

Klanttevredenheidsonderzoek voor Result Mediation



Vraagstelling: hoe de klanttevredenheidsmeting bij Result Mediation te verbeteren?

Om tot een afgewogen conclusie, c.q. aanbevelingen te komen, heb ik literatuuronderzoek gedaan en een gebruikersonderzoek verricht. Om keuzes te maken in de vraagstelling bij klanttevredenheidsmeting (klantvragen) is het belangrijk zich te verdiepen in de systematiek achter klanttevredenheidsmeting. Het stellen van de juiste vragen verhoogt het lerende effect door de feedback van de klant, versterkt de marktpositie van de dienstverlener en levert impliciet financieel voordeel op. Wellicht nog belangrijker is het daardoor beter worden in de uitoefening van het beroep van mediator en het verhogen van werkplezier.

Met dank aan degenen die meegewerkt hebben aan het tot stand brengen van onderhavig onderzoek.

*Charles Luijten
Januari 2019*

Definities klanttevredenheidsmeting

“Indien de werkelijke prestatie gelijk is of groter is dan de verwachting die men had over de dienst spreekt men van tevredenheid. Ontevredenheid treedt op indien de ervaring minder is dan de verwachting”ⁱ.

en

“De mate waarin de perceptie van het resultaat van het ruilproces overeenkomt met (de herinnering aan) de verwachtingen; dit speelt tijdens en na het ruilproces of de transactie.”ⁱⁱ

Inhoud

- <u>Klantbenadering</u>	<u>pagina 3</u>
- <u>Servicekwaliteitsmodellen</u>	<u>pagina 4</u>
- <u>Onderbewustzijn van klanttevredenheidsmeting</u>	<u>pagina 7</u>
- <u>Gedragsregels MfN registermediator en klanttevredenheidsmeting</u>	<u>pagina 8</u>
- <u>Onderzoek mediators Result Mediation en Peerreviewers MfN</u>	<u>pagina 9</u>
- <u>Conclusie onderzoek klanttevredenheidsmeting mediators</u>	<u>pagina 10</u>
- <u>Aanbevelingen</u>	<u>pagina 11</u>
- <u>Bijlage 1 – opmerkingen respondenten op vragenlijst</u>	<u>pagina 13</u>
- <u>Bijlage 2 - Scores geënquêteerde mediators</u>	<u>pagina 17</u>
- <u>Literatuur</u>	<u>pagina 18</u>

Klantbenadering

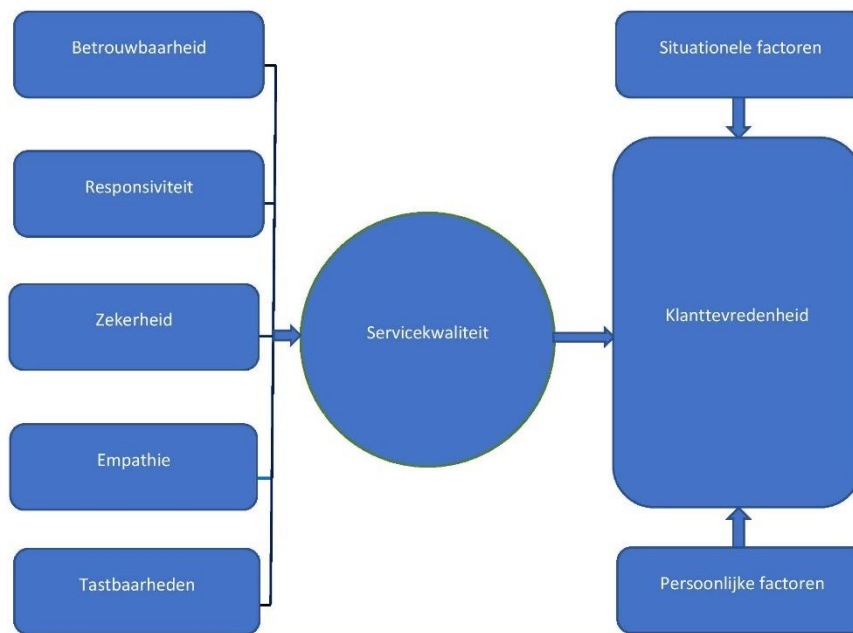
Enkele interessante wetenschappelijk onderzochte quotesⁱⁱⁱ

