 principe lijkt die wel redelijk compleet. En doordat de categorie overig zo klein is gaan mensen er
60 misschien minder snel op drukken dat is ook handig. Maar daar heb ik deze van de bedrijfskleding ook
61 onder geplaatst ja.
- 62 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?
- 63 (R4) Nee omdat het wel een linkje is maar hij ziet er anders uit dan alle andere. De andere hebben
64 allemaal een zwart kader en deze is alleen dikgedrukt. In de huidige Questie neemt die gewoon een
65 prominente plek in. Dus ik denk dat heel veel mensen nu denken we gaan niet zoeken, gewoon snel
66 invullen. En dat heb je met overige nu minder omdat die helemaal onderaan staat en in de lopende tekst
67 zit, is de kans dat mensen erop gaan drukken klein. Lijkt mij.
- 68 (I) Hebben de instructies je geholpen bij het invullen van het formulier?
- 69 (R4) Ja. Ze geven net iets meer weer wat ik kan vinden daar.
- 70 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?

71 (R4) Deze de nieuwe. Omdat ik deze overzichtelijker vind dan die we nu hebben, ik hoef minder lang
72 te zoeken naar onder welk kopje ik iets ga versturen.

73 (I) Wat vond je van de manier van werken?

74 (R4) Dat vond ik wel prima.

75 (I) Heb je nog overige opmerkingen?

76 (R4) Nee ik denk dat de Questies vaker niet in de juiste postvak terecht komt en dat het begrijpend lezen
77 van zo een Questie best wel een dingetje is. En dat mensen daar een stukje frustratie in stoppen. Soms
78 zou het gewoon beter zijn als we elkaar met meer respect behandelen. Ik denk dat dat meer
79 teweegbrengt. Maar hoe groter de kans dat een Questie in het juiste postvakje terecht komt hoe sneller
80 het beantwoord wordt. En dan sturen mensen wel een hele directe boodschap, dus dan kunnen we wel
81 allemaal mopperen op RTO maar je moet zelf ook wat meer de tijd nemen en een duidelijke boodschap
82 sturen.

HOW-respondent 5

Interviewer: Danique Menger (I)

Verkoop coördinator Etos-eigenwinkel in Arnhem

Leeftijd respondent: 29

Geslacht: vrouw

Datum: 24-11-2020 16:30

Duur: 22:03

- 1 Danique leest de instructies voor
- 2 *Respondent leest de instructies en scenario 1*
- 3 *Respondent opent het formulier* Dan ga ik naar productkwaliteit natuurlijk naartoe.
- 4 *Klikt op productkwaliteit* En dan is het een merkproduct
- 5 *Klikt op vraag of opmerking over een merkproduct* Nou dan zou ik daar het EAN-nummer, het Orin-
- 6 nummer en de batchcode invoeren. Onderwerp zou ik zetten klacht van klant over mascara.
- 7 Omschrijving van de klacht nu dat de mevrouw last krijgt van roodheid rond haar ogen. En meestal zeg
- 8 ik er wel al bij dat we het zelf hebben omgeruild omdat het antwoord anders vaak is dat dat mag, het
- 9 omruilen. En dat is het eigenlijk bij scenario 1.
- 10 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 2* Ja in dit geval zal ik de prijs aanpassen voor die
- 11 klant.
- 12 *Klikt het formulier open en scant de categorieën* Even kijken waar ik dan moet zijn. Oh ik zie onder
- 13 actie 'actie scant onjuist' staan.
- 14 *Klikt op actie en direct op actie scant onjuist* Actieomschrijving het gaat om Kneipp en specifiek de
- 15 EAN-code van dit product. Orin-nummer. En daarbij vermelden dat ik ervan uit ga dat het alleen die is
- 16 die dus niet scant. Dat het een actie is. Dat er een EAN-code mist in de actie, dat die niet mee scant. En
- 17 of die alsnog toegevoegd kan worden aan de actie.
- 18 *Gaat terug naar de instructies en lees scenario 3* Even kijken.
- 19 *Klikt op het formulier* Ik denk... Ik zou het bijna niet durven zeggen maar ik zou bijna zeggen HR-
- 20 vraag. Lijkt mij heel gek voor bedrijfskleding. Nee dat is het niet. Productiekwaliteit, nee.

21 Scanprobleem, nee. Dan zou ik toch gaan naar HR-vraag of bestellen. In dit geval zou ik maar bestellen
22 doen.

23 *Klikt op bestellen* En dan zelf bestellen. Oké nou hier mis ik even iets denk ik. Want bij bestellen heb
24 ik toch meer het idee dat het om producten gaat voor in de winkel. Dan ga ik toch naar HR.

25 *Klikt op HR-vraag* en dan zou ik als onderwerp doen bestellen van bedrijfskleding. En dan met de
26 vraag waar kan ik het vinden om bedrijfskleding te bestellen. En de glamp-id is niet van toepassing hier.
27 Dat is hem dan denk ik.

28 *Gaat terug naar de instructies en lees scenario 4* Is even kijken

29 *Klikt op het formulier en klikt gelijk op bestellen* Dan ga ik naar bestellen. En dan zie ik daar online
30 bestelling is niet opgehaald. Vermeld ik de naam van de klant en het bestelnummer. En dan zet ik erbij
31 dat die al 5 weken hier ligt. En ik hoop dat er een afspraak gemaakt kan worden voor dat pakketje. En
32 dat is hem.

33 **Aanvullend interview**

34 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?

35 (R5) Ja wel goed eigenlijk. Wel weer toch wel iets duidelijker eigenlijk dan in het huidige formulier. Je
36 krijgt al veel meer informatie gelijk. Alleen die ene met de bedrijfskleding dat was wel dat ik dacht waar
37 moet die. Nu heb je bij Questie ook een algemeen kopje waar je naartoe kan. Die mis ik dan wel een
38 beetje hier. De rest vind ik wel heel fijn, omdat het nu veel meer is opgedeeld in actie, productkwaliteit.
39 Nou die had je dan altijd al wel. Maar bestellen bijvoorbeeld ook, dat is wel heel fijn dat dat erbij is
40 gekomen.

41 (I) Inderdaad de kleding, die had je eigenlijk in die categorie overig willen plaatsen?

42 (R5) Ja ik had die van de bedrijfskleding in overig willen plaatsen. Want HR-vragen zijn toch meer
43 dingen over personeelszaken, nou die zien mij al aankomen met bedrijfskleding. Eigenlijk vind ik dat
44 niet helemaal passen. Maar bij bestellen vind ik ook weer een beetje gek. Dat voelt meer alsof het voor
45 producten is voor in de winkel.

46 (I) Als je helemaal naar onder scrolt zie je nog een stukje tekst staan. Daar zit de categorie overig in
47 verwerkt.

- 48 (R5) Aaah nee die heb ik niet gezien. Je gaat echt van die kopjes uit die je ziet. Ik zag het wel ergens
49 maar toen dacht ik, ik heb nu geen tijd om dat te lezen. Naja hij is er dus wel, dat is goed.
- 50 (I) Maar dat heb je niet echt gelezen?
- 51 (R5) Nee je ziet die kopjes en dat is toch vaak wel het belangrijkste. Als je een Questie stuurt wil je dat
52 toch wel snel doen. Je wilt weer terug naar die winkelvloer. En dan zie ik de hoofdkopjes staan, dat staat
53 heel luid en duidelijk vermeld met 'stel je vraag' dus dat trekt je dan van daar moet ik klikken. Die tekst
54 daaronder, wat je dan denkt dat komt later wel. Daar verwacht je niet nog en kopje, met overig.
- 55 (I) Wat vond je van de categorisering in Questie?
- 56 (R5) Ja heel fijn. Nu staan er veel categorieën in de Questie waar je er vaak maar een van gebruikt. En
57 nu is het veel meer opgedeeld en ik denk dat je ze allemaal wel een keer kan gebruiken en dat is voor
58 de mensen die ze moeten beantwoorden wel heel fijn.
- 59 (I) Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?
- 60 (R5) Alles eigenlijk wel. Het is gewoon goed. Ook als je een categorie aanklikt, ja duidelijker kan bijna
61 niet. Want ook productkwaliteit bijvoorbeeld, dan wordt er ook eerst weer een vraag gesteld voordat ik
62 weer doorga. Dat vind ik ook wel heel fijn. Dat vind ik wel duidelijk. Als dat niet duidelijk is, dan weet
63 ik het ook niet meer. Dat vind ik wel heel fijn.
- 64 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?
- 65 (R5) Nee alleen dat stukje overig. Dat is het enige waar ik tegenaan liep.
- 66 (I) Zie jij voordelen van dit formulier ten opzichte van het huidige formulier dat je gebruikt om een
67 Questie in te sturen?
- 68 (R5) Ja zeker. En hoe. Juist omdat het zo in kopjes in verdeeld en dan nog meer wordt doorgevraagd
69 naar eigen merk of geen eigen merk. Dat soort dingen heel fijn.
- 70 (I) En zie je nadelen?
- 71 (R5) Nee eigenlijk niet. Het grote voordeel is dat het gelijk bij de juiste persoon uitkomt en dat is wat
72 we uiteindelijk willen. Dat die vraag zo snel mogelijk beantwoord wordt.
- 73 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?

- 74 (R5) Nee veel minder snel dan nu. Want nu is overig eigenlijk je standaard die je gebruikt. Nee helemaal
75 niet. Als dat pas is bij bedrijfskleding dan is dat een goed teken.
- 76 (I) En waardoor komt dat dan denk je?
- 77 (R5) Omdat het nu ook echt meer gericht is waar we echt op werken. Nu staan er ook kopjes in waarvan
78 ik denk oké ja prima. Het zijn kopjes die we gebruiken en bij het huidige formulier is dat niet. Het ziet
79 er ook beter uit op deze manier.
- 80 (I) Hebben de instructies je geholpen bij het invullen van het formulier?
- 81 (R5) Ja zeker. Want je haalt er echt uit dat het daar over het bestellen gaat over de producten in de
82 winkel. Dus niet over bedrijfskleding bijvoorbeeld. Dus dat is heel duidelijk.
- 83 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?
- 84 (R5) Oh ik denk de nieuwe. Ja zeker.
- 85 (I) Wat vond je van de manier van werken?
- 86 (R5) Ja prima. Heb ik niet zoveel moeite mee.
- 87 (I) Heb je nog overige opmerkingen?
- 88 (R5) Nee eigenlijk niet zo gauw. Ik kan niks bedenken.

HOW-respondent 6

Interviewer: Danique Menger

Winkelmanager Etos-eigenwinkel in Leidschendam

Leeftijd respondent: 44

Geslacht: vrouw

Datum: 25-11-2020

Duur: 31:58

- 1 *Danique leest de instructies voor*
- 2 *Respondent leest de instructies en scenario 1* Nou ik heb het EAN-nummer en het Orin-nummer ook
- 3 al.
- 4 *Respondent gaat naar het formulier* ik zie hier direct productkwaliteit staan. Ik kan het EAN-nummer
- 5 zo invoeren en het Orin-nummer ook. Houdbaarheidsdatum is niet van toepassing. Die zou ik dan
- 6 openlaten. Onderwerp is klacht mascara Maybelline. Omschrijving van de klacht is beste collega, ik
- 7 lees nog heel even terug hoor. Ik heb een klacht van een klant ontvangen over de Maybelline mascara.
- 8 Mevrouw geeft aan dat zij last heeft gekregen van jeuk en roodheid rondom haar ogen. Dan zou ik
- 9 misschien bij deze wil ik doorgeven dat ik een klacht van een klant heb ontvangen. Dat was hem dan.
- 10 *Respondent klikt terug naar home en kijkt nog even goed naar de verschillende categorieën* Ik scrol
- 11 nog even door.
- 12 * Respondent gaat terug naar de instructies en leest scenario 2*
- 13 Dan ga ik naar het kopje scanprobleem *klikt op scanprobleem*
- 14 En dan moet ik actie scant onjuist hebben. *klikt op actie scant onjuist*
- 15 Bij actieomschrijving zou ik 1+1 zetten met de EAN-code erbij. En bij omschrijving van het probleem
- 16 zou ik zetten: beste collega, de Kneipp men douchegel met EAN-nummer dit, en dan het nummer, scant
- 17 niet. Kan dit opgelost worden? Alvast bedankt.
- 18 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 3* Oké dan moet ik weer even terug.

