



DE INVLOED VAN ONDERSTEUNENDE VETERINAIRE DIENSTEN OP DE TEVREDENHEID VAN DIERENEIGENAREN

Een onderzoek naar de wensen van diereneigenaren

Afstudeerwerkstuk

Berber Jepma

Diergezondheid & Management
Aeres Hogeschool Dronten

Zwolle, juni 2021

Bart Bijsterveld

DE INVLOED VAN ONDERSTEUNENDE VETERINAIRE DIENSTEN OP DE TEVREDENHEID VAN DIERENEIGENAREN

Een onderzoek naar de wensen van diereneigenaren

Afstudeerwerkstuk

Een afstudeerwerkstuk over de invloed van ondersteunende veterinaire diensten op de tevredenheid van huisdiereneigenaren geschreven door Berber Jepma, student Diergezondheid en Management, ter afsluiting van de studie Diergezondheid & Management aan Aeres Hogeschool Dronten.

Zwolle, juni 2021

DISCLAIMER

Dit rapport is gemaakt door een student van Aeres Hogeschool als onderdeel van haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Voorwoord

Voor u ligt mijn afstudeerwerkstuk, in dit werkstuk beantwoord ik de hoofdvraag *‘welke diensten kunnen worden ingezet tijdens het secundaire proces van een dierenartsenbezoek om zo de tevredenheid van consumenten van de eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk positief te beïnvloeden?’*. Dit afstudeerwerkstuk heb ik, in de periode van februari ’21 tot juli ’21, geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Diergezondheid en Management aan de Aeres Hogeschool in Dronten. Tijdens het maken van dit afstudeerwerkstuk heb ik samengewerkt met een dierenartsenpraktijk.

Ik zou graag mijn begeleider Bart Bijsterveld willen bedanken voor de ondersteuning en coaching bij het ontwikkelen van dit werkstuk. Tevens wil ik graag de dierenartsenpraktijk bedanken voor de prettige samenwerking. Tot slot wil ik de huisdiereigenaren bedanken die de tijd hebben genomen om de enquête in te vullen.

Berber Jepma
Zwolle, juni 2021

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting	5
Summary	6
Hoofdstuk 1. Inleiding	7
1.1 Theoretisch kader	7
1.1.1 Klanttevredenheid in het algemeen	7
1.1.2 Klanttevredenheid in de dierenartsenpraktijk	9
1.2 Probleemstelling	12
1.3 Leeswijzer	13
Hoofdstuk 2. Onderzoeksopzet	14
2.1 Methode	14
2.2 Materiaal	15
2.3 Data-analyse	16
2.3.1 Data-analyse wensen diereneigenaar	16
2.3.2 Data-analyse ondersteunende diensten	16
2.3.3 Data-analyse verschil tussen preventieve en curatieve bezoek	16
2.3.4 Data-analyse invloed secundaire diensten op tevredenheid	17
Hoofdstuk 3. Resultaten	18
3.1 Resultaten wensen diereneigenaar	18
3.2 Resultaten ondersteunende diensten	21
3.3 Resultaten verschil tussen preventieve en curatieve bezoek	24
Hoofdstuk 4. Discussie	34
4.1 Discussie onderzoeksopzet	34
4.1.1 Discussie methode	34
4.1.2 Discussie enquête	34
4.2 Discussie wensen diereneigenaar	35
4.3 Discussie ondersteunende diensten	35
4.4 Discussie verschil tussen preventieve en curatieve bezoek	35
Hoofdstuk 5. Conclusie	37
5.1 Conclusie wensen diereneigenaar	37
5.2 Conclusie ondersteunende diensten	38
5.3 Conclusie verschil tussen preventieve en curatieve bezoek	38
5.4 Conclusie invloed secundaire diensten op tevredenheid	39
Hoofdstuk 6. Aanbevelingen	41
6.1 Aanbeveling voor dierenartsen en eigenaren gezelschapsdierenpraktijken	41

6.2 Aanbeveling vervolgonderzoek	42
Literatuurlijst	43
Bijlagen.....	46
Bijlage A. Ondersteunende diensten	46
Bijlage B. Enquête.....	48
Bijlage C. Berekening Chi-square test.....	55
Bijlage D. Resultaten deelvraag 1	56
Bijlage E. Resultaten deelvraag 3.....	57
Bijlage F. Conclusie verschil preventieve en curatieve eigenaren	67
Bijlage G. Leeftijdsspreiding respondenten	70

Samenvatting

De klanttevredenheid is het verschil tussen de verwachting van het product of de dienst vóór de aankoop en de (positieve) ervaring, van de prestatie van het product of de dienst, ná de aankoop. De klanttevredenheid van de consumenten van de eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk kan positief beïnvloed worden indien de dienstverlening zo goed mogelijk wordt afgestemd op de wensen van de diereigenaren (Gilmore & Pine, 2000; Haverland, 2016). Hierbij geldt dat zowel de dienstverlening tijdens het primaire proces (de veterinaire behandeling), als de dienstverlening tijdens het secundaire proces (de overige diensten) op de wensen van de consument afgestemd moeten worden.

Binnen het secundaire proces kunnen verschillende diensten worden aangeboden. Deze diensten worden ondersteunende diensten genoemd. Het secundaire proces kan door de praktijk ingezet worden om klanttevredenheid te creëren en zich te onderscheiden van andere eerstelijnspraktijken (Haverland, 2016).

Dit onderzoek maakt inzichtelijk welke ondersteunende diensten de klanttevredenheid, van Nederlandse huisdiereigenaren, positief beïnvloeden tijdens een bezoek aan de eerstelijnsdierenartsenpraktijk. Om de wensen van huisdiereigenaren te onderzoeken zijn in samenwerking met dierenartsenpraktijk X middels een enquête gegevens verzameld. De significantie van de gegevens is getoetst middels de Chi-square test.

Uit het onderzoek is onder andere gebleken dat de klanttevredenheid van de huisdiereigenaren positief beïnvloed wordt wanneer aan te telefoon wordt aangegeven of een dier voorafgaand aan een dierenartsenbezoek mag eten en/of drinken. Daarbij is het voor de diereigenaar belangrijk dat er een neutrale geur waar te nemen is, er een medewerker aanwezig is achter de balie en de diereigenaar bij binnenkomst begroet wordt. Tijdens het wachten is het belangrijk dat er voldoende (zit)plek is in de wachtkamer voor zowel de diereigenaar als het dier. Na afloop van het consult zorgt het toesturen van een samenvatting van het bezoek en het na een paar dagen opnemen van contact, om te vragen hoe het met het dier gaat ervoor dat de klanttevredenheid positief beïnvloed wordt.