1. Tevreden klanten kopen meer. Dit geldt voor een relatief klein deel van de gebonden klanten. Volgens een onderzoek van American Express geven trouwe klanten 16x zoveel uit. Een klein deel neemt naar verhouding de meeste dienstverlening af. Dit vraagt om constante aandacht, c.q. investering in de kwaliteit van de dienstverlening.
2. Klantbehoud levert geld op. Het vasthouden van een loyale groep klanten verhoogt de winstgevendheid. Via CRM kan geanalyseerd worden hoe de loyaliteit te verhogen. Dus relatief veel aandacht besteden aan ‘terugkerende’ klanten.
3. Een klein deel van de klanten zorgt voor het grootste deel van de winst. Gemiddeld zorgt bij business-to-business 30% van de klanten voor 70% van de omzet. Er kan onderzocht worden in een klantenpiramide welke klanten de hoogste klantwaarde hebben; kortom welke klant levert naar verhouding het meeste op.
4. Klanten kun je binden. Algemeen bevinden van organisaties waarbij op drie niveaus klantbinding kan worden beïnvloed: 1. financiële binding (voordeel bieden); 2. sociale binding (zoals grote bedrijven als bijvoorbeeld Apple een emotionele binding met hun klanten aan gaan); 3. structurele binding (win-win relatie waar aanbieder en klant voordeel bij hebben).
5. Klantloyaliteit is meetbaar. Dit is te meten met de Net Promotor Score, uitgaande van één centrale vraag ‘hoe waarschijnlijk is het (1-10) dat u ons bedrijf zou aanbevelen aan een vriend of collega?’.
6. Klachtenafhandeling levert geld op. Een klacht kan gezien worden als een signaal van de klant die de moeite neemt om contact te zoeken. Dit geeft de kans de relatie te verbeteren en een positieve boodschap de wereld in te sturen die via sociale media zijn weg kan vinden. Zo wordt door Nederlandse topmanagers beschreven.^{iv}
7. Tevreden medewerkers zorgen voor tevreden klanten en meer winst. De medewerkers zijn de ambassadeurs van het product. Dit geeft het belang aan van een goed doordacht aannamebeleid van personeel en het investeren in tevredenheid van medewerkers. Bevlogenheid en betrokkenheid van personeel bevordert de verkoop van de dienstverlening. Deze medewerker is oplossingsgericht ingesteld, is op zoek naar zelfverwerkelijking en zal met deze houding een positief verkoopeffect hebben.^v
8. Klanttevredenheidsmeting bevordert loyaliteit. Het aandacht geven met een klanttevredenheidsonderzoek genereert positieve binding. Het centraal stellen van de klant en feedback krijgen van de klant geeft inzicht en kennis om in te kunnen spelen op de behoefte van de klant. Het terugkoppelen van de onderzoeksresultaten versterkt de binding.

Servicekwaliteitmodellen

In de literatuur is het Servicekwaliteitmodel^{vi} een veel gebruikt model om op basis van 5 aandachtsgebieden klanttevredenheid te meten.

Perceptie over kwaliteit van dienstverlening en klanttevredenheid^{vii}



Dit model geeft aan dat servicekwaliteit, productkwaliteit en prijs invloed hebben op de klanttevredenheid met de volgende 5 Kwaliteitsdimensies:

1. Betrouwbaarheid - tijdige informatievoorziening, tijdige levering van de dienst, juiste productinformatie;
2. Responsiviteit - dienstbaarheid, hulpvaardigheid, ingaan op wensen en behoeften, adequaat en snel reageren op vragen;
3. Zekerheid - beleefdheid en kennis van medewerkers;
4. Empathie - individuele en klantgerichte benadering. Klant moet zich belangrijk voelen. Zijn wensen/behoeften moeten begrepen worden;
5. Tastbaarheden - tevredenheid over de prijs/kwaliteitsverhouding.

Het model geeft aan dat situationele en persoonlijke factoren invloed geven op de klanttevredenheidsbeleving. Deze factoren zijn beperkt beïnvloedbaar vanuit de dienstverlener. Een vijandige (negatieve) omgeving zal op de beoordeling een lagere score geven. Een positieve bekrachtiging van de omgeving of extrinsieke beloning zal een hogere score geven. Persoonlijke factoren zoals financiële omstandigheden en sociale omgeving hebben invloed op de klanttevredenheidsscore. Een bevredigende uitkomst bij een dienstverlenend proces zal dan ook meewegen in de kwaliteitsperceptie.

Servicequality en Serviceperformance

Een algemeen gangbaar model dat in de wereld van klanttevredenheidsmeting wordt toegepast is het SERVQUAL-model van waaruit de volgende vragen zijn gegenereerd^{viii}.

Meting kwaliteit dienstverlening SERVQUAL-MODEL				
Betrouwbaarheid	Responsiviteit	Zekerheid	Empathie	Tastbaarheden
Tijdig opsturen van bestellingen	Duidelijkheid verschaffen	Expertise van medewerkers	Bedrijven bieden individuele aandacht.	Communicatie-materiaal
Geruststellen wanneer er zich problemen voordoen	Snelle service van medewerkers	Uitstralen van vertrouwen	Werknemers bieden individuele aandacht.	Fysieke faciliteiten
Betrouwbaar	Medewerkers hebben een bereidwillige instelling	Medewerkers zijn beleefd	Medewerkers begrijpen behoeften van de klant	Uiterlijke verschijning van medewerkers
Geleverde service op de afgesproken tijd	Welwillendheid om de klant te helpen	Medewerkers hebben ondersteuning om hun werk goed te kunnen doen	Medewerkers hebben de belangen van de klant in hun achterhoofd	Faciliteiten in overeenstemming met de industrie.
Accurate administratie			Inspelen op het juiste moment	

In de literatuur wordt het SERVPERF-model^{ix} aangeprezen omdat het SERVQUAL-model als te complex en gebruiksonvriendelijk wordt gezien.