19 * Gaat terug naar het formulier en scant de kopjes* Even kijken dit is het allemaal niet. Nu staat er dus
20 geen overig meer tussen zie ik. Oja wel. Even kijken. Ja ik weet niet of deze vraag nu bij bestellen, HR
21 of bij overig moet. Maar ik zou toch voor overig kiezen. Omdat ik denk dat het bestellen van producten
22 ergens anders over gaat. Onderwerp ‘hulp bestellen kleding’. Omschrijving vul ik dan in: beste collega,
23 ik wil graag nieuwe bedrijfskleding bestellen maar ik kan op Sam de bestellijst niet vinden. Ondanks
24 meerdere malen zelf zoeken. Kun je mij vertellen hoe en waar ik dit kan vinden om dit te bestellen?
25 Alvast bedankt.

26

27 *Terug naar de instructies voor scenario 4* Oké.

28 * Gaat terug naar het formulier* dan ga ik naar het kopje bestellen

29 *Gaat naar bestellen* Daar staat die tussen de ‘online bestelling is niet opgehaald door de klant’

30 *klikt op online bestelling is niet opgehaald door de klant*. Daar komt de naam van de klant en het
31 bestelnummer. En bij toelichting ga ik schrijven: beste collega, ik heb een pakketje voor een klant liggen
32 die hier al vijf weken ligt en niet is opgehaald. Ik zou dit graag terug gestuurd hebben naar het
33 distributiecentrum zodat deze klant haar geld terug kan krijgen. Kunt u mij vertellen wat de werkwijze
34 hiervoor is? Ik kan zelf op Sam niks vinden, alvast bedankt.

35 **Aanvullend interview**

36 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?

37 (R6) Nou wel makkelijk, het lijkt makkelijker dan het nu is terwijl er niet zoveel is veranderd. Ik ervaar
38 dit als simpeler. Volgens mij omdat mijn scherm er rustiger uitziet. De kopjes waren ook duidelijk, van
39 de hoofdonderwerpen. Ze vielen goed op maar ook de meeste dingen zijn wel gedekt. En het overig was
40 ook gewoon nog goed te vinden.

41 (I) Het tweede scenario over de Kneipp actie heb je onder scanprobleem geplaatst. Deze zit ook onder
42 het kopje Actie. Je vond het blijkbaar logischer om deze onder scanprobleem te plaatsen. Waarom vind
43 je hem daar beter passen?

44 (R6) Ja omdat het voor mij een scanprobleem is, dan vat ik hem zo op. Als je het nu zo zegt denk ik ook
45 het is actie inderdaad. Ik vond dat het scannen meer opviel in het scenario dan de actie. Omdat de actie
46 misschien ook iets algemener is.

47 (I) Wat vond je van de categorisering in Questie?

- 48 (R6) Die vond ik heel goed. Ik denk dat je alle vragen wel ondervangt met deze onderwerpen.
- 49 (I) Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?
- 50 (R6) Die voorkopjes vind ik sowieso duidelijk. Bij productkwaliteit dat er daaronder nog staat heb je
51 vragen over een Etos-product of een Merkproduct. Dus de omschrijving is duidelijk en het is heel
52 concreet. Het is easy gewoon. Het is duidelijk, eigenlijk kan je het niet niet begrijpen.
- 53 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?
- 54 (R6) Nee in deze scenario's ben ik dat niet tegen gekomen. Allemaal duidelijk.
- 55 (I) Zie jij voordelen van dit formulier ten opzichte van het huidige formulier dat je gebruikt om een
56 Questie in te sturen?
- 57 (R6) Ja. Ik vind het helemaal niet fijn hoe Questie nu is. Ik kon trouwens het kopje van overig in dit
58 formulier eerst niet goed vinden. Er was eerst een scenario waar het overig was. Maar ik dacht eerst oh
59 die staat er niet tussen. Is overig nu weg. Maar toen vond ik hem dus onderaan. Dus dat is misschien
60 nog een dingetje. Maar dat kan ook aan mij liggen, maar het viel mij op dat ik hem eerst niet zag. Maar
61 dat zou ook wel zijn om te stimuleren dat je de kopjes gaat gebruiken. Anders gaat iedereen op overig
62 klikken.
- 63 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?
- 64 (R6) Ja goeie vraag. Ik zou niet zo goed weten wat ik onder de categorie over zou plaatsen. Dus ik zou
65 zeker minder snel voor overig kiezen in dit formulier. Maar ik denk ook wel omdat dit er overzichtelijker
66 uitziet. Het is veel duidelijker dan de huidige Questie. Maar het is zeker zo dat je nu sneller voor een
67 categorie kiest in plaats van overig. Er is ook weinig wat ik hier mis dus je kan alles wel plaatsten onder
68 een van de categorieën. Er zijn wel eens wat Questies over klachten of klantenservice en niet zo zeer
69 over een product. Bijvoorbeeld een klacht over een kortingsvoucher. Dat soort dingen maar dat gebeurt
70 natuurlijk niet wekelijks. Dit is een voorbeeldje. Maar je hebt dat wel eens dat je een klacht krijgt van
71 een klant. En bijvoorbeeld dat je dingen voor de actie mist, maar dan valt dan nu onder actie. Dat is een
72 nieuw kopje. Daar valt ook wel veel onder. Alleen technische dingen misschien nog, dat er dingen door
73 moeten naar NCR bijvoorbeeld. Niet kunnen inloggen dat soort dingen. Dat zou ik in overig plaatsen.
74 En misschien tips of suggesties. Dat zou je nu ook op overig doen. Dingen dat ik denk dat wil ik wel
75 even delen. Niet per se een vraag maar iets wat ik wel even wil delen. Dat zou ook stimulans kunnen
76 zijn om feedback te geven. Dat zou een tip kunnen zijn.
- 77 (I) Hebben de instructies je geholpen bij het invullen van het formulier?

- 78 (R6) Op de hand daarvan ging ik kiezen. Het is heel duidelijk ja. Het is een van de redenen dat het zo
79 fijn en duidelijk is, dat tekstje eronder.
- 80 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?
- 81 (R6) Denk deze. Omdat het overzichtelijker en duidelijker is.
- 82 (I) Wat vond je van de manier van werken?
- 83 (R6) Prima. Heeft mij niet van slag gebracht.
- 84 (I) Heb je nog overige opmerkingen?
- 85 (R6) Nee eigenlijk niet.

HOW-respondent 7

Interviewer: Danique Menger (I)

Eigenaar franchise winkel in Ootmarsum

Leeftijd respondent: 56

Geslacht: vrouw

Datum: 25-11-2020 10:15

Duur: 20:32

- 1 Danique leest de instructies voor
- 2 *respondent leest de instructie en scenario 1*
- 3 *respondent gaat naar het formulier en scant de tekst en de kopjes* Dus ik ga naar productkwaliteit als
- 4 ik het goed zo heb bedacht.
- 5 *klikt op productkwaliteit* Dat Orin-nummer weet ik zo niet uit mijn hoofd. Wat ik wel fijn is dat het
- 6 Orin-nummer er nu bij staat vermeld maar die weet ik normaal echt niet te vinden. Daar werken wij
- 7 eigenlijk helemaal niet mee. Doordat ik dat Orin-nummer dan niet heb dan laat ik het eigenlijk vaak al.
- 8 En batch en productiecode dat staat dan op de mascara vermeld. En houbaarheidsdatum staat er ook
- 9 vaak niet op vermeld. Alleen als je een medicijn hebt. Maar volgens mij niet op een mascara. En
- 10 omschrijving van de klacht. Dit vind ik wel heel duidelijk. Het Questie formulier is al heel erg verbeterd,
- 11 want hiervoor was het echt dramatisch. Dus uiteindelijk toen het op Sam veranderde was het al heel fijn.
- 12 En het wordt nu alleen maar duidelijker. Dus dat vind ik wel heel prettig. Je gaat sneller even achter de
- 13 computer zitten.
- 14 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 2* Even kijken en dan moet ik terug naar het formulier.
- 15 *Klikt op het formulier* Even kijken. Ik zie scanprobleem. Oh ik zie nu ook onder actie, als je actie niet
- 16 scant. Als communicatiemateriaal mist of acties onjuist scannen.
- 17 *klikt op actie en direct op actie scant onjuist*. Oké dit is duidelijk. Ik moet hier de EAN-code invoeren.
- 18 En het Orin-nummer heb ik zo niet. En bij omschrijving zou ik zetten dat de Kneipp douchegel voor
- 19 mannen de actie niet scant. Dat deze eigenlijk 1+1 had moeten scannen maar die niet in het systeem
- 20 staat. Met de vraag of dit opgelost kan worden.
- 21 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 3* Oké daar gaan we weer.

22 *Gaat terug naar het formulier en scant de kopjes* Ik zou denken dat ik hier dan bij bestellen moet zijn.
23 Want het zijn geen producten. Of hoort het bij personeelszaken. Ik heb eigen personeel dus ik zou
24 eigenlijk nooit HR doen, daar heb ik mijn boekhouder voor. Als ik hier naar kijk zou ik zelf zeggen dat
25 ik bij bestellen moet zijn.

26 *klikt op bestellen* ja en dat is dan raar want moet ik dan zelf bestellen doen of zo. En dan wordt het
27 wel leuk want hoe weet ik een Orin-nummer of een EAN-nummer van een shirt, dat wordt een probleem.
28 Dan heb ik de hele computer al doorgeworsteld om te kijken met de zoekterm bedrijfskleding en als ik
29 dat dan niet kan vinden is dat frustrerend. Als ik dit zou zien is het eigenlijk al klaar. En bij HR ga ik
30 het gewoon niet plaatsen als franchiser. Maar anders zou ik invoeren dat ik waar ik die bestellijst kan
31 vinden.

32 *gaat terug naar de instructies en leest scenario 4* Oké nou dan gaan we daar even naar toe.

33 *klikt op het formulier en direct op bestellen* even kijken dan zie ik hier online bestelling niet opgehaald
34 door een klant.

35 Dat is heel duidelijk natuurlijk dat ik hier moet zijn. En dan zou ik het bestelnummer invoeren en in de
36 beschrijving dat ik graag een pakketje wil retourneren zodat de klant haar geld terug kan krijgen. En hoe
37 ik dat dan zou kunnen doen.

38 **Aanvullend interview**

39 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?

40 (R7) Dat is heel makkelijk want het is makkelijk te vinden en ik denk doordat je het wel kort hebt
41 gehouden en ik wel goede toelichting kan geven dat ik dat wel heel duidelijk vind.

42 (I) Je hebt het scenario met de Kneipp douchegel onder actie geplaatst. Deze was ook onder
43 scanprobleem te vinden. Vond je het logischer om deze onder actie te plaatsen?

44 (R7) Ja omdat het een 1+1 actie was. Heel vaak zijn die dan niet geactiveerd en dan heb je problemen.
45 En dan zie ik dat wel in een groepsapp voorbijkomen dat er problemen zijn. Dus ik wacht meestal wel.
46 Maar ik zou actie pakken inderdaad.

47 (I) En de bedrijfskleding vond je lastig om ergens onder te plaatsen. Waar had je die nu in het formulier
48 geplaatst?

49 (R7) Er is ook altijd een optie voor overige vragen. Misschien dat ik het als overig had kunnen
50 omschrijven. Ik had het hier nergens bij bedacht.

51 (I) Als je op de website helemaal naar beneden scrolt zie je daar een tekstje met in het woord overig het
52 linkje naar het formulier overig.

53 (R7) Dat zou ik dus niet zien. Daar zou ik wel een vakje voor willen. Ik weet dat jullie niet zo graag
54 overig willen. Omdat ik denk dat mensen anders alles op overig gaan invullen. Ik had dit niet gezien
55 nee. Ik zag deze hokjes en ik ga niet meer naar beneden. Maar aan de andere kant is de rest wel heel
56 duidelijk dus misschien dat je de rest wel ondervangt doordat je deze items al zo hebt gedeeld. Dat het
57 laatste al niet echt nodig zou zijn. Als de pagina lastig is ga je alles in overig plaatsen. Dus dan zocht ik
58 al direct naar overig. Als ik dit zo zie zou ik al wel heel makkelijk gebruik maken van een van de
59 bovenste categorieën. De meeste problemen zijn inderdaad actie en scanproblemen en dat soort dingen.

60 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?

61 (R7) Ja ik weet zeker dat ik in dit formulier minder snel voor de categorie overig zou kiezen.

62 (I) Wat vond je van de categorisering in Questie?

63 (R7) Ik denk dat je de belangrijkste eruit hebt gehaald. De meeste problemen heb je erop staan.