Tevens zal de tevredenheid van de diereigenaren positief beïnvloed worden door het aanbieden van de extra ondersteunende diensten. Onder andere de mogelijkheid om online een afspraak te maken, het ontvangen van een nieuwsbrief en het aangeboden krijgen van betrouwbare onlinebronnen zal de tevredenheid van de diereigenaren positief beïnvloeden.

Om de diensten op de juiste manier te kunnen implementeren wordt aanbevolen vervolgonderzoek uit te voeren. Dit vervolgonderzoek is nodig om diepgaande informatie te verkrijgen over de inhoud van de diensten. Dit vervolgonderzoek zal de handvaten reiken om de diensten te implementeren.

Summary

Customer satisfaction is the difference between the expectation of a product or service before purchase and the (positive) experience of the product or service after. The customer satisfaction of the customers of the primary care veterinary practice can be increased by matching the pet owner's wishes (Gilmore & Pine, 2000; Haverland, 2016). To increase the satisfaction of the pet owner both the services during the primary process (the veterinary treatment) and the secondary process (the other services) must be customized to the pet owner's wishes.

Various services can be offered within the secondary process. These services are considered supplementary services to the primary process. The veterinary practice can use secondary process to create customer satisfaction (Haverland, 2016).

This research provides insight into which supplementary services increase the customer satisfaction of Dutch pet owners during a veterinary visit to the primary care veterinary practice. In collaboration with veterinary practice X data were collected through a questionnaire. The Chi-square test was used to analyse the significance of the data.

The research has shown that the satisfaction of the pet owner amplifies if it is indicated over the phone whether the animal is allowed to eat or drink prior to the visit. It is important for the pet owner that an employee of the practice is present behind the counter and that the owner is greeted upon arrival. While waiting, it is important that there is sufficient (seating)space in the waiting room for both pet owner and the animal itself. After the consultation, sending a summary of the visit and contacting the pet owner after a couple days to enquire about the animal's health increases customer satisfaction.

The pet owner's satisfaction will increase by the provision of the extra supplementary services, such as the possibility to make an appointment online, receiving a newsletter and being referred to credible online sources.

To be able to implement the services in the right way, it is recommended to carry out follow-up research. This follow-up research is necessary to obtain in-depth information about the content of the services. This follow-up study will provide the tools to implement the services.

Hoofdstuk 1. Inleiding

De diereigenaar heeft steeds meer keuze met betrekking tot de mogelijkheden voor de veterinaire zorg. Onder andere de opkomst van instore dierenartsenpraktijken bij winkels en tuincentra zorgt ervoor dat de diereigenaar uit meer alternatieven kan kiezen (Reinink, 2015). Door deze nieuw aangeboden mogelijkheden voor veterinaire zorg, krijgt de traditionele dierenartsenpraktijk steeds meer concurrentie. Mede door de toenemende concurrentie is het voor de traditionele dierenartsenpraktijk belangrijk om zich te onderscheiden van andere praktijken en diereigenaren te binden, ofwel klantloyaliteit te creëren. Volgens Suuroja (2003) zorgt klanttevredenheid voor klantloyaliteit. Voor dierenartsenpraktijken is het daarom belangrijk om de consumenten tevreden te houden. Maar hoe doe je dat?

In dit hoofdstuk worden in het theoretisch kader de resultaten uit eerdere onderzoeken omtrent klanttevredenheid belicht. Eerst wordt toegelicht wat klanttevredenheid in het algemeen inhoudt. Hierbij worden de drie factoren die van invloed zijn op de klanttevredenheid toegelicht. Na de toelichting van deze factoren wordt belicht hoe de tevredenheid van diereigenaren tijdens een bezoek aan de dierenartsenpraktijk beïnvloed kan worden. Aansluitend aan het theoretisch kader wordt de probleemstelling en de leeswijzer omschreven.

1.1 Theoretisch kader

1.1.1 Klanttevredenheid in het algemeen

Klanttevredenheid is al lang een belangrijk onderwerp van aandacht. In 1997 definieerde Kotler de klanttevredenheid als “de gevoelens van genoegen of teleurstelling van een persoon na het vergelijken van de prestatie van een product met de verwachting die de persoon had”. Tien jaar later omschrijven Monroe en Huber (2007) de klanttevredenheid als “de reflectie van positieve gevoelens”. Volgens Pan en Nguyen (2015) kan klanttevredenheid worden gedefinieerd als “de vergelijking tussen de verwachte en waargenomen ervaring”. Kortom, de (on)tevredenheid van consumenten hangt af van de verwachting van de klant. De klanttevredenheid is het verschil tussen de verwachting van het product vóór de aankoop en de (positieve) ervaring, van de prestatie van het product of de dienst, ná de aankoop.

Thomassen (1998) geeft aan dat ook de wensen van de consument van invloed zijn op de klanttevredenheid. Volgens Thomassen ontstaat tevredenheid wanneer de belevenis van een product of dienst aan de wensen van de consument voldoet. Een consument is zeer tevreden als de belevenis de wensen van de consument overtreft. De consument is ontevreden wanneer belevenis niet aan de wensen voldoet (Thomassen, 1998). Volgens Shokouhyar, Shokoohyar & Safari (2020) hebben naast verwachting, wensen en de prestatie ook de services na aankoop (*after-sale-services*) invloed op de tevredenheid van consumenten.

Verwachting en wensen

Zoals eerder beschreven, zijn de verwachting en de wens van de consument van invloed op de klanttevredenheid. De verwachting die de consument heeft van een product of dienst kan echter verschillen van de wens die de consument heeft van datzelfde product of dienst. Volgens Zeithaml en Bitner (2000) vormen verwachtingen zich aan de hand van eerder opgedane kennis en ervaringen. Suh, Kim en Lee (1994) omschrijven een belangrijk verschil tussen de verwachting en de wens van de consument. Volgens Suh et al. (1994) zijn de wensen van consumenten met betrekking tot een product of dienst niet beïnvloed door de rationele gedachten van de consument over de mogelijk limiterende omgevingsomstandigheden (Hossain & Quaddus, 2012). Uit het fundamentele onderzoek van Gutman (1982) blijkt dat de wens van een consument stabiel blijft over de jaren heen (Gutman, 1982; Hossain & Quaddus, 2012).