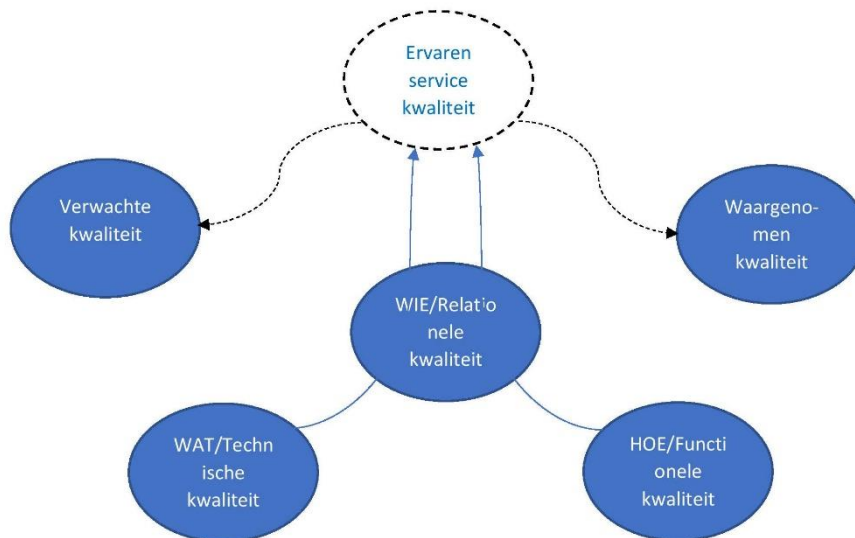
SERVQUAL (Service-Quality) gaat uit van het disconfirmatie-paradigma; *Perceptie* van de kwaliteit van de dienstverlening = niveau wat de dienstverlening had moeten zijn – daadwerkelijke niveau van de dienstverlening.

SERVPERF (Service-Performance) gaat uit van 1 dimensie, de service-kwaliteit. Er wordt afstand genomen van 'perceptie minus verwachting aanpak'. Mensen maken geen duidelijke afweging tussen verwachtingen vóóraf en beoordelingen achteraf. Bij de SERVPERF-meting wordt niet uitgegaan van de verwachtingen. Het SERVPERF-model meet de kwaliteit van de dienstverlening door het meten van de perceptie van de klant en de belangrijkheid op de vijf kwaliteitsdimensies van SERVQUAL. De verwachtingen worden dus niet gemeten maar de ervaringen.

Bij SERVPERF wordt de dienstverlening als volgt gemeten: Perceptie van de kwaliteit van de dienstverlening = niveau van de dienstverlening. Dit kan worden weergegeven met het NORDIC-model^x waarbij de perceptie van de kwaliteit van de dienstverlening op basis van twee dimensies wordt gemeten:

1. De technische kwaliteit - de technische dimensie refereert naar het resultaat van de service.
2. De functionele kwaliteit - de functionele dimensie beschrijft de manier waarop de service is aangeboden.

NORDIC-model:



De stippellijnen duiden op de perceptie. In de 'verwachte kwaliteit' kunnen elementen zitten zoals informatievoorziening, mond-op-mond reclame, behoeften, het beeld van de dienstverlening. In de 'waargenomen kwaliteit' komt de feitelijke beleving van de uitkomst van de dienstverlening tot uiting zoals sociale en financiële gevolgen en (bij bepaalde dienstverlening) het gezondheidseffect.

Onderbewustzijn bij klanttevredenheidsmeting

Uit onderzoek^{xi} is naar voren gekomen dat in het onderbewustzijn van de klant de grootste winst valt te behalen bij klanttevredenheid:



Dit leidt tot de conclusie dat in de dienstverlening gestuurd kan worden op de feedback van de klant. Bij een afwijkende gemiddelde score op één van de vijf aandachtsgebieden kan gezien worden welke verbeteringen nodig zijn in de functionele en technische kwaliteit van de dienstverlening. Het is dus van belang dat bij het voorleggen van een klanttevredenheidsmeting alle vijf aandachtsgebieden terugkomen om zodoende de relevante kwaliteit bij te kunnen stellen.

Gedragsregels MfN registermediator^{xii} en klanttevredenheidsmeting

Bij het meten van klanttevredenheid voor mediation is het relevant om de Gedragsregels voor de MfN registermediator mee te nemen. Als de beroepsstandaard voor mediators kan feedback op deze uitgangspunten de kwaliteit van de dienstverlening verbeteren en daarmee de klanttevredenheid verhogen.