64 (I) Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?

65 (R7) Ik vind het heel duidelijk. Ik vind het overzichtelijk. Het is duidelijk aangegeven van dit is het
66 probleem, hier geef je de codes in en zo.

67 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?

68 (R7) Nee. Als ik het snap is het wel erg duidelijk hoor. Ik ben echt een analfabeet met computers. Ik
69 denk dat heel veel ondernemers in mijn leeftijd hetzelfde hebben. Maar nee er is niks onduidelijk. Alleen
70 het stukje overig misschien maar ik begrijp het wel als je het zegt. Ik weet niet hoe mensen erop reageren.
71 Maar er zijn natuurlijk ook veel gefrustreerde ondernemers, die minder leuk vinden. Misschien kan je
72 ook een categorie frustratie maken.

73 (I) Zie jij voordelen van dit formulier ten opzichte van het huidige formulier dat je gebruikt om een
74 Questie in te sturen?

75 (R7) Ja. Want je gaat alweer een stukje vooruit. Ik vind dit alweer makkelijker dan de vorige.

- 76 (I) Hebben de instructies je geholpen bij het invullen van het formulier?
- 77 (R7) Ja zeker. En het is ook duidelijk omdat er daarachter ook nog een onderverdeling zit. Je klikt er
78 makkelijk op door en het is goed te volgen.
- 79 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?
- 80 (R7) Deze. Ja absoluut. Het is veel duidelijker dan het huidige formulier.
- 81 (I) Wat vond je van de manier van werken?
- 82 (R7) Heb ik geen moeite mee. Ik praat vaker in mijzelf.

HOW-respondent 8

Interviewer: Danique Menger

Verkoopcoördinator franchise winkel in Ootmarsum

Leeftijd respondent: 22

Geslacht: vrouw

Datum 26-11-2020 10:45

Duur: 29:19

- 1 Danique leest de instructies voor
- 2 *Respondent leest de instructies en scenario 1* Oké en dan ga ik naar het formulier.
- 3 *Respondent gaat naar het formulier, leest de inleiding en scant de kopjes.* Nou dan ga ik naar
- 4 productkwaliteit.*
- 5 En dan ga ik naar die, vraag of opmerking over een merkproduct *klikt op vraag of opmerking over een
- 6 merkproduct.* En dan vul ik dit allemaal in. De houdbaarheidsdatum staat er niet bij, maar dat staat
- 7 volgens mij wel op de mascara. Onderwerp is gevoelige reactie Maybelline mascara. En dan
- 8 omschrijving klacht, dan en dan kwam en een vrouw in de winkel. Zij heeft bij mij een Maybelline
- 9 mascara gekocht. Volgende dag kwam zij terug en de mevrouw gaf aan dat zij last heeft van jeuk en
- 10 roodheid rond haar ogen. Inmiddels hebben wij haar een nieuwe mascara geadviseerd, maar ik wil er
- 11 graag een melding van maken. En dan misschien een vraag zoals komt dit vaker voor. Anders vind ik
- 12 het ook zo'n open eind. Als ik er een vraag inzet dan heb ik eerder het gevoel dat ik een reactie zou
- 13 krijgen, dat dat ik het gewoon open zou laten. Dan denk ik dan krijg ik terug bedankt voor je opmerking
- 14 en dat het dan verdwijnt in een bodemloze put. Dus dan zet ik er eerder een vraag achter zetten. En als
- 15 het antwoord dan ja is dan zou ik ook minder snel de mascara nogmaals adviseren.
- 16 *gaat terug naar de instructies en leest scenario 2*
- 17 *gaat terug naar het formulier en scant de kopjes* Nou dan gok ik dat ik naar actie moet.
- 18 *klikt op actie* En dan zie ik actie scant onjuist.
- 19 *klikt op actie scant onjuist* Actieomschrijving is Kneipp 1+1 en nummer is blablabla. Orin-nummer
- 20 weet ik niet, dus die laat ik gewoon open. Beschrijving van het probleem, nou ik had een meneer in de
- 21 winkel of een klant en ik scande 2 douchegels en die scande niet voor de actie. Ik heb daarna het kaartje

22 gecheckt en daar stond gewoon de actie op en alle combinatie mogelijk. Hoe kan dit en kunnen jullie
23 dit aanpassen?

24 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 3*

25 *Klikt op het formulier en scant de kopjes* mmm dan denk ik misschien bij bestellen of HR. Oh wacht
26 ik zie hieronder nog meer. Ik zou hem dan denk ik de categorie overig plaatsen. Want bij bestellen is
27 meer het bestellen van producten en personeelszaken is het eigenlijk ook niet.

28 *Klik op de categorie overig* En dan zou ik als omschrijving doen dat ik graag kleding wil bestellen
29 maar ik kan dit zo snel niet vinden op Sam. Kunt u mij helpen, kunt u mij de weg wijzen?

30 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 4*

31 * Klik op het formulier en scant de kopjes* Ik zie bij bestellen dat daar ook online bestellingen
32 onder vallen.

33 *Klikt op bestellen en direct op online bestellingen* En dan zou ik de naam en het bestelnummer
34 invoeren en bij de toelichting zetten dat 5 weken geleden een pakketje is binnengekomen voor Roos
35 Klaver. Maar Roos heeft het pakketje nog niet opgehaald. Mag ik het pakketje terugsturen naar het
36 distributiecentrum hoe gaat dit in zijn werk?

37 **Aanvullend interview**

38 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?

39 (R8) Ik vond het eigenlijk wel duidelijk. Op de homepage staat het duidelijk onder de kopjes waar het
40 over gaat. En dan als je verder klikt heb je ook duidelijke categorieën weer onder de hoofdkopjes.

41 (I) Het tweede scenario van de Kneipp actie, die staat ook onder scanprobleem. Je vond het voor de
42 hand liggend dat deze onder actie stond?

43 (R8) Ja dit kwam vooral door het verhaaltje. Omdat daar ook staat Kneipp 1+1 actie. En ik zou naar
44 scanprobleem gaan als het artikel niet bekend scant. Dan zou ik eerder naar scanprobleem gaan.

45 (I) Je kon in eerste instantie de categorie overig niet zo goed vinden.

- 46 (R8) Maar dat kwam denk ik vooral omdat je hier boven die kopjes hebt dus misschien kan die toch ook
47 een blokje krijgen met overig.
- 48 (I) Wat vond je van de categorisering in Questie?
- 49 (R8) Mis ik nog iets? Ik denk dat dit wel de belangrijkste zijn.
- 50 (I) Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?
- 51 (R8) Ik vond alles eigenlijk wel begrijpelijk. Vooral omdat er nog een uitlegje staat onder de kopjes, is
52 het eigenlijk wel super begrijpelijk.
- 53 (I) Hebben de instructies je geholpen bij het invullen van het formulier?
- 54 (R8) Ja. Het maakt het net iets duidelijker. Je weet meteen waar je met welke vraag terecht kan.
- 55 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?
- 56 (R8) Nou ik denk misschien dat overig aan de onderkant staan. En dat je de Orin-nummer moet invullen
57 is onhandig. Dus dat is wel lastig.
- 58 (I) Zie jij voordelen van dit formulier ten opzichte van het huidige formulier dat je gebruikt om een
59 Questie in te sturen?
- 60 (R8) Ik vind het duidelijker dat er een uitleg onder de kopjes staan.
- 61 (I) En zie je nadelen?
- 62 (R8) Nee eigenlijk niet. Alleen dat ik overig dus in eerste instantie niet zag staan misschien.
- 63 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?
- 64 (R8) Nou ik vind de categorieën die er nu staan wel veelomvattend. Maar zoals net hadden we er ook
65 eentje die we op overig hadden gedaan. Voor bepaalde dingen misschien. Ik zit nu te bedenken wanneer
66 ik voor overig zou kiezen. Maar ik denk dat meeste wel hier zo staat, dus ik denk dat ik niet heel snel
67 voor overig zou kiezen.
- 68 (I) Minder snel dan in het huidige formulier?

- 69 (R8) Ik denk het wel. Ik denk dat dat echt komt omdat hier de extra uitleg onder staat. Ik denk dat ik
70 minder snel overig zou gebruiken. Maar ik weet gewoon niet zo snel ook wanneer ik voor overig zou
71 kiezen. Vooral hele specifieke dingen.
- 72 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?
- 73 (R8) Ik denk wel deze. Vooral omdat het duidelijker is.
- 74 (I) Wat vond je van de manier van werken?
- 75 (R8) Heb ik persoonlijk geen problemen mee.
- 76 (I) Heb je nog overige opmerkingen?
- 77 (R8) Uhm nee eigenlijk niet.

HOW-respondent 9

Interviewer: Danique Menger (I)

Eigenaar franchise winkel in Doorn

Leeftijd respondent: 54

Geslacht: man

Datum: 01-12-2020 14:00

Duur: 18:57

- 1 Danique leest de instructies voor.
- 2 *Respondent leest de instructies en scenario 1* Wat ik dan zou doen, ik zou gaan naar productkwaliteit.
- 3 *klikt op productkwaliteit* En dan stel je vraag of opmerking over een merkproduct.
- 4 *Klikt op vraag of opmerking over een merkproduct* En dan vul ik het Orin-nummer in, het EAN-
- 5 nummer in en de batchcode. De houdbaarheidsdatum als ik die heb en die heb ik in dit geval niet. Als
- 6 onderwerp zou ik erbij zetten Maybelline mascara en omschrijving van de klacht zou ik aangeven wat
- 7 erin staat. Dat een mevrouw de mascara gekocht heeft en uitslag krijgt. En daarbij een omschrijving van
- 8 de soort klacht en dan zou ik op verzenden drukken.
- 9 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 2* Ten eerste vraag ik mij direct af of ik dit als franchiser
- 10 nog wel gecrediteerd krijg. Vervolgens ga ik naar 'actie'. Omdat daar ook bij staat dat de actie onjuist
- 11 scant.
- 12 *Klikt op Actie en direct op actie scant onjuist* Bij omschrijving vul ik in dat het over de Kneipp actie
- 13 1+1 gaat. Ik vul het EAN-nummer in, het Orin-nummer heb ik niet dus daar zet ik in dit geval bij niet
- 14 van toepassing. En ik vul de omschrijving in dat de actie 1+1 is maar dat die niet scant. Dan druk ik
- 15 weer op verzenden.
- 16 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 3* Dat is een goeie, dan ga ik even kijken.
- 17 *Gaat terug naar het formulier* Die zou ik plaatsen bij overig. Alleen die zie ik er niet bij staan. En dan
- 18 zou ik beginnen met de vraag formulier bedrijfskleding bestellen. Zou ik doen en dan weer op verzenden
- 19 klikken.
- 20 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 4* Dat zou ik doen bij bestellen. En wat komt er dan.