De limiterende omgevingsomstandigheden kunnen ervoor zorgen dat een consument een wens opoffert. De opoffering van de consument is het verschil tussen datgene wat de consument wenst en wat de consument accepteert (Gilmore & Pine, 2000; Haverland, 2016). Wanneer de consument een wens opoffert, legt de consument zich neer bij het gebrek aan beter en verlaagt daarmee zijn verwachting. Indien de consument minder hoeft op te offeren zal de klanttevredenheid toenemen (Gilmore & Pine, 2000; Haverland, 2016).

Volgens professor Noriaki Kano kunnen de wensen van klanten in drie verschillende categorieën opgedeeld worden. Ten eerste beschrijft Kano de vereiste klantwensen (Berger et al., 1993; Shahin, Pourhamidi, Antony & Park, 2013). Volgens Belt (2017) is de telefonische bereikbaarheid van een dierenartsenpraktijk een voorbeeld van een vereiste klantwens (Belt, 2017). Daarnaast is ook het voorzien van volledige en begrijpelijke informatie en het bieden van behandelkeuzes een vereiste klantwens tijdens een dierenartsenbezoek (Coe, Adams & Bonnett, 2008). De vereiste klantwensen dragen niet bij aan het verhogen van de tevredenheid van een klant. Echter, wanneer deze wensen niet worden vervuld, zorgt dit wel voor klantontevredenheid (Berger et al., 1993). Volgens Belt (2017) is de telefonische bereikbaarheid van een dierenartsenpraktijk een voorbeeld van een vereiste klantwens (Belt, 2017). Daarnaast is ook het voorzien van volledige en begrijpelijke informatie en het bieden van behandelkeuzes een vereiste klantwens tijdens een dierenartsenbezoek (Coe, Adams & Bonnett, 2008).

Ten tweede omschrijft Kano de ééndimensionale klantwensen (Sauerwein, Bailom, Matzler & Hinterhuber, 1996; Berger et al., 1993). Voorbeelden van deze wensen zijn de wachttijd tijdens het dierenartsenbezoek (Belt, 2017), de prestatie en prijs van een product of dienst (Sauerwein et al., 1996). Voor deze wensen geldt een evenredig verband ten opzichte van de klanttevredenheid: hoe beter de wensen vervuld worden, hoe groter de tevredenheid van de consument (Sauerwein et al., 1993; Shahin et al., 2013).

De derde door Kano omschreven klantwens is de aantrekkelijke klantwens (Shokouhyar et al., 2020). Deze wens wordt ook wel de WOW-factor genoemd. De consument is zich niet bewust van deze wens. Hierdoor worden deze wensen niet door de consument uitgesproken. Het vervullen van de aantrekkelijke klantwens zorgt ervoor dat de consument verrast wordt. De verrassing is het verschil tussen de verwachting van de consument en wat de consument merkt (Gilmore en Pine, 2000). Gilmore en Pine geven aan dat de consument alleen verrast kan worden wanneer de wensen van de consument zijn bevredigd én de opoffering zo laag mogelijk is (Gilmore & Pine, 2000). Het verrassen van de consument zorgt ervoor dat de klanttevredenheid toeneemt. Echter, wanneer de aantrekkelijke klantwens niet vervuld wordt, gaat dit niet ten koste van de klanttevredenheid (Sauerwein et al., 1993; Shahin et al., 2013). Volgens Belt (2017) worden diereigenaren verrast wanneer zij na een operatie worden gebeld om te vragen hoe het met het dier gaat.

Prestatie

Net als de wensen heeft ook de prestatie van het product of dienst invloed op de tevredenheid van consumenten. De prestatie van een product of dienst is een één dimensionale klantwens, er geldt; hoe beter de prestatie, hoe hoger de klanttevredenheid (Sauerwein et al., 1996).

Al lange tijd is het meten van de prestatie van een product of dienst een onderwerp van aandacht. Zo heeft de Finse onderzoeker Grönroos in 1984 omschreven, dat de prestatie van de service het verschil is tussen de verwachte kwaliteit en de ervaren kwaliteit (Grönroos, 1984). Het meten van de ervaren kwaliteit van een dienst is echter moeilijk, omdat een dienst ontastbaar, heterogeen en onscheidbaar is (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985).

Van Schijndel (2019) omschrijft drie dimensies van de te ervaren kwaliteit: de organisatorische, professionele en relationele kwaliteitsdimensie. Deze dimensies zijn door Van Schijndel in kwaliteitskundige context geplaatst: het concept Kwaliteit in Drie Dimensies. Dit concept omschrijft de drie dimensies als kwaliteitskundig wetenschapsparadigma. Het paradigma biedt de mogelijkheid voor een organisatie om op strategisch en operationeel niveau te reflecteren en plannen te maken. De drie dimensies geven inzicht in de kwaliteit van een organisatie op collectief en individueel niveau (De Vaal et al., 2019).

ORGANISATORISCHE KWALITEIT

De organisatorische kwaliteit is volgens Grönroos het belangrijkste bij het meten van de kwaliteit van een dienst (Grönroos, 1984). Volgens De Vaal, Pijl en Van Schijndel (2019) heeft de organisatorische kwaliteitsdimensie op collectief niveau betrekking op de effectiviteit en efficiëntie van de organisatiestructuur en bedrijfsprocessen. Op individueel niveau geeft deze kwaliteitsdimensie inzicht in de kwaliteit waarmee de medewerker het werk organiseert (De Vaal et al., 2019).

PROFESSIONELE KWALITEIT

De professionele kwaliteit, heeft betrekking op de kennis, vaardigheden en het eindproduct in het vakgebied. Op collectief niveau gaat dit om de algemene kennis, vaardigheden en het eindproduct in het vakgebied waarin de organisatie actief is. Op individueel niveau gaat dit om de inhoudelijke vakkennis, vaardigheden en het eindproduct in het vakgebied waarin de professional werkzaam is (De Vaal et al., 2019).

RELATIONELE KWALITEIT

De derde kwaliteitsdimensie, de relationele kwaliteit, heeft volgens De Vaal, Pijl en Van Schijndel (2019) op collectief niveau betrekking op de kwaliteit van de interactie tussen organisatieonderdelen. Daarnaast heeft deze dimensie betrekking op de interactie van de organisatie met andere organisaties en de maatschappij. Op individueel niveau heeft deze kwaliteitsdimensie betrekking op de kwaliteit waarmee de medewerker contacten onderhoudt en met de (aangeleerde) competenties omgaat (De Vaal et al., 2019).