Beroepsethiek en integriteit^{xiii}

De mediator gedraagt zich zoals van een behoorlijk mediator mag worden verwacht.

Transparantie^{xiv}

De mediator verschaft partijen duidelijkheid over het mediationproces.

Partijautonomie^{xv}

De mediator zorgt dat de autonomie van partijen is gewaarborgd. De mediator doet geen uitspraak over de kwestie.

Onafhankelijkheid^{xvi}

De mediator stelt zich onafhankelijk op. Hij heeft geen belang dat zijn onafhankelijkheid zou kunnen aantasten. Indien de mediator de Kwestie niet op een onafhankelijke wijze kan begeleiden, aanvaardt hij de opdracht niet of trekt zich terug.

Onpartijdigheid^{xvii}

De mediator is er voor alle partijen. Hij is onpartijdig en handelt zonder vooringenomenheid. Indien de mediator de kwestie niet op een onpartijdige wijze kan begeleiden, aanvaardt hij de opdracht niet of trekt zich terug.

Vertrouwelijkheid^{xviii}

De mediator waarborgt de vertrouwelijkheid van de mediation. De mediator heeft een geheimhoudingsplicht. De geheimhoudingsplicht duurt voort na beëindiging van de mediation.

Competentie^{xix}

De mediator neemt een mediation alleen aan wanneer hij over de nodige kwaliteiten beschikt om de mediation goed te laten verlopen.

Het is van belang (in de verhoging van de kwaliteit van de dienstverlening) vragen in de klanttevredenheidsmeting terug te laten komen die aansluiten bij bovengenoemde houdingsaspecten en competenties.

Onderzoek mediators Result Mediation¹ en Peerreviewers MfN

In de praktijk wordt door mediators vaak het Voorbeeldmodel 1 van de MfN gebruikt. Mediators worden conform de kwaliteitseisen die de MfN stelt geacht schriftelijk de klanttevredenheid te meten. Dit is een vormvrije eis. Het staat mediators vrij eigen vragen te bepalen mits deze voldoen aan een bepaalde kwaliteit.^{xx} Desondanks leert de ervaring dat veel mediators aansluiting zoeken bij het genoemde Voorbeeldmodel 1. Bij Result Mediation is dit niet anders geweest.

Op basis van signalen over ontevredenheid op dit meetinstrument is onderzoek gedaan onder 37 ervaren mediators (26 arbeidsmediators van Result Mediation en 11 Peerreview-mediators van de MfN). Daarbij is de uitkomst² als volgt:

Scores respondenten op de vraag 'Ik vind dit een zinvolle vraag als klanttevredenheidsmeting voor mijn functioneren als mediator'



¹ De opmerkingen van respondenten zijn als bijlage 1 opgenomen in dit document.

² Als meetinstrument is als waardering op de vragen gegeven: helemaal oneens = -2 punten, oneens = -1 punt, niet oneens niet eens = 0 punten, eens = 1 punt, helemaal eens = 2 punten. De scores van de mediators zijn uitgesplitst als bijlage 2 opgenomen in dit document.

Conclusie klanttevredenheidsmeting mediators

Op de vraag 'Ik ben tevreden over de financiële kosten van de mediation' na, scoren alle vragen positief.

Mediators stellen vooral prijs op feedback over tevredenheid over de tijdsduur van de mediation, duidelijkheid over ontvangen informatie, positieve waardering van het bedrijf, onpartijdig klimaat en tevredenheid over de uitkomst. Opvallend hierbij is dat dit redelijk concrete feedback is.

Het 'middengebied' zoals professionele dienstverlening en de houdingsaspecten van de mediator zoals problemen kunnen voorleggen, de integriteit van de mediator, het vertrouwen in de mediator en de invloed van de mediator zijn minder concreet en worden als meer subjectief ervaren³. Veel mediators voelen zich hier minder op aangesproken.

Het lagere gebied zoals het geloof van partijen dat de gemaakte afspraken tussen partijen zullen worden nageleefd, het herstel van de relatie met de ander en of er met interesse door de mediator werd gereageerd, worden door mediators lager gescoord. Zaken waar de mediator in zijn/haar gevoel minder invloed op uit kan oefenen⁴.

De feedback op de vragen waar gemiddeld op de grens tussen negatief en positief (gemiddeld '0' en '2') op gescoord wordt, zoals de motieven en intenties van de mediator en de financiële kosten, kunnen mediators blijkbaar minder mee. Wellicht dat 'de motieven en intenties van de mediator' teveel raakt aan de basismotivatie waarom men mediator wil zijn. Dit kan met het zelfbeeld van de gemiddelde mediator te maken hebben die er van overtuigd zou kunnen zijn dat zijn motieven en intenties goed zijn. Een negatief antwoord hierop wordt dan fundamenteel (reflectief gezien) afgewezen^{5xxi}.

³ Zie hiervoor bijlage 1 van de respondenten.

⁴ Zie hiervoor bijlage 1 van de respondenten.