- 21 *Klikt op bestellen* Dan spreekt het voor zich; online bestelling is niet opgehaald door de klant.
- 22 *Klikt op online bestelling is niet opgehaald door de klant.* Daar vul ik de naam van de klant in en het
23 bestelnummer en ik geef aan dat het pakketje 5 weken geleden in de winkel is bezorgd en niet is
24 opgehaald. En de vraag daarbij hoe ik het terug moet sturen.
- 25 **Aanvullend interview**
- 26 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?
- 27 (R9) Niet moeilijk, is puur logisch. Maar ik moet zeggen dat ik dat nu met het huidige formulier ook
28 niet een probleem vind.
- 29 (I) Het tweede scenario over het 1+1 product is ook te vinden onder scanprobleem. Deze Questie heb je
30 geplaatst onder het kopje actie. Vind je de vraag daar logischer?
- 31 (R9) Ja. Ik vind een scanprobleem, is ook belangrijk maar een actie scanprobleem moet sneller opgelost
32 worden.
- 33 (I) Het scenario over de bedrijfskleding had je liever in de categorie overig geplaatst. Die heb je niet
34 kunnen vinden?
- 35 (R9) Nee inderdaad.
- 36 (I) Wanneer je helemaal onderin in het formulier gaat, zie je daar de categorie overig staan. Dit had je
37 niet gezien?
- 38 (R9) Oké dat vind ik niet duidelijk.
- 39 (I) Had je de categorie overig er ook niet uitgehaald als je dit zo ziet?
- 40 (R9) Nee eigenlijk niet. Je wilt zo kort mogelijk achter zijn, omdat je graag op de winkelvloer wilt zijn.
41 Dat je een Questie moet maken is al vervelend. Dus dan moet het echt bam heel overzichtelijk zijn.
- 42 (I) Wat vond je van de categorisering in Questie?
- 43 (R9) Die vind ik gewoon duidelijk. Zeker omdat er nog een regeltje bij staat. Dan is het helemaal
44 duidelijk. Zo een regeltje dat onder de kopjes staat lees je wel even makkelijk. Het daarom dat ik bij

- 45 actie ook koos voor actie onjuist scannen. In plaats van bij scanprobleem. Die heb ik wel aandachtig
46 gelezen.
- 47 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?
- 48 (R9) Nou wat ik net al aangaf, de categorie overig. Voor de rest geen probleem.
- 49 (I) Zie jij voordelen van dit formulier ten opzichte van het huidige formulier dat je gebruikt om een
50 Questie in te sturen?
- 51 (R9) Nee. Ik vind het huidige Questie formulier eigenlijk ook goed.
- 52 (I) En zie je nadelen?
- 53 (R9) Nee ook niet. Alleen dat in het huidige formulier 'overig' duidelijk staat aangegeven.
- 54 (I) Voor wat voor soort vragen zou je de categorie overig gebruiken?
- 55 (R9) Vragen zoals waar kan ik een formulier vinden of ik heb een bericht voorbij zien komen maar ik
56 kan het niet meer vinden. Of de folderverspreiding zet ik ook altijd in overig. Dat is ook een groot
57 probleem.
- 58 (I) Hoeveel procent van je vragen denk je dat je in overig plaatst?
- 59 (R9) Oh dat is maximaal 10%.
- 60 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?
- 61 (R9) Ik zou in dit formulier minder snel voor overig kiezen. Omdat die niet makkelijk te vinden is.
- 62 (I) Hebben de instructies je geholpen bij het invullen van het formulier?
- 63 (R9) Ja zeker weten. Dat is gewoon een korte uitleg waar dat kopje voor bedoeld is.
- 64 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?
- 65 (R9) Ik denk het huidige puur voor het kopje overig. Nu is hij natuurlijk hier wel terug te vinden maar
66 ik denk dat overig belangrijk genoeg is om in een apart in zo eenzelfde soort blokje te vermelden.
- 67 (I) Wat vond je van de manier van werken?

68 (R9) Dat vind ik wel leuk.

69 (I) Heb je nog overige opmerkingen?

70 (R9) Ik dacht alleen is het niet handig dat je in het formulier bij de categorie overig een keuzeregel
71 maakt dat je daar kan invullen naar welke afdeling het moet, dus bijvoorbeeld ten behoeve van make
72 up. Dus dat je overig iets uitgebreider maakt. Dan voorkom je dat de overige gaan zweven.

HOW-respondent 10

Interviewer: Danique Menger (I)

Eigenaar franchise winkel in Wierden

Leeftijd respondent: 39

Geslacht: man

Datum: 2-12-2020 16:00

Duur: 16:19

- 1 Danique leest de instructies voor
- 2 *Respondent leest scenario 1* Dan zou ik naar productkwaliteit gaan.
- 3 *Klikt op productkwaliteit* Normaal laten we de klant een formulier invullen bij zo'n soort klacht.
- 4 Waarop ze schrijven wat precies de klachten zijn, dat vullen we dan samen met de klant in. Dus dat zou
- 5 ik eigenlijk eerst doen. Soms neem ik ook wel direct contact op met de leverancier. Stel je vraag over
- 6 de kwaliteit van het product zie ik staan. Ik zou aangeven dat ze die klacht heeft gehad. Maar ik zou niet
- 7 echt reactie verwachten. En dan zou ik zeggen: Beste collega, ik heb een klacht gehad van een klant die
- 8 irritaties heeft gekregen van een mascara. Ik heb het zus en zo opgelost. En dit zijn de codes van het
- 9 product. En dat is het eigenlijk. Ik verwacht daar niet echt terugkoppeling over.
- 10 *leest scenario 2* Dit komt vrij vaak voor. Dit is er echt eentje voor scanprobleem.
- 11 *klikt op scanprobleem* Meestal geven we aan van dit product scant niet. Meestal kijk ik hierbij eerst
- 12 even in het systeem of er nog meer producten ook niet scannen. Zodat je alles tegelijk door kan geven.
- 13 Het komt wel eens voor dat het een variant is maar meestal is het dan een hele reeks die niet scant. Dan
- 14 geven we dat aan. Meestal volgt er ook wel een bericht op Sam. En dan zou ik hem zetten bij 'de actie
- 15 scant onjuist'.
- 16 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 3*
- 17 *Gaat terug naar het formulier en scant de kopjes* Dan zou ik denk ik toch naar HR gaan.
- 18 *Klikt op HR-vraag* Het onderwerp zou dan zijn 'bestellijst bedrijfskleding'. En in de omschrijving
- 19 zou ik invullen: beste collega heb je misschien de bestellijst voor ons en ik zou mijn e-mailadres
- 20 invullen. Het derde invulvakje staat er glamp-id. Ik zou denken dat dat het een id-nummer is van je

21 medewerkers. Maar ik zou die nu niet kunnen gebruiken. Maar ik kan mij voorstellen dat je dit bij een
22 andere vraag kan gebruiken.

23 *Leest scenario 4 in de instructies* Dan zou ik gaan naar transport, zou kunnen. Het gaat over retour
24 dus transport inderdaad.

25 *Klikt op transport* En dan zou ik in de omschrijving zetten 'retourzending online bestelling'. En in de
26 toelichting zou ik zeggen: De klant Roos Klaver heeft tot heden haar pakketje niet opgehaald en die ligt
27 hier nu 5 weken. Dit is het bestelnummer. Mag ik een retourcode zodat ik deze terug kan sturen en hoe
28 gaat dit in zijn werk. En d at was het dan.

29 **Aanvullend interview**

30 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?

31 (R10) Heel duidelijk. Het leidt tot weinig vragen. En ook dat je langer moet wachten als je overig
32 gebruikt, dat is begrijpelijk. Dan gaat het namelijk via via dus deze is perfect.

33 (I) Vond je dat goed dat 'overig' nu kleiner staat aangegeven?

34 (R10) Ja dat overig klein staat aangegeven dwingt je toch tot het maken van een keuze, van waar ga ik
35 hem plaatsen en hoe ga ik hem sturen. Als je daardoor sneller antwoord hebt is dat alleen maar fijn.

36 (I) En die had je ook wel snel gezien, de categorie overig?

37 (R10) In het begin niet. Maar als je het hele scherm even doorloopt wel. Dat was even scrollen, maar
38 het is goed dat het zo klein staat denk ik.

39 (I) De 1+1 Kneipp actie heb je geplaatst onder scanprobleem. Die heb ik ook onder actie geplaatst. Vond
40 je het logischer om deze vraag onder scanprobleem te plaatsen?

41 (R10) Ja nu lees ik het ook bij actie. De actie op zich klopt maar het is probleem wat je bij je kassa pas
42 tegenkomt. Vandaar dat ik hem als scanprobleem hebt. Als de kaartjes kloppen, in de folder staat het
43 goed. Als het daar al verkeerd staat dan ga ik naar actie. Met product scannen op de actie of prijzen of
44 iets dergelijks, pas bij de kassa dan zou ik naar scanprobleem gaan.

45 (I) Het derde scenario over de bedrijfskleding heb je bij HR-vraag geplaatst. Dit had ik voor de categorie
46 overig bedacht. Werd je ontmoedigd omdat de categorie overig te gebruiken?

47 (R10) Ja zeker. Ik dacht eigenlijk helemaal niet meer aan overig. Ik dacht als ik hem ergens kan plaatsen,
48 dan link ik hem daaraan. En ik vind het wel iets voor personeelszaken.

49 (I) Wat vond je van de categorisering in Questie?

50 (R10) Prima op zich. Ik vind het duidelijk. Er staat ook tekst bij maar die heb ik eigenlijk niet echt
51 gelezen. Ik ga eigenlijk direct af op de titel. Ik heb daar zelf een beeld bij en dan pak ik meteen die
52 categorie. Dat heb ik in ieder geval dit keer gedaan. Ik denk dat ik dat normaal ook zou doen. In het
53 normale formulier heb je ook Figuren erbij, dat trekt ook wel de aandacht van dat is het.

54 (I) Oké dus de instructies hebben je niet echt geholpen nu?

55 (R10) Nee ik heb niet echt naar de instructies gekeken. Maar dat is misschien ook wel een beetje in de
56 waan van de dag. Dat alles snel snel moeten. Dat is vaak zo. Stel dat je met je actie zit of zo. Of je moet
57 even tussendoor een Questie maken, dat doe je nooit omdat je het leuk vindt, maar omdat het echt
58 noodzakelijk is. Dan wil je er gewoon snel doorheen. Dan kies je gelijk voor de titel denk ik.

59 (I) Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?

60 (R10) Je hebt per thema je eigen invulschema. Dus dat vind ik goed. Het is gewoon duidelijk en gewoon
61 kort en krachtig.

62 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?

63 (R10) Nee eigenlijk niet. Weet ik niet. Het is niet dat ik denk ik kom ergens niet uit.

64 (I) Zie jij voordelen van dit formulier ten opzichte van het huidige formulier dat je gebruikt om een
65 Questie in te sturen?

66 (R10) Ja je bent eerder geneigd om een keuze te maken in dit formulier. Als dat de snelheid van een
67 reactie verbeterd dan is dat goed. Daar draait het eigenlijk om, dat je snel antwoord krijgt. En dan je
68 vraag bij de juiste afdeling komt. Ik merk wel eens dat je dan een reactie krijgt en dan ga je hem weer
69 heropenen. En dan krijg je een antwoord van iemand anders en die corrigeert dan zijn collega. Dan weet
70 je gewoon die is ergens terecht gekomen waar die niet naartoe moest.

71 (I) En zie je nadelen?

72 (R10) Bij Etos heb je nu op de website ook actuele problemen. Daar kijk ik vaak eerst wel even naar.
73 Of ik daar al antwoord kan krijgen. Ik vind openstaande vragen ook wel fijn nu. Dat is wel fijn dat je
74 dan terug kan zien wat je hebt besproken, dus dat zijn eigenlijk 3 schermen. Maar dat vind ik ook wel

- 75 weer een beetje te veel van het goeie. Het liefst zie ik gewoon een overzicht met dit zijn de vragen
76 geweest en dit is de schifting tussen wel beantwoord en niet beantwoord. En niet drie aparte koppen.
- 77 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?
- 78 (R10) Nee ik zou voor de categorie overige kiezen nee. Ook omdat die nu helemaal onderaan staat. Dus
79 je moet even scrollen. Dus dat doe je sowieso al niet zo snel als je denkt dat je daarboven als je antwoord
80 hebt. En mocht dat niet zo zijn dan ga je scrollen en dan pas ga je overig gebruiken denk ik.
- 81 (I) Minder snel dan in het huidige formulier?
- 82 (R10) Zeker. Ja want ik pak nu bijna altijd overig.
- 83 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?
- 84 (R10) Ik denk dat dit formulier mijn voorkeur heeft. Want die ander is wel hetzelfde bijna. Alleen toch
85 klik ik daar blijkbaar altijd wel op overig volgens mij. Ondanks dat de titels er wel staan. Blijkbaar valt
86 het mij niet op of zo.
- 87 (I) Wat vond je van de manier van werken?
- 88 (R10) Prima. Verfrissend hoe je dan gaat nadenken hoe je iets gebruikt.
- 89 (I) Heb je nog overige opmerkingen?
- 90 (R10) Nee niet echt. Denk het niet.