After-sales-services

Volgens Shokouhyar, Shokoohyar & Safari (2020) hebben after-sales-services invloed op de klanttevredenheid. Voor organisaties die diensten aanbieden worden after-sales-services gedefinieerd als de aanvullend geleverde diensten. Voor productiebedrijven zijn de after-sale-services een mogelijkheid om zich te bewijzen naar de klant. In het algemeen verwachten consumenten aanvullende diensten van hoge kwaliteit (Murali, Pugazhendhi, & Muralidharan, 2016). Deze extra diensten (van hoge kwaliteit) leiden tot klanttevredenheid en een lange termijn relatie met de klant. (Armistead & Clark, 1992; Athaide, Meyers, & Wilemon, 1996; Goffin & New, 2001). De goede lange termijnrelatie zorgt er op de beurt voor dat de consumenten het product of de dienst aan andere potentiële consumenten aanraden (Murali et al., 2016).

1.1.2 Klanttevredenheid in de dierenartsenpraktijk

Wanneer een diereigenaar met het dier voor controle of behandeling naar een dierenartsenpraktijk wil, kan een diereigenaar terecht bij één van de ruim 2.400 dierenartsenpraktijken in Nederland. Van deze dierenartsenpraktijken biedt 60% veterinaire zorg voor gezelschapsdieren, 20% biedt veterinaire zorg voor zowel gezelschapsdieren, als landbouwhuisdieren. 15% van de praktijken biedt zorg voor landbouwhuisdieren en de overige 5% van de dierenartsenpraktijken biedt veterinaire zorg voor paarden (Bergevoet, Benus & van der Valk, 2020).

Wanneer een dier veterinaire zorg nodig heeft, kan de diereigenaar het dier bij een eerstelijnsdierenartsenpraktijk laten onderzoeken. Bij een eerstelijnspraktijk werken dierenartsen en dierenartsenassistenten met brede kennis over de diergeneeskunde (LICG, 2021). Mocht uit het onderzoek van de eerstelijnsdierenarts blijken dat specialistische zorg nodig is, wordt het dier doorverwezen naar een tweedelijnsdierenartsenpraktijk (KNMvD, 2006).

Voor en tijdens een bezoek aan de dierenartsenpraktijk zijn er vijf momenten van interactie met de diereigenaar te onderscheiden: aan de telefoon, bij binnenkomst en de balie, in de wachtkamer, in de behandelkamer en bij de balie bij vertrek. Haverland (2016) geeft aan dat de interactie en beleving in de behandelkamer en bij vertrek het meest beslissend zijn voor de uiteindelijke belevenis.

Volgens Haveland wordt de tevredenheid van een diereigenaar tijdens een bezoek aan de praktijk positief beïnvloed indien tijdens de interactiemomenten de dienstverlening wordt afgestemd op de wensen van de individuele diereigenaar, waarbij de diereigenaar zo minmogelijk opoffert (Gilmore & Pine, 2000; Haverland, 2016).

De vijf interactiemomenten kunnen worden verdeeld over twee processen binnen de dierenartsenpraktijk. De interactie in de behandelkamer behoort tot het primaire proces; de veterinaire zorg (Haverland, 2016). De overige interacties (aan de telefoon, bij binnenkomst en de balie, in de wachtkamer en bij de balie bij vertrek) zijn ondersteunend aan het primaire proces en behoren daarom tot het secundaire proces (Jansen, 2009).

PRIMAIR PROCES

Dit primaire proces omvat de interactie tussen de diereigenaar en dierenarts en vindt plaats in de behandelkamer (Haverland, 2016). Er zijn verschillende onderzoeken die omschrijven wat belangrijk is tijdens het primaire proces. Onder andere de rol van de dierenarts tijdens het primaire proces is onderzocht. Ook zijn de wensen van diereigenaren tijdens dit primaire proces onderzocht en hoe deze wensen per diereigenaar kunnen verschillen.

Volgens Küper en Merle (2019) is tijdens het primaire proces het belangrijk dat er een sterke band ontstaat tussen diereigenaar en dierenarts. Küper en Merle (2019) omschrijven dat *relationship centered care* kan zorgen voor het ontstaan van een sterke band. *Relationship centered care* gaat uit van een samenwerking tussen eigenaar en dierenarts op basis van respect en wederzijds begrip (Küper & Merle, 2019). Binnen deze samenwerking is het belangrijk dat de communicatie van twee kanten komt (Coe et al., 2008). Dit zorgt ervoor dat de tevredenheid en loyaliteit van de diereigenaar wordt vergroot. Het vermogen van de dierenartsenpraktijk om een sterke band te creëren is volgens Boss et al. (2021) de beste factor om succes te voorspellen.

De relatie tussen diereigenaar en dierenarts wordt beïnvloed door de reactie van de dierenarts op de door de diereigenaar meegebrachte veterinaire informatie afkomstig van onlinebronnen. Indien de eigenaar de reactie van de dierenarts als positief ervaart, versterkt dit de band. Wanneer de reactie van de dierenarts als negatief ervaren wordt, zorgt dit voor een verminderde band tussen beide partijen (Lai et al., 2021).

Tijdens dit primaire proces heeft de dierenarts een behandelende, adviserende en controlerende taak. Volgens Klamer en Woesthoff (2010) heeft rol van de dierenarts zich ontwikkeld van geneesheer naar adviseur en coach.

De diereigenaar heeft verschillende wensen tijdens het primaire proces. Zo wil de eigenaar dat het dier goed behandeld wordt (Belt, 2017). Tevens wil de eigenaar zich geïnformeerd voelen over alle aspecten van de behandeling (kosten, mogelijke resultaten, eventuele complicaties etc.) (Coe et al.,

2008). Volgens Küper en Merle (2019) zorgt het geven van volledige en begrijpelijke informatie voor een gevoel van controle bij de diereigenaar, dit gevoel is bepalend voor de klanttevredenheid (Stoewen, et al., 2014).

Tijdens het primaire proces hebben de diereigenaren verschillende wensen met betrekking tot de vaardigheden van de dierenarts. Zo wordt verwacht dat de dierenarts zelfverzekerd, eerlijk, beleefd, besluitvaardig, geduldig en goed met dieren is (Mellanby et al., 2011). Daarnaast wordt van een goede dierenarts gewenst dat hij het vermogen heeft om een band op te bouwen met de diereigenaar (Küper & Merle, 2019). Tijdens het veterinaire proces moet de dierenarts goede vragen kunnen stellen, zodat de diereigenaar weet welke informatie de dierenarts nodig heeft. Daarnaast moet de dierenarts luisteren en de technische informatie kunnen vertalen naar een taal die de diereigenaar begrijpt (Coe et al., 2008).