⁵ In de sociale psychologie wordt dit 'confirmatiezucht' genoemd: een heuristisch in het menselijk denken die eruit bestaat dat mensen meer gewicht toekennen aan informatie die hun overtuigingen bevestigt dan aan informatie die hun overtuigingen tegenspreekt.

Aanbevelingen

Uitgaande van de scores op de lijst, de feedback van de respondenten, het literatuuronderzoek en de MfN gedragsregels, kom ik tot de volgende aanbevelingen van vragen op basis van het Servperf/Serqual model. Daarbij zijn de vragen waarop het hoogst is gescoord groen gemarkeerd. Niet gemarkeerde vragen zijn ter overweging opgenomen. Het is aan te bevelen keuzes te maken in de hoeveelheid vragen en vragen uit te kiezen die aansluiten op de organisatie van de mediator. Zo is het voor Result Mediation belangrijk vragen op te nemen voor de afdeling casemanagement en specifieke bedrijfsprocessen in het klanttevredenheidsonderzoek te betrekken.

Om neutraal te meten is het van belang bij het voorleggen van de vragenlijst, de vijf koppen ‘betrouwbaarheid, responsiviteit, zekerheid, empathie en tastbaarheden’ niet te presenteren. Iedere mediator of ieder bedrijf kan een eigen voorkeur-keuzelijst samenstellen. In de invulinstructie aan respondenten kan aangegeven worden dat bij een vraag die niet van toepassing is, de vraag overgeslagen kan worden.

Op basis van bovenstaande kom ik tot de volgende mogelijke vragen:

SERVPERF/SERQUAL	1. Zeer on- eens	2. On- eens	3. Neu- traal	4. Eens	5. Zeer eens
Betrouwbaarheid					
1. Ik ben tevreden over de tijdsduur van de mediator					
2. Tijdens de planning van de mediation is er oprechte belangstelling getoond en met mij meegedacht om een acceptabele aanpak te vinden					
3. Bij het toezenden van informatie over mediation kreeg ik de indruk van een betrouwbare professionele organisatie					
4. Bij problemen tijdens het mediationproces is er door de mediator met mij meegedacht om een acceptabele aanpak te vinden					
5. (Als u betalende partij bent) Ik ben duidelijk geïnformeerd over de kosten van de mediation					
6. De mediator heeft zich neutraal opgesteld					
Responsiviteit					
7. Bij het plannen van de mediation is duidelijke uitleg gegeven over waar en wanneer de afspraak met de mediator plaats vindt					
8. Bij vragen tijdens de planning werd snel gereageerd door de casemanager					
9. De mediator reageerde adequaat op vragen					
10. Op de gesprekslocatie werd ik prettig ontvangen					
Zekerheid					
11. De benadering bij de planning door het secretariaat van Result Mediation wekte vertrouwen bij mij op					
12. Ik ben tevreden met de uitkomst van de mediation					
13. Het contact met de mediator gaf mij vertrouwen dat hij/zij de mediation goed kan begeleiden					
14. De mediator heeft zich onpartijdig opgesteld					
Empathie					
15. Ik ben in de planningsfase van de mediation persoonlijk (als individu) behandeld					
16. De mediator heeft blij van begrip gegeven voor mijn situatie					

17. De mediator heeft mij de ruimte gegeven de Kwestie toe te lichten					
Tastbaarheden					
18. De uitstraling van de gespreksplek voor de mediation was professioneel					
19. De uitstraling van de gespreksplek voor de mediation was prettig					
20. De door mij ontvangen documenten waren duidelijk					
21. De mediator heeft een prettig voorkomen					
Overige vragen					
22. Heeft u behoefte aan contact met Result Mediation naar aanleiding van deze evaluatie?	Ja				
	Nee				
23. Ik zou anderen mediation door Result Mediation aanraden	Ja				
	Nee				
24. Hoe heeft u de mediation ervaren?	{vrij tekstveld met maximaal 1000 tekens}				