HOW-respondent 11

Interviewer: Danique Menger (I)

Winkelmanager Etos-eigenwinkel in Renkum

Leeftijd respondent: 31

Geslacht: vrouw

Datum: 3-11-2020 10:00

Duur: 23:49

- 1 Danique lees de instructies voor.
- 2 *Respondent leest de instructies en scenario 1* Even kijken, dan moet ik naar productkwaliteit.
- 3 *Klikt op productkwaliteit* Dan zijn hier twee dingen waar ik uit kan kiezen. 'Een vraag of opmerking
- 4 van een Etosproduct' of 'een vraag of opmerking over een merkproduct'. Dan klik op merkproduct.
- 5 *Klikt op 'een vraag of opmerking over een merkproduct'* En dan gaat het formulier openen. Dan kan
- 6 ik het Orin-nummer, het EAN-nummer en de batch en productiecode invoeren. En die dingen zijn nodig
- 7 denk ik zodat je dan de juist batch kan terugvinden of daar iets mis mee is. Alleen weet ik zelf niet zo
- 8 goed of wij daar zelf makkelijk achter kunnen komen en of die goed op de producten staan. Even kijken,
- 9 de houdbaarheidsdatum kun je invullen. Ik zou die nummers allemaal invoeren, voor zover ik die
- 10 allemaal heb. De houdbaarheidsdatum staat niet op een mascara. Onderwerp wordt dan allergische
- 11 reactie op Maybelline mascara en de omschrijving van de klacht zou ik neerzetten dat deze klant deze
- 12 mascara heeft gekocht en dat ze daarbij een allergische reactie heeft gekregen. Met jeuk en roodheid
- 13 rond haar ogen. Dat ik uiteindelijk haar een nieuwe mascara heb meegegeven. Maar dat we dit wel graag
- 14 willen doorgeven. Omdat er dan gekeken kan worden of er iets mis is met de batch van die mascara en
- 15 of er meer klachten zijn daarover.
- 16 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 2* Even kijk.
- 17 *Gaat terug naar het formulier* Dan gaan we naar actie. En 'actie scant onjuist' staat er dan en
- 18 'communicatiemateriaal'. Dit is duidelijk 'actie scant onjuist'. Dan klik ik door.
- 19 *Klikt op 'actie scant onjuist'* En dan zie ik daarachter het formulier. En daar kan ik het EAN-nummer
- 20 invullen. En onderwerp van het probleem is dan Kneipp douchegel 1+1 gratis. Orin-nummer zou ik dan
- 21 opzoeken. Dan de omschrijving van het probleem wordt dan: vandaag is men douchegel actie ingegaan
- 22 maar dit specifieke product scant niet 1+1 gratis, zou dit aangepast kunnen worden in de systemen?

23 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 3* Ja waar zou ik die onder scharen.

24 *Gaat terug naar het formulier en scant de kopjes* Misschien bij bestellen, ik zie bestellen van producten
25 maar ik weet niet of die gaat over kleding voor onszelf in de winkel. En anders, het is geen HR-vraag
26 natuurlijk. Even vragen wat er staat als ik op bestellen klik.

27 *Klikt op 'bestellen'* Dan zie ik 'zelf bestellen', 'automatisch bestellen'. Ik zou deze dan toch onder
28 overig stellen. Want bij bestellen staat eigenlijk niet iets wat ik daarvoor zou gebruiken.
29

30 *Gaat terug naar Home en scrolt naar beneden* Dan ga ik toch naar overig, omdat het Sam betreft. Daar
31 kan ik het niet vinden.

32 *Klikt op 'overig'* Dan zou ik daar invullen 'Kleding medewerker bestellen' en bij de omschrijving de
33 vraag 'hoe kan ik bedrijfskleding bestellen, want ik kan de bestellijst nergens vinden, zou je mij dat
34 kunnen vertellen.' Het Orin-nummer heb ik hier niet van, maar dat zou ik misschien op kunnen zoeken.
35 Maar ik zou even niet weten waar. Dus dat is die dan

36 *Gaat terug naar de instructies en leest scenario 4* Oké dan ga ik terug naar het formulier en dan ga ik
37 naar bestellen.

38 *Klikt op 'bestellen'* Online bestelling is niet opgehaald door de klant. Dan klikt op stel je vraag.

39 *Klikt op 'Online bestelling is niet opgehaald door de klant'* Naam van de klant vul ik in Roos Klaver,
40 het bestelnummer vul ik in en bij omschrijving zou ik invullen 'Dit pakketje is 5 weken geleden bezorgd
41 voor Roos klaver, met bestelnummer zus en zo. Echter is dit nog niet opgehaald, kan ik dit terugsturen
42 naar het distributiecentrum zodat zij haar geld terug kan krijgen? Wat is de werkwijze hiervoor?'

43 **Aanvullend interview**

44 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?

45 (R11) Het is allemaal heel duidelijk en het lijkt mij makkelijker dan hoe het nu werkt. Wat simpeler. Ik
46 vind het formulier er makkelijker uitzien. Ik vind het nu soms een beetje krom wat je moet invullen en
47 hoe. Want dan vind ik het soms ook niet duidelijk waar iets geplaatst kan worden. En dat vind ik hier
48 eigenlijk wel duidelijker. Dat van de bedrijfskleding is dan overig, dat komt denk ik ook niet vaak voor.
49 En die andere kopjes allemaal wel. Ik denk dat de rest wel vaak voorkomt.

- 50 (I) Scenario 2 over de 1+1 Kneipp actie die is zowel onder het kopjes actie als scanprobleem te vinden.
51 Je hebt hem onder actie geplaatst, je vond hem daar logischer?
- 52 (R11) Ja scanprobleem daar zou ik iets invullen van een product die niet scant of niet goed scant. Wat
53 geen actie is.
- 54 (I) Wat vond je van de categorisering in Questie?
- 55 (R11) Die vond ik heel helder, duidelijk. Ook fijn dat als je verder klikt dat je dan nog verschillende
56 opties krijgt. Dan komt het denk ik sneller bij degene terecht waar het terecht moet komen.
- 57 (I) Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?
- 58 (R11) Ik vind het duidelijk eruit zien en ik denk dat het voor iedereen makkelijk in te vullen is.
- 59 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?
- 60 (R11) Ik vind hem eigenlijk wel duidelijk. Als het niet onder een van die kopjes geschaard kan worden,
61 kan het onder overig. Maar ik denk dat alles er wel bij zit.
- 62 (I) Zie jij voordelen van dit formulier ten opzichte van het huidige formulier dat je gebruikt om een
63 Questie in te sturen?
- 64 (R11) Ik denk dat dit formulier ervoor zorgt dat je sneller antwoord krijgt. Omdat je je vraag makkelijker
65 kan koppelen aan een van de categorieën.
- 66 (I) En zie je nadelen?
- 67 (R11) Ik vind het alleen lastig dat je ook hier het Orin-nummer en de batch code moet gebruiken. Daar
68 is lastig achter te komen. Vaak weet ik dat nummer niet. Ook op de producten zelf is dat soms lastig te
69 vinden. Dat is het enige. Ik snap dat het soms nodig is. Maar ik denk dat je met een EAN ook wel ver
70 kan komen.
- 71 (I) Voor wat voor soort vragen zou je de categorie overig gebruiken?
- 72 (R11) Voor alles wat niet onder de andere kopjes kan. Zoals dingen die je niet op Sam kan vinden.
- 73 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?

- 74 (R11) Minder snel dan dat ik dat nu doe. Ik vul nu heel vaak overig in. Ik denk dat hier bijna alle vragen
75 wel ondergebracht kunnen worden in een van de categorieën.
- 76 (I) Bij het scenario over de bedrijfskleding, twijfelde je wel even of je categorie overig zou gebruiken.
77 Werd je ontmoedigd om de categorie overig te gebruiken?
- 78 (R11) Ja ik wilde de vraag liever niet in overig plaatsen, ook door dat tekstje wat erbij staat over de 90%
79 die in een categorie geplaatst kan worden en dat het dan langer duurt. En bij bestellen gaat het natuurlijk
80 toch meer over bestellingen voor in de winkel, in plaats van bestellingen voor onszelf.
- 81 (I) Hebben de instructies je geholpen bij het invullen van het formulier?
- 82 (R11) Ja zeker. Ja de instructies geven meer duidelijkheid. Die begrippen kunnen heel algemeen zijn.
83 Dus ik vind het wel fijn dat dat eronder staat.
- 84 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?
- 85 (R11) Deze. Omdat ik hem duidelijk vind en makkelijk vind om in te vullen, waar ik een vraag kan
86 stellen.
- 87 (I) Wat vond je van de manier van werken?
- 88 (R11) Oh prima. Ik had er geen problemen mee.
- 89 (I) Heb je nog overige opmerkingen?
- 90 (R11) Nee.

HOW-respondent 12

Interviewer: Danique Menger (I)

Eigenaar franchise winkel in Schijndel

Leeftijd respondent: 45

Geslacht: vrouw

Datum: 4-12-2020 11:00

Duur: 22:07

- 1 Danique leest de instructies voor.
- 2 *Respondent leest de instructies en scenario 1* Even kijken, dan ga ik naar het formulier.
- 3 *Klikt op het formulier* Dan ga ik naar productkwaliteit.
- 4 *Klikt op productkwaliteit* En dan vraag of opmerking over het Etos product of over een merkproduct.
- 5 Merkproduct zou ik dan naartoe gaan.
- 6 *Klikt op 'vraag/opmerking over een merkproduct'* Dan moet ik het EAN-nummer en het Orin-
- 7 nummer, batch en productiecode invoeren. Dat is verplicht zie ik. Dat doe ik dan, maar dat vind ik altijd
- 8 wel heel veel moeite om zoiets allemaal in te vullen. Want dan denk ik als je of een EAN hebt of een
- 9 beschrijving van een product dan ben je daar sneller mee klaar. En dan omschrijving van de klacht. En
- 10 dan vul ik daar de klacht in en dan hoop ik dat ik zo snel mogelijk antwoord krijg.
- 11 *Respondent gaat terug naar scenario 2 en leest deze*
- 12 *Gaat terug naar het formulier en scant de kopjes* Dan ga ik naar 'actie' ohnee toch 'scanprobleem'.
- 13 *klikt op scanprobleem en direct op actie scant onjuist* En dan geef ik aan dat mijn actie niet goed
- 14 scant. Dan vul ik het EAN-nummer weer in en dat er een Kneipp product niet goed scant die in de actie
- 15 is. Dus dat we handmatig de actie hebben aangepast voor de klant en hopen dat het snel opgelost gaat
- 16 worden.
- 17 *Gaat terug naar de instructie* Oké dan gaan we nu naar scenario 3.
- 18 *Klikt weer op het formulier en scant de kopjes* Dan zou ik gaan naar 'bestellen'.

19 *Klikt op bestellen* Ja dan zou ik daar mijn vraag inzetten. Ik vind dat een beetje onduidelijk. Ik maak
20 dan eigenlijk gewoon een algemene vraag aan. Maar ik zou hem nu bij bestellen zetten. En daar vragen
21 waar ik het bestelformulier kan vinden.

22 *Klikt op de instructies en leest scenario 4* Even kijken. *Gaat terug naar het formulier* Dan zou ik
23 naar transport gaan. *Klikt op transport* Nee dat zou ik niet.

24

25 *Klikt op home* Even kijken of ik iets kan vinden. Ik zie er niet echt iets bijstaan. Dan zou ik voor de
26 categorie 'overig' gebruiken. En dan zou ik de vraag neerzetten dat ik een pakketje heb van een klant
27 en hoe we dat terug kunnen sturen. Met de naam en het bestelnummer erbij.

28 **Aanvullend interview**

29 (I) Hoe heb je het invullen van het formulier ervaren?

30 (R12) Op zich vind ik het duidelijk. Het is niet lastig om het in te vullen. Ik vind soms de antwoorden
31 alleen heel slecht. Dan denk ik dat had ik zelf ook kunnen bedenken, daar stuur ik geen Questie voor.

32 (I) Het tweede scenario over het 1+1 Kneipp product heb je bij scanprobleem geplaatst en hij was ook
33 onder actie te vinden. Ik zag dat je even twijfelde waar je hem onder zou plaatsen, waarom heb je voor
34 scanprobleem gekozen?

35 (R12) Ik dacht actie is ook meer de actiematerialen die je mist en dat soort dingetjes. Scanprobleem
36 wordt dan denk ik eerder opgelost, ik weet het niet. Met sommige dingen twijfel ik ook hoor.

37 (I) Het laatst scenario, over het pakketje, heb je in overig geplaatst. Kon je de categorie over makkelijk
38 vinden?

39 (R12) Nee want ik moest helemaal naar onder, ik dacht ook eerst dat die er niet was. Dus ik dacht eerst
40 retourneren, maar dat gaat meer over de vracht. Daarom scrolde ik eigenlijk verder en toen dacht ik er is
41 wel overig. Daarom twijfelde ik even van waar kan ik hem onder invoeren.

42 (I) Toen je het derde scenario las, had je toen ook al de categorie overig gezien?