Coe et al. (2008) hebben onderzocht dat diereigenaren wensen dat de dierenarts tijdens het primaire proces informatie deelt over de diagnose, behandeling en medische kosten. Daarnaast blijkt uit onderzoek van Lai et al. (2021) dat diereigenaren een aanbeveling over betrouwbare onlinebronnen wensen van de dierenarts, zodat de diereigenaren de verkregen informatie van de dierenarts kunnen aanvullen met informatie van onlinebronnen (Lai et al., 2021). Ook wensen de eigenaren in verschillende vormen geïnformeerd te worden. Eigenaren wensen extra informatie over bijvoorbeeld de kosten of de dekking van de verzekering in de vorm van schriftelijke instructies (Coe et al., 2008).

Naast het ontvangen van informatie wenst een diereigenaar dat hij tijdens een bezoek aan de dierenartsenpraktijk verschillende keuzes aangeboden krijgt. Ook wenst de eigenaar genoeg tijd te krijgen voor het maken van een beslissing én dat de dierenarts respectvol omgaat met deze gemaakte beslissing (Küper & Merle, 2019).

De wensen van een diereigenaar verschillen op basis van de reden waarom een diereigenaar naar de dierenartsenpraktijk komt. Volgens Peters (2018) kan een diereigenaar om twee redenen naar de dierenartsenpraktijk komen, namelijk voor een preventieve of curatieve behandeling van het dier. Deze twee groepen diereigenaren hebben verschillende wensen. De diereigenaar die voor preventieve zorg voor het dier naar de dierenartsenpraktijk komt, wil ziekte bij het dier voorkomen en heeft daarom, tijdens het consult, behoefte aan informatie over de beschikbare opties voor preventieve zorg. Preventieve zorg omvat alle zorg die gegeven wordt om ziekte te voorkomen (Peters, 2018). Voorbeelden van preventieve behandelingen zijn vaccineren, ontwormen en ontvlooiën (van Haarlem & Shinohara, 2006). De diereigenaar die dierenartsenpraktijk bezoekt wanneer het dier ziek is, komt voor een curatieve behandeling voor het dier. Deze diereigenaar wenst, tijdens het consult, informatie te ontvangen over de mogelijke veterinaire behandelingen die de dierenarts kan uitvoeren om de ziekte bij het dier te behandelen (Peters, 2018).

SECUNDAIR PROCES

De overige interactiemomenten; aan de telefoon, bij binnenkomst en de balie, in de wachtkamer en bij de balie bij vertrek, behoren tot het secundaire proces (Haverland, 2016). Binnen het secundaire proces kunnen verschillende diensten worden aangeboden. Deze diensten worden ondersteunende diensten genoemd. Voorbeelden van deze ondersteunende diensten zijn de telefonische bereikbaarheid van een praktijk, de mogelijkheid om online een afspraak te maken voor een dierenartsenbezoek of het bieden van coaching- en trainingsconsulten voor hulp bij het opvoeden van het dier (zie voor de volledige lijst met ondersteunende diensten bijlage A).

1.2 Probleemstelling

De toenemende concurrentie zorgt ervoor dat het voor de klassieke dierenartsenpraktijken belangrijker wordt om zich te onderscheiden van andere praktijken en consumenten te binden, ofwel klantloyaliteit te creëren. Voor zowel het onderscheiden van andere praktijken, als het creëren van klantloyaliteit is het secundaire proces belangrijk voor de dierenartsenpraktijk.

Het secundaire proces kan door de praktijk ingezet worden om zich te onderscheiden van andere eerstelijnspraktijken (Haverland, 2016). Het aanbieden van extra ondersteunende diensten zorgt voor een unieke marktpositionering binnen de veterinaire markt.

Naast het zorgen voor een unieke marktpositie kan het secundaire proces tevens ingezet worden om klantloyaliteit te creëren. Klantloyaliteit kan gecreëerd worden door de klanttevredenheid te optimaliseren (Suuroja, 2003). De klanttevredenheid kan worden vergroot indien de dienstverlening zo goed mogelijk wordt afgestemd op de wensen van de diereigenaren, waarbij de diereigenaar zo minmogelijk opoffert (Gilmore & Pine, 2000; Haverland, 2016). Hierbij geldt dat zowel de dienstverlening tijdens het primaire proces, als de dienstverlening tijdens het secundaire proces op de wensen van de consument afgestemd moeten worden.

Er is echter weinig bekend over de invloed van deze ondersteunende diensten op de tevredenheid van diereigenaren. Door deze *knowledge gap* is het voor de eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk niet duidelijk hoe het dierenartsenbezoek volledig aansluit bij de wensen van een diereigenaar.

Op basis van deze probleemstelling is in dit onderzoek een antwoord geformuleerd op de hoofdvraag *'welke diensten kunnen worden ingezet tijdens het secundaire proces van een dierenartsenbezoek om zo de tevredenheid van consumenten van de eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk positief te beïnvloeden?'* Het antwoord op de hoofdvraag wordt geformuleerd na de beantwoording van de volgende deelvragen:

1. Welke wensen heeft de consument met betrekking tot de interactiemomenten binnen het secundaire proces van een bezoek aan een eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk?
2. Door middel van welke ondersteunende diensten tijdens het dierenartsenbezoek kan een eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces inspelen op de wensen van de consumenten?
3. Wat is het verschil tussen de wensen van diereigenaren die het dier preventief laten behandelen en diereigenaren die het dier curatief laten behandelen tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces?

Dit onderzoek richt zicht op de wensen van diereigenaren tijdens de vier interactiemomenten binnen het secundaire proces (aan de telefoon, bij binnenkomst en de balie, in de wachtkamer en bij de balie bij vertrek) van een dierenartsenbezoek aan de gezelschapsdierenpraktijk.

De uitkomsten van dit onderzoek zorgen ervoor dat dierenartsen en eigenaren van Nederlandse eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijken inzicht krijgen in de wensen van de consument (diereigenaar) tijdens het dierenartsenbezoek. Door dit inzicht kunnen dierenartsen en/of eigenaren van dierenartsenpraktijken beter in spelen op de wensen van consument met betrekking tot het secundaire proces en zo de tevredenheid van deze consument verhogen. Het doel van het onderzoek is het inzichtelijk maken in welke mate de ondersteunende diensten de klanttevredenheid van Nederlandse huisdiereigenaren beïnvloeden tijdens het bezoek aan de dierenartsenpraktijk.