Bijlage 1 – opmerkingen respondenten op vragenlijst

- Veel vragen rondom vertrouwen van de mediator. Vooral bij exit-trajecten zie je toch een afnemend vertrouwen bij de werknemer als deze niet helemaal krijgt waar hij meent recht op te hebben. De scores achteraf blijken dan niet echt in het voordeel van de mediator uit te vallen en geeft derhalve een vertekend beeld.
- De vraag of de mediator eerlijk en oprecht communiceerde impliceert dat dit ook niet het geval kan zijn. Deze zou ik weglaten.
- De vraag of de mediator eerlijk en oprecht communiceerde impliceert dat dit ook niet het geval kan zijn. Deze zou ik weglaten.
- Bij de vragen “De mediator was integer; communiceerde eerlijk en oprecht; De motieven en intenties van de mediator waren goed; Ik kon vrijuit mijn ideeën, gevoelens en verlangens delen met de mediator; Ik kon mijn problemen voorleggen aan de mediator; Bij het geven van mijn mening, werd er met interesse gereageerd door de mediator; De mediation vond plaats in een onpartijdig klimaat” NIET ZINVOL want “ik vertrouwde de mediator volledig” zegt alles al.
- Sommige vragen zijn op meerdere manieren te interpreteren.
- Ik heb de kwestie met de andere partij opgelost NIET ZINVOL want “Ik ben tevreden met de verkregen uitkomst” zegt alles al.
- Heb niet veel opmerkingen. Alleen vind ik dat er nu erg veel nadruk op de mediator wordt gelegd (8 of eigenlijk 9 vragen). Als dat jullie bedoeling is, prima, maar anders zou ik in die vragen meer een keuze maken.
- Bij ‘Ik vertrouwde de mediator volledig’ wellicht beter; ‘Ik had vertrouwen in de mediator’. Bij ‘het geven van mijn mening, werd er met interesse gereageerd door de mediator’ ??? weet niet of interesse nou zo interessant is. Bij ‘Ik heb het gevoel dat de relatie met de andere partij hersteld is’ bij exit natuurlijk meestal niet zo.
- Ik vind het heel waardevol om achteraf feedback te vragen, maar het huidige lijstje is naar mijn mening te uitgebreid (te tijdrovend voor cliënt) en onvoldoende scherp gemotiveerd. M.i. moeten het niet meer dan 5-8 vragen zijn (excl open vraag) en moet zo’n formulier snel in te vullen zijn. Voor Result zouden daarbij belangrijke thema’s kunnen zijn: - efficiëntie tijdsduur kosten – effectiviteit uitkomst - persoon mediator - kwaliteit backoffice / administratie Result - overall score: zou je Result aanbevelen - open vraag.

- Ik heb bij een aantal vragen helemaal oneens ingevuld, omdat ik van mening ben dat deze vragen door een van de andere vragen al is gesteld. Dit in het kader van 'less is more'.
- Bij 'Ik geloof dat de afspraken, gemaakt om het conflict op te lossen, zullen worden nageleefd' 'geloof' vervangen door 'vertrouw'.
- 'De mediator was integer' en 'De mediator communiceerde eerlijk en oprecht' kan ook in één + een later onderdeel erbij (onpartijdig), lijkt mij: De mediator was integer, hij/zij communiceerde eerlijk en oprecht; hij was onpartijdig. Deze twee samenvoegen. 'Ik kon vrijuit mijn ideeën, gevoelens, verlangens en problemen delen met de mediator' en 'de mediation vond plaats in een onpartijdig klimaat' liever dit onderdeel samen met: 'integer, communiceerde eerlijk en oprecht'. 'Ik geloof dat de afspraken, gemaakt om het conflict op te lossen, zullen worden nageleefd' liever: 'ik heb er vertrouwen in dat de afspraken' etc. 'Ik heb het gevoel dat de relatie met de andere partij hersteld is' - liever: 'de mediation is een waardevolle bijdrage geweest om de relatie met de andere partij te herstellen'.
- Bij 'Ik ben tevreden over de tijdsduur van de mediation' Misschien is tijdsverloop beter dan duur, bij 'Ik kon vrijuit mijn ideeën, gevoelens en verlangens delen met de mediator' aanvullen 'tijdens de mediation', In plaats van 'Ik kon mijn problemen voorleggen aan de mediator' 'de mediator gaf voldoende ruimte tijdens de mediation om mijn probleem voor te leggen'.
- Bij sommige vragen vind ik de vraagstelling wel erg breed. bv vrijuit mijn ideeën, gevoelens en verlangens delen. Denk dat we moeten beperken tot feit dat partijen zich gehoord voelen door de mediator met betrekking tot de kwestie die speelt. Daarbij worstel ik ook met de vragen of ze tevreden zijn met de uitkomst/relatie is hersteld. Ervan uitgaande dat partijen zelf verantwoordelijk zijn voor de oplossing die ze kiezen, vind ik deze vragen wel relevant maar vind ik niet dat het wat zegt over de kwaliteit van de mediator (bv partijen kiezen voor exit en relatie herstellen is geen belang).
- Bij 'Ik ben tevreden over de financiële kosten voor de mediation' Kosten zijn financieel, dit is dubbelop. Bij 'De mediator was integer' liever niet. Bij 'De motieven en intenties van de mediator waren goed' zelfde vraag als 9, laat deze weg. Bij 'Ik kon mijn problemen voorleggen aan de mediator' zelfde vraag als 'Ik kon vrijuit mijn ideeën, gevoelens en verlangens delen met de mediator'. Bij 'Bij het geven van mijn mening, werd er met interesse gereageerd door de mediator' Niet relevant. Dit is de beleving van de ontvanger. Je maakt de mediator te kwetsbaar. Bij 'Ik geloof dat de afspraken, gemaakt om het conflict op te lossen, zullen worden nageleefd' niet van toepassing. Bij 'De dienstverlening door Result Mediation is professioneel' te algemeen.