43 (R12) Nee ik had overig nog niet gezien toen ik het derde scenario ging invullen, anders had ik hem
44 daar geplaatst. Ik had hem toen inderdaad nog niet gezien

- 45 (I) Onder bestellen staat nu ook de subcategorie 'online bestelling niet opgehaald door de klant', had je
46 die gezien?
- 47 (R12) Nee die heb ik niet gezien inderdaad. Het eerst zag ik transport, dus dat heb ik inderdaad niet
48 gezien dat je daar ook je retourpakketje zou kunnen plaatsen.
- 49 (I) Hebben de instructies je geholpen bij het invullen van het formulier?
- 50 (R12) Ja dat vind ik wel duidelijk. Dan heb je meteen zoiets van oja dan moet ik daar zijn. Dat vind ik
51 wel duidelijk. Dan weet je dat moet ik hier invullen en hier kan ik die invullen.
- 52 (I) Wat vond je begrijpelijk aan het formulier?
- 53 (R12) Het is overzichtelijk. Het is duidelijk. Er moet gewoon niet te veel instaan. Het moet makkelijk
54 zijn, zodat we snel vragen kunnen stellen. En dat je snel duidelijke antwoorden krijgt.
- 55 (I) Wat vond je minder begrijpelijk aan het formulier?
- 56 (R12) Dat kopje overig vond ik wel lastig dat dat zo ver naar beneden staat, want daar valt toch wel heel
57 veel onder.
- 58 (I) Zie jij voordelen van dit formulier ten opzichte van het huidige formulier dat je gebruikt om een
59 Questie in te sturen?
- 60 (R12) Ik denk dat dit formulier minder omslachtig is dan het huidige formulier. Daar moeten we zoveel
61 op invullen. En als je een ding niet invult krijg je een melding dat je het in moet vullen. Je hebt het
62 gewoon niet altijd bij de hand.
- 63 (I) En zie je nadelen?
- 64 (R12) Denk dat er niet heel veel verschil tussen zit, nee eigenlijk niet.
- 65 (I) Voor wat voor soort vragen zou je de categorie overig gebruiken?
- 66 (R12) Eigenlijk de algemene winkelvragen. Ik zou er best veel in zetten. Alleen de vracht, retourneren
67 en actie zou ik apart houden en de rest zou ik onder overig doen. Nu gebruik ik wel veel overig.
- 68 (I) Zou je in dit formulier snel voor de categorie overig kiezen?

69 (R12) Nee. Dan ben je echt meer aan het zoeken. Omdat het zo klein staat zou ik hem minder snel
70 pakken. Maar dan denk ik wel dat bij sommige vragen zou hebben waar ga ik die dan bijzetten. Dus
71 misschien zet je dan wel een vraag bij een ander kopje. En dat komt toch wel omdat je weinig tijd hebt
72 om het in te vullen, je doet dat even snel tussendoor. Even snel. Maar dan moeten ze zoveel dingen
73 weten. Vooral omdat je al die codes in moet voeren. Dat weerhoudt mij ook wel eens om een Questie
74 in te vullen.

75 (I) Stel je wilt de volgende keer een Questie sturen, welk formulier zou dan jouw voorkeur hebben?

76 (R12) Ik denk deze, als het kopjes overig er ietsje duidelijk erop komt.

77 (I) Wat vond je van de manier van werken?

78 (R12) Het is even wennen maar eigenlijk wel fijn. Het is minder vanzelfsprekend wat je allemaal doet
79 als je het zegt.

80 (I) Heb je nog overige opmerkingen?

81 (R12) Nee alleen dat ik het soms echt te lang vind duren. En soms gaat het beter dan de andere keer.
82 Maar nee verder eigenlijk niet.

Bijlage 9 Problemen hardop-werksessies

Tabel 11

Problemen hardop-werkmethode

Tran script	Num mer	Tekstfragment	Scen ario	Observatie of verbalisaties	Proble emtype
1	29	Ik zou hem toch onder bestellen zetten dan, dat is niet iets wat wij regulier bestellen maar de rest sluit al helemaal niet aan. Er is geen overig nu, wat we normaal wel hebben. Anders had ik hem daar nu onder geschaard. Dan zou ik nu naar bestellen gaan. *klikt op bestellen* Dan ga ik naar zelf bestellen.	Scen ario 3	Beiden	Lay-outprob leem
2	22	Ja dan moet ik HR maar gaan lastigvallen. Ik ben het er niet helemaal mee eens. Ik mis het knopje overig. Ja ik ga toch maar HR lastigvallen.	Scen ario 3	Beiden	Lay-outprob leem
3	17	Dan moet ik even kijken want ik vind dat geen HR-vraag. Ik kan even kijken bij HR-vraag. *klikt op HR-vraag* Nee daar zit het niet. Bij bestellingen staat die ook niet tussen. Ja ik denk dat deze bij overig hoort. Die zie ik zo niet staan dus ik ga maar door naar scenario 4.	Scen ario 3	Verbalisaties	Lay-outprob leem
4	17	Ik zou eerst even kijken bij transport of daar de juiste vraag bijstaat, maar daar zie ik hem niet staan. Maar ik denk toch bij transport. *klikt op transport*	Scen ario 4	Beiden	Lay-outprob leem
5	19	Ik denk... Ik zou het bijna niet durven zeggen maar ik zou bijna zeggen HR-vraag. Lijkt mij heel gek voor bedrijfskleding. Nee dat is het niet. Productiekwaliteit, nee. Scanprobleem, nee. Dan zou ik toch gaan naar HR-vraag of bestellen. In dit geval zou ik maar bestellen doen. *Klikt op bestellen* En dan zelf bestellen. Oké nou hier mis ik even iets denk ik. Want bij bestellen heb ik toch meer het idee dat het om producten gaat voor in de winkel. Dan ga ik toch naar HR.	Scen ario 3	Beiden	Lay-outprob leem
7	22	Ik zou denken dat ik hier dan bij bestellen moet zijn. Want het zijn geen producten. Of hoort het bij personeelszaken. Ik heb eigen personeel dus ik zou eigenlijk nooit HR doen, daar heb ik mijn boekhouder voor. Als ik hier naar kijk zou ik zelf zeggen dat ik bij bestellen moet zijn. *klikt op bestellen* ja en dat is dan raar want moet ik dan zelf bestellen doen of zo.	Scen ario 3	Beiden	Lay-outprob leem
9	17	Die zou ik plaatsen bij overig. Alleen die zie ik er niet bij staan.	Scen ario 3	Verbalisaties	Lay-outprob leem
10	17	Dan zou ik denk ik toch naar HR gaan. *Klikt op HR-vraag*	Scen ario 3	Beiden	Lay-outprob leem
10	23	Dan zou ik gaan naar transport, zou kunnen. Het gaat over retour dus transport inderdaad. *Klikt op transport*	Scen ario 4	Beiden	lay-outprob leem
11	24	Misschien bij bestellen, ik zie bestellen van producten maar ik weet niet of die gaat over kleding voor onszelf in de winkel. En anders, het is geen HR-vraag natuurlijk. Even vragen wat er staat als ik op bestellen klik. *Klikt op 'bestellen'* Dan zie ik 'zelf bestellen', 'automatisch bestellen'. Ik zou deze dan toch onder overig stellen.	Scen ario 3	Beiden	Lay-outprob leem
12	19	*Klikt op bestellen* Ja dan zou ik daar mijn vraag inzetten. Ik vind dat een beetje onduidelijk. Ik maak dan eigenlijk gewoon een algemene vraag aan.	Scen ario 3	Beide	Lay-outprob leem
12	22	Dan zou ik naar transport gaan. *Klikt op transport* Nee dat zou ik niet. *Klikt op home* Even kijken of ik iets kan vinden. Ik zie er niet echt iets bijstaan. Dan zou ik voor de categorie 'overig' gebruiken.	Scen ario 4	Beiden	Lay-outprob leem

Bijlage 10 Codering aanvullende interviews

Tabel 12

Codering aanvullende interviews hardop-werkmethode

Transcript	Nr.	Tekstfragment	Open coderen	Axiaal coderen
1	58	(R1) Ja ik heb deze bij scanprobleem geplaatst omdat het een scanprobleem is, maar als ik het zo zie had het ook onder actie gekund inderdaad. Het staat er zelfs bij.	Onder scanprobleem geplaatst	Actie/Scanprobleem
1	64	(R1) Oja zover heb ik niet gescrold in het formulier. Maar anders had ik die daar geplaatst inderdaad ja. Maar dat is waarschijnlijk omdat jullie willen dat er minder in de categorie overig geplaatst wordt, omdat dat meer tijd kost om naar de goede afdeling te sturen.	Categorie overig niet gevonden	Categorie overig
1	68	(R1) Volgens mij zit alle onderwerpen er wel in. Dus ik vind de categorieën goed ja.	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
1	72	(R1) Alles was duidelijk. Ik vind het ook prettig dat als je iets aanklikt dat je dan nog een splitsing krijgt waar je je vraag dan weer onder kan scharen.	Splitsing achter hoofdkopjes	Beoordeling categorieën/formulier
1	75	(R1) Nou niet begrijpelijk niet zo zeer, maar ik heb nu niet zo goed gekeken als dat ik anders had gedaan.	Begrijpelijkheid	Beoordeling categorieën/formulier
1	78	(R1) Ik denk dat de vraag zeker sneller bij de afdeling komt. Waardoor je vraag sneller beantwoord wordt. Dus dat zie ik wel als een voordeel.	Vraag sneller bij afdeling	Beoordeling categorieën/formulier
1	81	(R1) Dat je altijd een Orin-nummer in moet vullen is wel een nadeel vind ik. Dat moet ik helemaal op de computer opzoeken. Die zag ik ook in dit formulier weer terugkomen.	Orin-nummer	EAN/Orin
1	85	(R1) Zoals net met bedrijfskleding bestellen, ik weet dat dat niet via de pda gaat maar via de pc dus die had ik dan in het kopje overig gezet.	Wat in categorie overig	Vragen in overig
1	91	(R1) Nee veel minder snel. Ja. Sowieso omdat de categorie overig niet prominent in beeld staat. En je hebt wat meer keuzemogelijkheden en als je het aanklikt krijg je weer subcategorieën die je ook bekijkt. Als ik naar mijzelf kijk dan ga ik altijd heel veel klikken om te kijken waar ik uitkomt en dat is hier veel duidelijker. En als dat het dan allemaal niet is dan ga ik voor overig.	Minder snel overig	Minder snel categorie overig
2	38	(R2) Ik vond het heel overzichtelijk en duidelijk. De zin die bij de verschillende categorieën staat, scheidt een hoop verduidelijking	Instructies	Instructies
2	42	(R2) Een scanprobleem is als een artikel niet scant. Er stond heel duidelijk bij dat het om een actie gaat en dat het verkeerd scant. Dat het niet scant. Dus ik vond die meer bij actie passen.	Onder actie geplaatst	Actie/Scanprobleem
2	45	(R2) Maar het zou ook een technisch probleem kunnen zijn. Dan zou ik NCR bellen. Als er iemand op hoofdkantoor lag te slapen dan zou ik wel voor de categorie overig gaan ja	Bedrijfskleding in overig	Categorie overig
2	49	(R2) Oja ik zie het, nee dat is wel heel klein. Ik snap het wel. Want hierdoor gaan mensen zich eerst focussen op de grotere kopjes. Maar ik lees toch niet zo snel de kleine lettertjes. Bij de kopjes	Beoordeling categorie overig	Categorie overig