1.3 Leeswijzer

Hoofdstuk twee omschrijft de onderzoeksopzet van dit onderzoek. In het derde hoofdstuk worden de resultaten van de enquête en de statistische toets toegelicht. Het vierde hoofdstuk bespreekt de onderzoeksopzet en de resultaten. In het vijfde hoofdstuk worden vanuit de resultaten conclusies getrokken. In het laatste, zesde hoofdstuk worden aanbevelingen besproken voor de (dierenartsen)praktijk en vervolgonderzoek.

Hoofdstuk 2. Onderzoeksopzet

Dit hoofdstuk omschrijft de onderzoeksmethode en de voor het onderzoek benodigde instrumenten. Eerst wordt omschreven in samenwerking met wie het onderzoek is uitgevoerd. Daarna wordt de betrouwbaarheid van het onderzoek belicht. Na de betrouwbaarheid wordt het verloop van het onderzoek besproken. Waarna het benodigde onderzoeksinstrument en de data-analyse wordt omschreven.

Dit onderzoek geeft antwoord op de hoofdvraag: *‘welke diensten kunnen worden ingezet tijdens het secundaire proces van een dierenartsenbezoek om zo de tevredenheid van consumenten van de eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk positief te beïnvloeden?’* het antwoord op de hoofdvraag is geformuleerd aan de hand van uitkomsten van kwantitatief onderzoek.

De ondersteunende diensten zijn getoetst middels een steekproef, in samenwerking met dierenartsenpraktijk X. De uitkomsten van het onderzoek zijn echter relevant voor alle Nederlandse gezelschapsdierenartsenpraktijken; elke eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk heeft een secundair proces. Het secundaire proces is belangrijk, omdat dit proces mede de mate van klanttevredenheid bepaalt. Op basis van de uitkomsten kunnen Nederlandse gezelschapsdierenpraktijken de ondersteunende diensten aanpassen op de wensen van huisdiereigenaren. Zo kunnen alle Nederlandse gezelschapsdierenpraktijken de tevredenheid van huisdiereigenaren bepalen en waar nodig positief beïnvloeden.

Dierenartsenpraktijk X is gespecialiseerd op het gebied van gezelschapsdieren. De praktijk is in 2018 ontstaan nadat twee dierenartsenpraktijken zijn gefuseerd. Dierenartsenpraktijk X biedt, net als andere eerstelijnsgezelschapsdierenartsenpraktijken als primair proces veterinaire zorg aan de huisdiereigenaar. Binnen dit veterinaire proces biedt de dierenartsenpraktijk bloedonderzoek, röntgenfoto's, echo's en titerbepaling als aanvulling op standaard vaccineren. Naast het primaire proces biedt de praktijk ondersteunende diensten aan. Deze ondersteunende diensten zijn consulten voor opvoeding en trainingsadviezen voor de hond en een dierenzorgplan.

Dit onderzoek is voor 95% betrouwbaar en voor 5% onbetrouwbaar indien de enquêterespons bestaat uit 385 respondenten (Steekproefcalculator, 2021). Om te beoordelen of de resultaten representatief zijn voor de Nederlandse samenleving, is de leeftijdsspreiding van de steekproef vergeleken met de leeftijdsspreiding van binnen Nederland. Er is vanuit gegaan dat de leeftijdsspreiding onder Nederlandse huisdiereigenaren hetzelfde is als de leeftijdsspreiding van de volledige Nederlandse populatie. Uit cijfers van het Centraal bureau voor Statistiek blijkt dat in 2020 de Nederlandse populatie een gemiddelde leeftijd had van 42,2 jaar oud. 22% van de Nederlandse bevolking jonger was dan 20 jaar. 25% van de Nederlandse bevolking was tussen de 20 en 40 jaar oud. De grootste groep Nederlanders (34%) was tussen de 40 en 65 jaar oud. 15% van de Nederlandse bevolking had een leeftijd tussen de 65 en 8 jaar. De overige groep van de Nederlanders was in 2020 80 jaar of ouder (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2021).

2.1 Methode

Dit onderzoek maakt middels een steekproef inzichtelijk welke ondersteunende diensten de klanttevredenheid, van Nederlandse huisdiereigenaren, positief beïnvloeden tijdens een bezoek aan de eerstelijnsdierenartsenpraktijk. De steekproef bestaat uit klanten van dierenartsenpraktijk X. De doelgroep van de enquête zijn Nederlandse huisdiereigenaren, die bij dierenartsenpraktijk X het huisdier preventief of curatief laten behandelen.

Om een cijfermatig antwoord te kunnen formuleren op de hoofdvraag is voor dit onderzoek een enquête opgesteld. De enquête is in twee delen opgesteld; als eerste zijn vanuit de literatuur enquêtedelen I en II opgesteld. Daarna is in samenwerking met de dierenarts/praktijkeigenaar van dierenartsenpraktijk X een lijst met ondersteunende diensten opgesteld (bijlage A). Deze lijst met ondersteunende diensten is daarna getoetst in enquêtedeel III.

Na het opstellen van de enquête, is deze uitgezet onder de consumenten (diereigenaren) van dierenartsenpraktijk X. De enquête is via de mail verspreid naar de consumenten van dierenartsenpraktijk X. Daarnaast is de enquête offline, op papier, verspreid onder de consumenten die naar de praktijk komen. Om te voorkomen dat de enquête twee keer door een consument wordt ingevuld, is aan de online enquête een waarschuwing toegevoegd om de consument erop te attenderen de enquête niet nogmaals in te vullen.

De consument hadden tien dagen de tijd om de enquête in te vullen. Na deze tien dagen is de gewonnen informatie geanalyseerd. Na het analyseren van de data zijn per deelvraag conclusies getrokken. Daarna is vanuit de conclusies van de deelvragen een antwoord geformuleerd op de hoofdvraag. Hierna is het onderzoek bediscussieerd en is op basis van de uitkomsten een aanbevelingen geschreven voor de dierenartsenpraktijken en eventueel vervolgonderzoek.

2.2 Materiaal

Het kwantitatieve onderzoek bestaat uit een enquête. De enquête achterhaald informatie over de wensen van de dierenregenenaren tijdens een dierenartsenbezoek. Daarnaast geeft de enquête inzicht hoe (on)prettig de diereigenaren ondersteunende diensten ervaren.