- Bij 'Ik ben tevreden over de financiële kosten voor de mediation' Vaak is de factuur er nog niet, voor wn is deze vraag niet relevant. Bij 'De mediator communiceerde eerlijk en oprecht' Misschien wat dubbel met de vorige (De mediator was integer).
- de formulering van sommige vragen kan anders.
- Vrije ruimte vind ik ook belangrijk. Hier wordt niet zo vaak gebruik van gemaakt maar levert wel relevante info op als partijen dit wel invullen.
- Leuk initiatief, alhoewel niet alle vragen voor mij duidelijk zijn geformuleerd.
- Ik vind voornamelijk het formuleren van de vragen meer problematisch dan de onderwerpen.
- Bij 'Ik ben tevreden over de financiële kosten voor de mediation' oneens, omdat niet altijd iedereen betaalt (toevoeging dan wel werkgever betaalt); Bij 'ik voelde me vrij om al dan niet het mediationstraject in te gaan 'oneens, want vaak is het een doorverwijzing; bij 'de mediator was integer' neutraal tot eens want dit gaat om een perceptie (en is voor sommige mensen een te moeilijk begrip); bij 'De mediator communiceerde eerlijk en oprecht' neutraal tot eens want dit gaat om een perceptie (en is voor sommige mensen een te moeilijk begrip); bij 'ik kon mijn problemen voorleggen aan de mediator' eens met de kanttekening dat dit een vraag is die duidt op caucus?; bij 'De mediation vond plaats in een onpartijdig klimaat' eens, alhoewel bereikte resultaat beter zou zijn; bij 'Ik geloof dat de afspraken, gemaakt om het conflict op te lossen, zullen worden nageleefd' premature vraag, want waarom worden de afspraken anders gemaakt? Roept de optie tot wantrouwen op; bij 'ik heb de kwestie met de andere partij opgelost' dubbel op en minder goed dan 'ik ben tevreden met de verkregen uitkomst/overeenkomst'; bij 'ik heb het gevoel dat de relatie met de andere partij hersteld is' niet in alle gevallen relevant plus: ik heb 't gevoel?; bij 'de dienstverlening door {eigen bedrijf} is professioneel' ???geen idee wat hier de bedoeling van is; bij 'Ik zou anderen mediation door {mijn bedrijf} aanraden' kan, mij een beetje te aquisitieachtig, ik vind dat geen chique vraag; bij 'Heeft u behoefte aan contact met {mijn bedrijf} naar aanleiding van deze evaluatie?' kan, mits dat wordt opgevolgd; bij 'uw suggesties ter verbetering' heb wel moeite met 't woord verbetering; Met in algemene zin dat ik de enquête veel te lang vind.
- Ik vind persoonlijk dit een van de zwakste voorbeelden van enquêtes. Te lang en een vrij groot aantal nauwelijks relevante vragen. Goed dat je dit onderzoek doet!
- Bij 'Ik ben tevreden over de tijdsduur van de mediation' - Deze vraag is alleen zinvol als ie wordt aangevuld met: In hoeverre had de mediator hier iets aan kunnen doen?. Bij 'ben tevreden over de financiële kosten voor de mediation' zegt niet zoveel. Bij 'ik voelde me vrij om al dan niet het mediationstraject in te gaan' kan iets zeggen over element partijautonomie. Bij 'De motieven en

intenties van de mediator waren goed' dubbel met 5 (integer). Bij 'ik kon mijn problemen voorleggen aan de mediator' twijfelachtig. De mediator is geen coach of therapeut. Bij 'Ik ben tevreden met de verkregen uitkomst/overeenkomst' zegt niet alles over optreden mediator. Bij 'Ik geloof dat de afspraken, gemaakt om het conflict op te lossen, zullen worden nageleefd' zegt niet alles over optreden mediator. Bij 'De dienstverlening door mijn organisatie is professioneel' Deze vraag is niet goed geformuleerd. Moet zijn 'de dienstverlening van de (organisatie van) de mediator. Is op zich wel goede vraag voor feedback. Bij 'ik zou anderen mediation door mijn mediationorganisatie/mijn bedrijf aanraden' deze vraag is niet goed geformuleerd. Moet zijn 'ik zou deze mediator(organisatie) aan anderen aanraden. Geeft wel indruk van tevredenheid.

- De vraag 'De mediator was integer' en de vraag 'de mediator communiceerde eerlijk en oprecht' wordt wel als overlap ervaren. De vraag 'de motieven en intenties van de mediator waren goed' overbodig vanwege de eerdere vraag 'de mediator communiceerde eerlijk en oprecht'. Bij 'ik heb de kwestie met de andere partij opgelost' afhankelijk van onderwerp mediation (niet oneens niet eens). Bij 'ik heb het gevoel dat de relatie met de andere partij hersteld' is oneens want afhankelijk van onderwerp mediation.