		kijk ik beter omdat ik daar denk oh dat is een druk gebied. Dus ik had dat niet gelezen.		
2	54	(R2) Ik vond de categorisering goed. Ja is wel overzichtelijk en alles zit er wel in.	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
2	56	(R2) Ik vind alles begrijpelijk en ik vind het ook wel fijn dat als je op een vraag drukt dat je dan nog twee vragen krijgt. Zo ben je toch nog even scherp op je vraag.	Splitsing achter hoofdkopjes	Beoordeling categorieën/formulier
2	61	(R2) Die overige zou ik anders doen. Ik vind de tekst daarbij wel lang en het overig knopje is niet duidelijk genoeg dat je daar op kan drukken. Ik zou het kort en krachtig houden.	Beoordeling categorie overig	Categorie overig
2	66	(R2) Ik zou het eigenlijk niet zo kunnen bedenken wat voor soort vragen ik in de categorie overig zou plaatsen eerlijk gezegd. Maar dat zijn wel uitzonderlijke dingen.	Wat in categorie overig	Vragen in overig
2	74	(R2) In het oude formulier is natuurlijk overig ook een categorie die helemaal in het midden staat en in dit formulier helemaal aan het eind. Je kiest in het oude formulier wel snel voor overig.	Minder snel overig	Minder snel categorie overig
2	77	(R2) Ik denk dat de nieuwe je wat rustiger maakt en dat je wat meer bewust gaat kiezen.	Bewuster kiezen	Beoordeling categorieën/formulier
2	79	(R2) Ik had het zonder de instructies ook wel gered. Zo duidelijk is het formulier.	Instructies	Instructies
2	81	(R2) Nou in het huidige formulier is wel minder die onderverdeling in de categorieën en daar weer achter. Ik vind dit formulier wel wat rustiger over komen.	Splitsing achter hoofdkopjes	Beoordeling categorieën/formulier
3	30	(R3) Ik vind het duidelijk en overzichtelijk, alleen die kleding kon ik niet makkelijk plaatsen.	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
3	33	(R3) Het kost ons heel veel tijd om al de EAN-codes in te moeten voeren.	EAN-code	EAN/Orin
3	41	(R3) Oja. Nee ik had niet gezien dat overig een linkje was. Daar heb ik overheen gelezen. Maar ik snap het ook wel. Dat je die overig ook klein maakt, want anders wordt er te snel gedrukt op die overig.	Categorie overig niet gevonden	Categorie overig
3	44	(R3) Ik denk dat mensen heel snel op overig drukken en dan moeten jullie weer gaan filteren van waar hoort die bij. Dus dat snap ik wel ja. Alleen hij staat wel echt in de context daaronder nu.	Beoordeling categorie overig	Categorie overig
3	51	(R3) Ik vind de categorisering wel goed. Ik heb er meteen even kritisch naar gekeken van mis ik er eentje of niet, nee dat niet.	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
3	54	(R3) Ik vind het formulier verder wel duidelijk. Ik vind het Questie formulier nu eigenlijk ook wel duidelijk, alleen wordt er te veel op overig gedrukt, denk ik.	Vergelijking formulieren	Beoordeling categorieën/formulier
3	58	(R3) Het is overzichtelijker. Je moet eigenlijk zo min mogelijk extra's toevoegen want mensen kijken daar toch niet naar.	Overzichtelijk	Beoordeling categorieën/formulier
3	67	(R3) Alleen dat het overig iets meer naar de voorgrond mag. Maar ik vind hem verder logisch.	Beoordeling categorie overig	Categorie overig
3	70	(R3) Voor de rest is het wel aardig gefilterd denk ik eigenlijk als ik het zo zie. Ook dat nu de online bestellingen zijn meegenomen, volgens mij stond die er nu niet in. Dus dat is goed.	Dekking van categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
3	78	(R3) Nee ik denk niet dat ik hier snel voor de categorie overig zou kiezen. Denk het niet. Nee	Minder snel overig	Minder snel categorie overig

		want ik moest er net ook even goed over nadenken wat voor vragen ik daar zou stellen.		
3	81	(R3) Ja ik denk dat ik minder snel voor de categorie overig zou kiezen dan in het huidige formulier, dat denk ik wel.	Minder snel overig	Minder snel categorie overig
3	86	(R3) Ja wel deze. Ik vind dit wel beter. Dat er meer onderverdeling zit ook achter de hoofdkopjes.	Splitsing achter hoofdkopjes	Beoordeling categorieën/formulier
4	29	(R4) Op zich handig dat je al een beetje subcategorieën hebt als je hem opent. Maar voor de rest lijkt hij ook wel heel erg op wat wij hadden. Er zijn niet heel veel dingen anders hier. Oh ik zie nu het online bestellen niet opgehaald door de klant.	Splitsing achter hoofdkopjes	Beoordeling categorieën/formulier
4	33	(R4) Ik had online bestelling van een klant bij transport verwacht omdat het gaat om beweging en ik heb het niet zelf besteld.	Online bestelling bij transport	Transport scenario 4
4	36	(R4) En er staat ook bij van de 90% en doordat je ze in een categorie plaatst kunnen ze sneller beantwoord worden, want anders gaan mensen altijd niet nadenken en gewoon meteen voor overig.	Beoordeling categorie overig	Categorie overig
4	42	(R4) Volgens mij is het helemaal goed. Nee de categorieën zijn goed.	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
4	50	(R4) Ik vind het fijn dat actie een eigen kopje heeft gekregen.	Dekking van categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
4	50	(R4) En ik dacht even dat missend communicatiemateriaal er niet in zou zitten. Maar die zie ik ook onder actie. Dat is fijn dat die onder actie valt nu.	Dekking van categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
4	52	(R4) Maar ik vond zelf onder actie wel logischer want een scanprobleem zie ik als een artikel die een EAN-code heeft die het niet doet. Er mist een cijfertje of er is een cijfertje te veel waardoor die niet scant. Terwijl een actieartikel scant wel maar de actie hangt er nog niet aan.	EAN-code	EAN/Orin
4	57	(R4) Bijvoorbeeld iets wat ik niet kan vinden op Sam. Iets wat ik niet kan vinden en iets wat hier dan niet onder valt. Of misschien als je een suggestie hebt voor iets. Maar in principe lijkt die wel redelijk compleet. En doordat de categorie overig zo klein is gaan mensen er misschien minder snel op drukken dat is ook handig.	Wat in categorie overig	Vragen in overig
4	63	(R4) Nee omdat het wel een linkje is maar hij ziet er anders uit dan alle andere. De andere hebben allemaal een zwart kader en deze is alleen dikgedrukt. In de huidige Questie neemt die gewoon een prominente plek in. Dus ik denk dat heel veel mensen nu denken we gaan niet zoeken, gewoon snel invullen. En dat heb je met overige nu minder omdat die helemaal onderaan staat en in de lopende tekst zit, is de kans dat mensen erop gaan drukken klein.	Overig	Categorie overig
4	69	(R4) Ze geven net iets meer weer wat ik kan vinden daar.	Instructies	Instructies
4	71	(R4) Omdat ik deze overzichtelijker vind dan die we nu hebben, ik hoef minder lang te zoeken naar onder welk kopje ik iets ga versturen.	Voorkeur voor formulier	Voorkeur huidige of nieuwe formulier
5	36	(R5) Alleen die ene met de bedrijfskleding dat was wel dat ik dacht waar moet die. Nu heb je bij	Waar moet bedrijfskleding	Categorie overig

5	42	<p>Questie ook een algemeen kopje waar je naartoe kan. Die mis ik dan wel een beetje hier.</p> <p>(R5) Ja ik had die van de bedrijfskleding in overig willen plaatsen. Want HR-vragen zijn toch meer dingen over personeelszaken, nou die zien mij al aankomen met bedrijfskleding. Eigenlijk vind ik dat niet helemaal passen. Maar bij bestellen vind ik ook weer een beetje gek. Dat voelt meer alsof het voor producten is voor in de winkel.</p>	Bedrijfskleding in overig	Categorie overig
5	48	<p>(R5) Aaah nee die heb ik niet gezien. Je gaat echt van die kopjes uit die je ziet. Ik zag het wel ergens maar toen dacht ik, ik heb nu geen tijd om dat te lezen. Naja hij is er dus wel, dat is goed.</p>	Overig niet gezien	Categorie overig
5	51	<p>(R5) Nee je ziet die kopjes en dat is toch vaak wel het belangrijkste. Als je een Questie stuurt wil je dat toch wel snel doen. Je wilt weer terug naar die winkelvloer. En dan zie ik de hoofdkopjes staan, dat staat heel luid en duidelijk vermeld met 'stel je vraag' dus dat trekt je dan van daar moet ik klikken. Die tekst daaronder, wat je dan denkt dat komt later wel. Daar verwacht je niet nog een kopje, met overig.</p>	Grote kopjes belangrijk	Beoordeling categorieën/formulier
5	56	<p>(R5) Ja heel fijn. Nu staan er veel categorieën in de Questie waar je er vaak maar een van gebruikt. En nu is het veel meer opgedeeld en ik denk dat je ze allemaal wel een keer kan gebruiken en dat is voor de mensen die ze moeten beantwoorden wel heel fijn.</p>	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
5	60	<p>(R5) Het is gewoon goed. Ook als je een categorie aanklikt, ja duidelijker kan bijna niet.</p>	Splitsing achter hoofdkopjes	Beoordeling categorieën/formulier
5	68	<p>(R5) Juist omdat het zo in kopjes in verdeeld en dan nog meer wordt doorgevraagd naar eigen merk of geen eigen merk. Dat soort dingen heel fijn.</p>	Splitsing achter hoofdkopjes	Beoordeling categorieën/formulier
5	71	<p>(R5) Het grote voordeel is dat het gelijk bij de juiste persoon uitkomt en dat is wat we uiteindelijk willen. Dat die vraag zo snel mogelijk beantwoord wordt.</p>	Direct bij juiste persoon	Beoordeling categorieën/formulier
5	74	<p>(R5) Nee veel minder snel dan nu. Want nu is overig eigenlijk je standaard die je gebruikt. Nee helemaal niet. Als dat pas is bij bedrijfskleding dan is dat een goed teken.</p>	Minder snel overig	Minder snel categorie overig
5	77	<p>(R5) Omdat het nu ook echt meer gericht is waar we echt op werken. Nu staan er ook kopjes in waarvan ik denk oké ja prima. Het zijn kopjes die we gebruiken en bij het huidige formulier is dat niet.</p>	Minder snel overig	Minder snel categorie overig
6	37	<p>(R6) Nou wel makkelijk, het lijkt makkelijker dan het nu is terwijl er niet zoveel is veranderd. Ik ervaar dit als simpeler. Volgens mij omdat mijn scherm er rustiger uitziet. De kopjes waren ook duidelijk, van de hoofdonderwerpen. Ze vielen goed op maar ook de meeste dingen zijn wel gedekt. En het overig was ook gewoon nog goed te vinden.</p>	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
6	45	<p>(R6) Ik vond dat het scannen meer opviel in het scenario dan de actie. Omdat de actie misschien ook iets algemener is.</p>	Onder scanprobleem geplaatst	Actie/Scanprobleem
6	51	<p>(R6) Dus de omschrijving is duidelijk en het is heel concreet. Het is easy gewoon. Het is duidelijk, eigenlijk kan je het niet niet begrijpen.</p>	Instructies	Instructies

6	59	(R6) Is overig nu weg. Maar toen vond ik hem dus onderaan. Dus dat is misschien nog een dingetje. Maar dat kan ook aan mij liggen, maar het viel mij op dat ik hem eerst niet zag. Maar dat zou ook wel zijn om te stimuleren dat je de kopjes gaat gebruiken. Anders gaat iedereen op overig klikken.	Beoordeling categorie overig	Categorie overig
6	64	(R6) Ik zou niet zo goed weten wat ik onder de categorie overig zou plaatsen. Dus ik zou zeker minder snel voor overig kiezen in dit formulier.	Minder snel overig	Minder snel categorie overig
6	72	(R6) Alleen technische dingen misschien nog, dat er dingen door moeten naar NCR bijvoorbeeld. Dat zou ik in overig plaatsen. En misschien tips of suggesties.	Technische dingen	Vragen in overig
6	78	(R6) Aan de hand daarvan ging ik kiezen. Het is heel duidelijk ja. Het is een van de redenen dat het zo fijn en duidelijk is, dat tekstje eronder.	Instructies	Instructies
6	81	(R6) Denk deze. Omdat het overzichtelijker en duidelijker is.	Voorkeur voor formulier	Voorkeur huidige of nieuwe formulier
7	40	(R7) Dat is heel makkelijk want het is makkelijk te vinden en ik denk doordat je het wel kort hebt gehouden en ik wel goede toelichting kan geven dat ik dat wel heel duidelijk vind.	Instructies	Instructies
7	44	(R7) Ja omdat het een 1+1 actie was. Heel vaak zijn die dan niet geactiveerd en dan heb je problemen.	Onder actie geplaatst	Actie/Scanprobleem
7	49	(R7) Er is ook altijd een optie voor overige vragen. Misschien dat ik het als overig had kunnen omschrijven. Ik had het hier nergens bij bedacht.	Had in overig willen plaatsen	Categorie overig
7	53	(R7) Dat zou ik dus niet zien. Daar zou ik wel een vakje voor willen. Ik weet dat jullie niet zo graag overig willen. Omdat ik denk dat mensen anders alles op overig gaan invullen. Ik had dit niet gezien nee. Ik zag deze hokjes en ik ga niet meer naar beneden. Maar aan de andere kant is de rest wel heel duidelijk dus misschien dat je de rest wel ondervangt doordat je deze items al zo hebt gedeeld. Dat het laatste al niet echt nodig zou zijn. Als de pagina lastig is ga je alles in overig plaatsen. Dus dan zocht ik al direct naar overig. Als ik dit zo zie zou ik al wel heel makkelijk gebruik maken van een van de bovenste categorieën.	Overig niet gezien	Categorie overig
7	61	(R7) Ja ik weet zeker dat ik in dit formulier minder snel voor de categorie overig zou kiezen.	Minder snel overig	Minder snel categorie overig
7	68	(R7) Als ik het snap is het wel erg duidelijk hoor. Ik ben echt een analfabeet met computers. Ik denk dat heel veel ondernemers in mijn leeftijd hetzelfde hebben. Maar nee er is niks onduidelijk. Alleen het stukje overig misschien maar ik begrijp het wel als je het zegt.	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
7	80	(R7) Het is veel duidelijker dan het huidige formulier.	Voorkeur voor formulier	Voorkeur huidige of nieuwe formulier
8	39	(R8) Op de homepage staat het duidelijk onder de kopjes waar het over gaat. En dan als je verder klikt heb je ook duidelijke categorieën weer onder de hoofdkopjes.	Instructies	Instructies
8	43	(R8) Ja dit kwam vooral door het verhaaltje. Omdat daar ook staat Kneipp 1+1 actie. En ik zou naar scanprobleem gaan als het artikel niet bekend scant. Dan zou ik eerder naar scanprobleem gaan.	Onder actie geplaatst	Actie/Scanprobleem