De enquête bestaat uit drie verschillende delen (zie bijlage B): het eerste deel van de enquête geeft inzicht in de leeftijd en het geslacht van de respondenten, welk huisdier zij houden en waarvoor zij naar de dierenartsenpraktijk komen. Dit deel van de enquête is belangrijk om te kunnen beoordelen of dit onderzoek representatief is voor de gehele Nederlandse samenleving. Dit kan getest worden door de leeftijdsspreiding van de respondenten te vergelijken met de leeftijdsspreiding binnen Nederland. Tevens geeft dit deel van de enquête de mogelijkheid de respondenten te verdelen op basis van huisdier: kat, hond en/of een ander huisdier. Daarnaast zijn de respondenten middels vraag 4 (*met welke intentie gaat u met uw dier naar de dierenarts?*) gesorteerd op reden van bezoek aan de dierenartsenpraktijk. Hierbij geldt dat de respondenten die 'Om ziekte bij mijn dier te voorkomen; door vaccinaties/titerbepaling, ontwormen of (jaarlijkse) controle' invullen behoren tot de preventieve diereigenaren. De respondenten die 'Om ziekte of verwonding bij mijn dier te laten behandelen' invullen behoren tot de curatieve diereigenaren.

Het tweede deel van de enquête is opgesteld vanuit de literatuur. Dit deel de van de enquête bestaat uit vijf vragen en geeft per interactiemoment tijdens het secundaire proces inzicht in de wensen van de diereigenaar tijdens een bezoek aan de dierenarts (zie tabel 1). De vijf vragen zijn opgedeeld in 27 variabelen die invloed (kunnen) hebben op de tevredenheid van de huisdiereigenaar tijdens het secundaire proces. In het derde deel is voor elke variabele de urgentie bevraagd aan de hand van een 5-punt-Likertschaal; erg belangrijk – belangrijk – neutraal – onbelangrijk – erg onbelangrijk.

Tabel 1

Vraag:	Geeft inzicht in:
5	Wensen van de huisdiereigenaar met betrekking tot de bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk.
6	Wensen van de huisdiereigenaar met betrekking tot de communicatie aan de telefoon.
7	Wensen van de huisdiereigenaar met betrekking tot de balie en binnenkomst
8	Wensen van de huisdiereigenaar met betrekking tot het wachten in de wachtkamer
9	Wensen van de huisdiereigenaar na het consult

Het derde deel van de enquête geeft inzicht in hoe een dierenartsenpraktijk in kan spelen op de wensen van de consumenten tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces. Dit deel van de enquête bevraagt 16 ondersteunende diensten. Dit deel van de enquête is opgesteld aan de hand van de literatuur en een interview met dierenarts/praktijkeigenaar van dierenartsenpraktijk X. Voor elke ondersteunende dienst is op een 5-punts-Likertschaal (erg prettig – prettig – neutraal – onprettig – erg onprettig) gemeten hoe (on)prettig de diereigenaren deze dienst vinden.

Het vierde deel van de enquête bevraagt de tevredenheid van de consumenten van dierenartsenpraktijk X met betrekking tot de vijf interactie momenten. Dit deel van de enquête geeft dierenartsenpraktijk X inzicht in de aspecten die zij kunnen verbeteren. Dit deel is niet meegenomen in de formulering van een antwoord op de hoofdvraag.

2.3 Data-analyse

Om de data te analyseren is gebruik gemaakt van het programma Google formulieren en SPSS (versie 25). SPSS is gebruikt om de verschillen tussen de preventieve en curatieve diereigenaar te bepalen. Daarnaast is het programma SPSS gebruikt om te bepalen welke ondersteunende diensten positief kunnen bijdragen aan de klanttevredenheid.

2.3.1 Data-analyse wensen diereigenaar

Deelvraag 1 luidt: *welke wensen heeft de consument met betrekking tot de interactiemomenten binnen het secundaire proces van een bezoek aan een eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk?* Het doel van deze deelvraag is het bieden van inzicht in de (opgeofferde) wensen van de diereigenaar tijdens het secundaire proces van het dierenartsenbezoek. De beantwoording van deze deelvraag maakt het mogelijk conclusies te trekken over de wensen die de diereigenaar heeft en welke wensen de diereigenaar heeft opgeofferd. Deze deelvraag is beantwoord door het tweede deel van de enquête, middels beschrijvende statistiek, te analyseren. Hierbij is aangenomen dat de mate van urgentie aangeeft hoe groot de behoefte is aan een bepaalde factor.

2.3.2 Data-analyse ondersteunende diensten

Deelvraag 2 luidt: *door middel van welke ondersteunende diensten tijdens het dierenartsenbezoek kan een eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces inspelen op de wensen van de consumenten?* Deze deelvraag geeft een beeld van de ondersteunende diensten en hoe prettig deze diensten door de diereigenaar worden ervaren. De deelvraag is beantwoord door het vierde deel van de enquête te analyseren. Door middel van een Chi-square test is gemeten welke ondersteunende diensten de diereigenaar significant prettig(er) vinden (zie bijlage C). Hierbij is ervanuit gegaan dat een ondersteunende dienst die als (heel erg) prettig wordt ervaren de wensen van de diereigenaar overtreft en tot de aantrekkelijke klantwens behoort.

2.3.3 Data-analyse verschil tussen preventieve en curatieve bezoek

De derde deelvraag luidt: *wat is het verschil tussen de wensen van diereigenaren die het dier preventief laten behandelen en diereigenaren die het dier curatief laten behandelen tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces?* Vanuit de literatuur blijkt er een verschil te zijn in de wensen van de preventieve en curatieve eigenaar. Door inzicht in de verschillen tussen de wensen van de preventieve en curatieve diereigenaar tijdens het de interactiemomenten binnen het secundaire proces kunnen de Nederlandse gezelschapsdierenartsenpraktijken inspelen op de wensen van de diereigenaar op basis van de reden dat de eigenaar naar de kliniek is gekomen.

Deze deelvraag is beantwoord door de uitkomsten van elke variabele van enquêtevragen 5,6,7,8 en 9 van de diereigenaren die het dier preventief laten behandelen te vergelijken met de uitkomsten van elke variabele van enquêtevraag 5,6,7,8 en 9 van de diereigenaren die het dier curatief laten

behandelen. Deze vergelijking is gemaakt middels de Chi-square test, met behulp van het programma SPSS (zie bijlage C).

2.3.4 Data-analyse invloed secundaire diensten op tevredenheid

De hoofdvraag luidt: *welke ondersteunende diensten hebben tijdens een dierenartsenbezoek invloed op de tevredenheid van consumenten van de dierenartsenpraktijk?* Op basis van de analyse en de getrokken conclusies van de deelvragen is een antwoord geformuleerd op de hoofdvraag.