Bijlage 2 Scores geënuquëeerde mediators

Vraagstelling: Ik vind dit een zinvolle vraag <i>als klanttevredenheidsmeting</i> voor mijn functioneren als mediator.					
Draagvlakonderzoek Result Mediation arbeidsmediators en MfN peerreview-mediators	Helemaal oneens	Oneens	Niet oneens / niet eens	Eens	Helemaal eens
1. Ik ben tevreden over de tijdsduur van de mediation.		3		16	18
2. Ik ben tevreden over de financiële kosten voor de mediation	6	8	10	6	7
3. Ik voelde me vrij om al dan niet het mediationtraject in te gaan	3	4	8	13	9
4. Het optreden van de mediator was bepalend voor de voortgang van de mediation	3	4	2	13	15
5. De mediator was integer	3	2	4	11	17
6. De mediator communiceerde eerlijk en oprecht	6	2	3	13	13
7. De motieven en intenties van de mediator waren goed	9	3	8	11	6
8. Ik vertrouwde de mediator volledig	4	1	4	12	16
9. Ik kon vrijuit mijn ideeën, gevoelens en verlangens delen met de mediator	3	1	6	12	15
10. Ik kon mijn problemen voorleggen aan de mediator	2	2	9	8	16
11. Bij het geven van mijn mening, werd er met interesse gereageerd door de mediator	4	4	9	10	10
12. De mediation vond plaats in een onpartijdig klimaat	1	2	4	11	19
13. Ik ben tevreden met de verkregen uitkomst/overeenkomst	1	1	7	10	18
14. Ik geloof dat de afspraken, gemaakt om het conflict op te lossen, zullen worden nageleefd	4	5	8	11	9
15. Ik heb de kwestie met de andere partij opgelost	2	7	8	10	10
16. Ik heb het gevoel dat de relatie met de andere partij hersteld is	4	7	5	14	7
17. De door mij van te voren ontvangen informatie was duidelijk		1	5	10	21
18. De dienstverlening door {naam eigen bedrijf} is professioneel		3	10	8	16
19. Ik zou anderen mediation door {naam eigen bedrijf} aanraden			10	11	16
TOTAAL HELEMAAL ONEENS – HELEMAAL EENS	55	60	120	210	258
Heeft u behoefte aan contact met {naam eigen bedrijf} naar aanleiding van deze evaluatie?	JA 14X				
	NEE 1X				
Uw suggesties ter verbetering	zinvol 6x				
Uw korte omschrijving van de mediator	Zinvol 5x				

Literatuur

- ⁱ Thomassen, 2002.
- ⁱⁱ Wurtz, 1997.
- ⁱⁱⁱ 1. Duncan en Moriarty - American Express, 1998; 2. Frederick Reichheld 'The Loyalty Effect'; 3. o.a. Curry, 1998; 4, 5. RightNow; 2006 – aandacht bevordert loyaliteit en tevredenheid; 6. Blauw Research en Erasmus Universiteit en onderzoeksbureau; 7. Hay Group en Heskett, Sasser & Schlesinger; 8. Dholakia en Morwitz.
- ^{iv} Van Bel, 2018.
- ^v Hoedeman – Arbospiraal, 2014.
- ^{vi} Zeithaml, Parasuraman en Berry, 1988.
- ^{vii} Wilson et al, 2008.
- ^{viii} Zeithaml, Parasuraman en Berry, 1988.
- ^{ix} Ontwikkeld door Dronin en Taylor, 1992.
- ^x Grönroos, 1984.
- ^{xi} Forrester Research – onderzoek 4600 consumenten, 2010.
- ^{xii} Empirisch ontwikkeld door Nederlands Mediation Instituut dat nadien op is gegaan in de Mediators federatie Nederland, presentatie gebaseerd op laatste model 1-2-2017.
- ^{xiii} Gedragsregels voor de MfN-registermediator artikel 1.
- ^{xiv} Gedragsregels voor de MfN-registermediator artikel 2.
- ^{xv} Gedragsregels voor de MfN-registermediator artikel 3.1 en 3.2.
- ^{xvi} Gedragsregels voor de MfN-registermediator artikel 4.1 en 4.2.
- ^{xvii} Gedragsregels voor de MfN-registermediator artikel 5.1 en 5.2.
- ^{xviii} Gedragsregels voor de MfN-registermediator artikel 6.1, 6.2 en 6.3.
- ^{xix} Gedragsregels voor de MfN-registermediator artikel 7.
- ^{xx} In de gestelde kwaliteitseis wordt gesteld 'de mediator meet de tevredenheid/waardering van partijen over zijn/haar dienstverlening met als doel de dienstverlening zo mogelijk te verbeteren.' (Peerreview1) en 'als mediator meet ik schriftelijk de tevredenheid/ waardering van partijen over mijn dienstverlening met als doel de dienstverlening zo mogelijk te verbeteren.' (Peerreview2)
- ^{xxi} Ditto en Lopez, 1992.