8	51	(R8) Vooral omdat er nog een uitlegje staat onder de kopjes, is het eigenlijk wel super begrijpelijk.	Instructies	Instructies
8	54	(R8) Ja. Het maakt het net iets duidelijker. Je weet meteen waar je met welke vraag terecht kan.	Instructies	Instructies
8	56	(R8) Nou ik denk misschien dat overig aan de onderkant staan. En dat je de Orin-nummer moet invullen is onhandig. Dus dat is wel lastig.	Onduidelijk	EAN/Orin
8	64	(R8) Nou ik vind de categorieën die er nu staan wel veelomvattend. Maar zoals net hadden we er ook eentje die we op overig hadden gedaan. Voor bepaalde dingen misschien. Ik zit nu te bedenken wanneer ik voor overig zou kiezen. Maar ik denk dat meeste wel hier zo staat, dus ik denk dat ik niet heel snel voor overig zou kiezen.	Wat in categorie overig	Vragen in overig
8	69	(R8) Ik denk het wel. Ik denk dat dat echt komt omdat hier de extra uitleg onder staat. Ik denk dat ik minder snel overig zou gebruiken. Maar ik weet gewoon niet zo snel ook wanneer ik voor overig zou kiezen. Vooral hele specifieke dingen.	Minder snel overig	Minder snel categorie overig
9	27	(R9) Niet moeilijk, is puur logisch. Maar ik moet zeggen dat ik dat nu met het huidige formulier ook niet een probleem vind.	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
9	31	(R9) Ja. Ik vind een scanprobleem, is ook belangrijk maar een actie scanprobleem moet sneller opgelost worden.	Onder actie geplaatst	Actie/Scanprobleem
9	38	(R9) Oké dat vind ik niet duidelijk.	Categorie overig niet gevonden	Categorie overig
9	40	(R9) Je wilt zo kort mogelijk achter zijn, omdat je graag op de winkelvloer wilt zijn. Dat je een Questie moet maken is al vervelend. Dus dan moet het echt bam heel overzichtelijk zijn.	Snel invullen	Beoordeling categorieën/formulier
9	43	(R9) Die vind ik gewoon duidelijk. Zeker omdat er nog een regeltje bij staat. Dan is het helemaal duidelijk. Zo een regeltje dat onder de kopjes staat lees je wel even makkelijk. Het daarom dat ik bij actie ook koos voor actie onjuist scannen. In plaats van bij scanprobleem.	Instructies	Instructies
9	48	(R9) Nou wat ik net al aangaf, de categorie overig. Voor de rest geen probleem.	Categorie overig niet gevonden	Categorie overig
9	55	(R9) Vragen zoals waar kan ik een formulier vinden of ik heb een bericht voorbij zien komen maar ik kan het niet meer vinden. Of de folderverspreiding zet ik ook altijd in overig. Dat is ook een groot probleem.	Wat in categorie overig	Vragen in overig
9	59	(R9) Oh dat is maximaal 10%.	Wat in categorie overig	
9	61	(R9) Ik zou in dit formulier minder snel voor overig kiezen. Omdat die niet makkelijk te vinden is.	Minder snel overig	Minder snel categorie overig
9	63	(R9) Ja zeker weten. Dat is gewoon een korte uitleg waar dat kopje voor bedoeld is.	Instructies	Instructies
9	65	(R9) Ik denk het huidige puur voor het kopje overig. Nu is hij natuurlijk hier wel terug te vinden maar ik denk dat overig belangrijk genoeg is om in een apart in zo eenzelfde soort blokje te vermelden.	Voorkeur voor formulier	Voorkeur huidige of nieuwe formulier
9	70	(R9) Ik dacht alleen is het niet handig dat je in het formulier bij de categorie overig een keuzeregul maakt dat je daar kan invullen naar welke afdeling het moet, dus bijvoorbeeld ten behoeve van make	Tip	Tip

up. Dus dat je overig iets uitgebreider maakt. Dan voorkom je dat de overige gaan zweven.

10	31	(R10) Heel duidelijk. Het leidt tot weinig vragen. En ook dat je langer moet wachten als je overig gebruikt, dat is begrijpelijk. Dan gaat het namelijk via via dus deze is perfect.	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
10	34	(R10) Ja dat overig klein staat aangegeven dwingt je toch tot het maken van een keuze, van waar ga ik hem plaatsen en hoe ga ik hem sturen. Als je daardoor sneller antwoord hebt is dat alleen maar fijn.	Sneller antwoord	Categorie overig
10	37	(R10) In het begin niet. Maar als je het hele scherm even doorloopt wel. Dat was even scrollen, maar het is goed dat het zo klein staat denk ik.	Overig niet gezien	Categorie overig
10	41	(R10) De actie op zich klopt maar het is probleem wat je bij je kassa pas tegenkomt. Vandaar dat ik hem als scanprobleem hebt.	Bij scanprobleem geplaatst	Actie/Scanprobleem
10	47	(R10) Ik dacht eigenlijk helemaal niet meer aan overig. Ik dacht als ik hem ergens kan plaatsen, dan link ik hem daaraan.	Niet bij overig plaatsen	Categorie overig
10	50	(R10) Er staat ook tekst bij maar die heb ik eigenlijk niet echt gelezen. Ik ga eigenlijk direct af op de titel. Ik heb daar zelf een beeld bij en dan pak ik meteen die categorie.	Instructies	Instructies
10	55	(R10) Nee ik heb niet echt naar de instructies gekeken. Maar dat is misschien ook wel een beetje in de waan van de dag. Dat alles snel snel moeten. Dat is vaak zo.	Instructies	Instructies
10	66	(R10) Ja je bent eerder geneigd om een keuze te maken in dit formulier. Als dat de snelheid van een reactie verbeterd dan is dat goed. Daar draait het eigenlijk om, dat je snel antwoord krijgt. En dan je vraag bij de juiste afdeling komt.	Niet categorie overig	Categorie overig
10	78	(R10) Nee ik zou niet snel voor de categorie overige kiezen nee. Ook omdat die nu helemaal onderaan staat. Dus je moet even scrollen. Dus dat doe je sowieso al niet zo snel als je denkt dat je daarboven als je antwoord hebt. En mocht dat niet zo zijn dan ga je scrollen en dan pas ga je overig gebruiken denk ik.	Kiezen voor categorie overig	Categorie overig
10	82	(R10) Zeker. Ja want ik pak nu bijna altijd overig.	Minder snel overig	Minder snel categorie overig
10	84	(R10) Ik denk dat dit formulier mijn voorkeur heeft. Want die ander is wel hetzelfde bijna. Alleen toch klik ik daar blijkbaar altijd wel op overig volgens mij. Ondanks dat de titels er wel staan. Blijkbaar valt het mij niet op of zo.	Voorkeur voor formulier	Voorkeur huidige of nieuwe formulier
11	45	(R11) Het is allemaal heel duidelijk en het lijkt mij makkelijker dan hoe het nu werkt. Wat simpeler. Ik vind het formulier er makkelijker uitzien.	Beoordeling categorieën	Beoordeling categorieën/formulier
11	48	(R11) Dat van de bedrijfskleding is dan overig, dat komt denk ik ook niet vaak voor. En die andere kopjes allemaal wel. Ik denk dat de rest wel vaak voorkomt.	Beoordeling categorie overig	Categorie overig
11	52	(R11) Ja scanprobleem daar zou ik iets invullen van een product die niet scant of niet goed scant. Wat geen actie is.	Bij actie geplaatst	Actie/Scanprobleem
11	55	(R11) Ook fijn dat als je verder klikt dat je dan nog verschillende opties krijgt. Dan komt het denk ik	Splitsing achter hoofdkopjes	Beoordeling categorieën/formulier

		sneller bij degene terecht waar het terecht moet komen.		
11	60	(R11) Als het niet onder een van die kopjes geschaard kan worden, kan het onder overig. Maar ik denk dat alles er wel bij zit.	Wat in categorie overig	Vragen in overig
11	64	(R11) Ik denk dat dit formulier ervoor zorgt dat je sneller antwoord krijgt. Omdat je je vraag makkelijker kan koppelen aan een van de categorieën.	Sneller antwoord	Beoordeling categorieën/formulier
11	67	(R11) Ik vind het alleen lastig dat je ook hier het Orin-nummer en de batch code moet gebruiken. Daar is lastig achter te komen. Vaak weet ik dat nummer niet.	Orin nummer	EAN/Orin
11	74	(R11) Minder snel dan dat ik dat nu doe. Ik vul nu heel vaak overig in. Ik denk dat hier bijna alle vragen wel ondergebracht kunnen worden in een van de categorieën.	Minder snel overig	Minder snel categorie overig
11	78	(R11) Ja ik wilde de vraag liever niet in overig plaatsen, ook door dat tekstje wat erbij staat over de 90% die in een categorie geplaatst kan worden en dat het dan langer duurt.	Niet bij overig plaatsen	Categorie overig
11	82	(R11) Ja de instructies geven meer duidelijkheid. Die begrippen kunnen heel algemeen zijn. Dus ik vind het wel fijn dat dat eronder staat.	Instructies	Instructies
12	35	(R12) Ik dacht actie is ook meer de actiematerialen die je mist en dat soort dingetjes. Scanprobleem wordt dan denk ik eerder opgelost, ik weet het niet.	Bij scanprobleem geplaatst	Actie/Scanprobleem
12	39	(R12) Nee want ik moest helemaal naar onder, ik dacht ook eerst dat die er niet was. Dus ik dacht eerst retourneren, maar dat gaat meer over de vracht. Daarom scrolde ik eigenlijk verder en toen dacht ik er is wel overig. Daarom twijfelde ik even van waar kan ik hem onder invoeren.	Categorie overig	Categorie overig
12	43	(R12) Nee ik had overig nog niet gezien toen ik het derde scenario ging invullen, anders had ik hem daar geplaatst. Ik had hem toen inderdaad nog niet gezien	Bedrijfskleding in overig	Categorie overig
12	47	(R12) Het eerst zag ik transport, dus dat heb ik inderdaad niet gezien dat je daar ook je retourpakketje zou kunnen plaatsen.	Online bestelling bij transport	Transport scenario 4
12	56	(R12) Dat kopje overig vond ik wel lastig dat dat zo ver naar beneden staat, want daar valt toch wel heel veel onder.	Categorie overig	Categorie overig
12	66	(R12) Eigenlijk de algemene winkelvragen. Ik zou er best veel in zetten. Alleen de vracht, retourneren en actie zou ik apart houden en de rest zou ik onder overig doen. Nu gebruik ik wel veel overig.	Wat in categorie overig	Vragen in overig
12	69	(R12) Omdat het zo klein staat zou ik hem minder snel pakken. Maar dan denk ik wel dat bij sommige vragen zou hebben waar ga ik die dan bijzetten. Dus misschien zet je dan wel een vraag bij een ander kopje. En dat komt toch wel omdat je weinig tijd hebt om het in te vullen, je doet dat even snel tussendoor. Even snel.	Minder snel overig	Minder snel categorie overig