Hoofdstuk 3. Resultaten

In dit onderzoek is middels een enquête (n= 304) een antwoord verkregen op de hoofdvraag: *“welke diensten kunnen worden ingezet tijdens het secundaire proces van een dierenartsenbezoek om zo de tevredenheid van consumenten van de eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk positief te beïnvloeden?”* Met de uitkomsten van dit onderzoek is het voor dierenartsen en eigenaren van Nederlandse eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijken mogelijk beter in te spelen op de wensen van consument met betrekking tot het secundaire proces en zo de tevredenheid van deze consument verhogen.

Dit hoofdstuk beschrijft de resultaten van het onderzoek. De eerste paragraaf zal de resultaten bespreken van de wensen van de diereigenaar met betrekking tot de interactiemomenten binnen het secundaire proces van het dierenartsenbezoek. De tweede paragraaf omschrijft de uitkomsten van de ondersteunende diensten. De laatste paragraaf omschrijft de verschillen tussen de diereigenaren die het dier preventief laten behandelen en diereigenaren die het dier curatief laten behandelen.

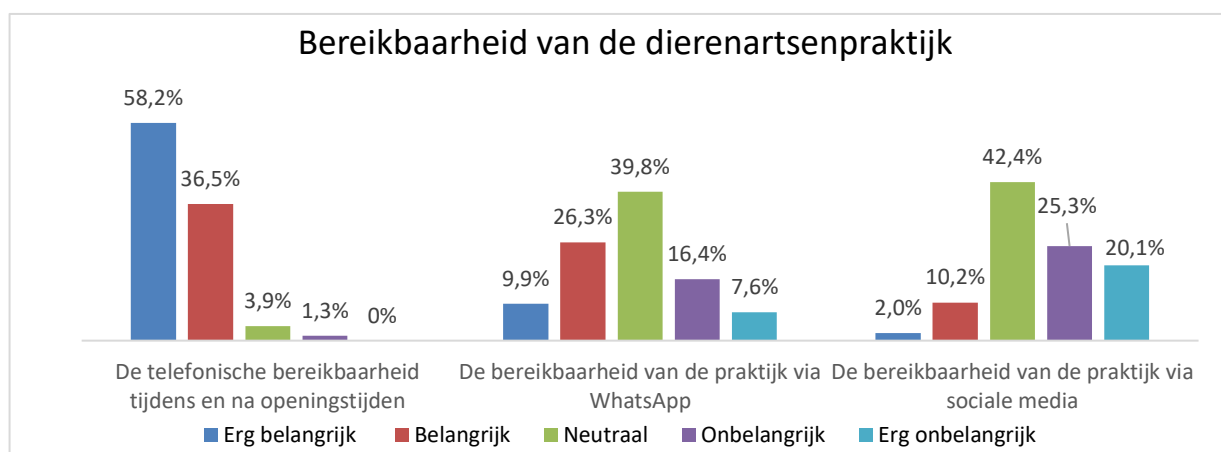
3.1 Resultaten wensen diereigenaar

De eerste deelvraag luidt: *welke wensen heeft de consument met betrekking tot de interactiemomenten binnen het secundaire proces van een bezoek aan een eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk?* Deze deelvraag is beantwoord door het tweede deel van de enquête (n=304), middels beschrijvende statistiek, te analyseren.

Interactiemoment 1: aan de telefoon

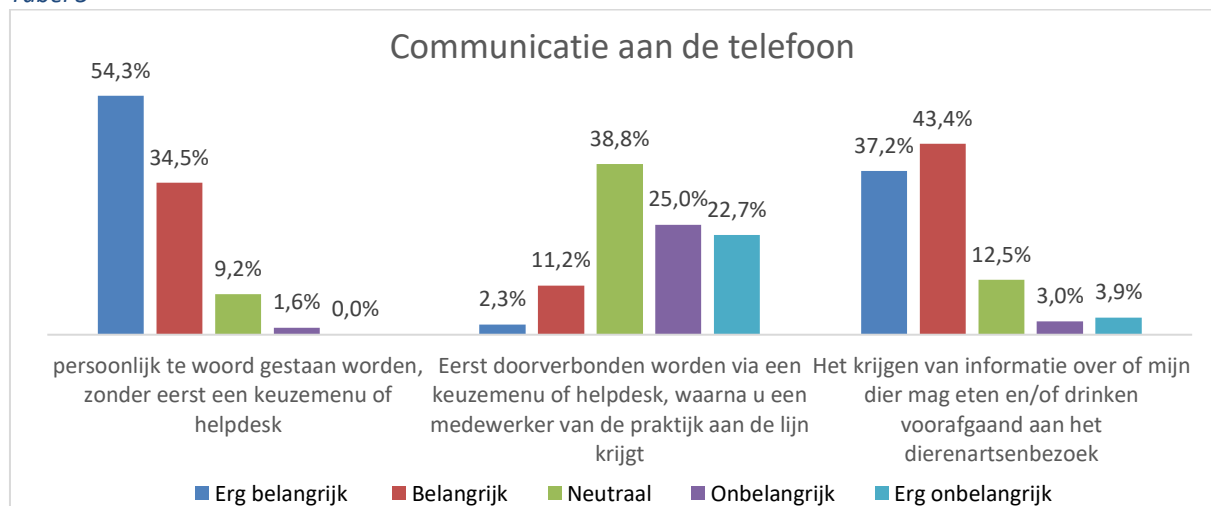
58,2% van de respondenten geeft aan de telefonische bereikbaarheid voor én na openingstijden erg belangrijk te vinden. Daarbij geeft 36,5% van de respondenten aan dit aspect belangrijk te vinden. De bereikbaarheid van de praktijk via WhatsApp vindt 26,3% van de respondenten belangrijk. 39% van de respondenten geeft aan neutraal te zijn over dit aspect. 42,4% van de respondenten geeft aan neutraal te zijn over de bereikbaarheid van de praktijk via sociale media. De bereikbaarheid via sociale media is voor 25,3% van de respondenten onbelangrijk (zie tabel 2).

Tabel 2



54,2% van de respondenten geeft aan het erg belangrijk te vinden aan de telefoon persoonlijk te worden gestaan te worden, zonder eerst een keuzemenu of hulpdesk. 34,5% van alle respondenten geeft aan het belangrijk te vinden persoonlijk te worden gestaan te worden, zonder eerst een keuzemenu of hulpdesk. Daarentegen geeft 25,0% van de respondenten aan het doorverbonden worden via een keuzemenu of hulpdesk onbelangrijk te vinden, 22,7% geeft aan dit erg onbelangrijk te vinden. Het krijgen van informatie of het dier mag eten of drinken voorafgaand aan het dierenartsenbezoek tijdens de communicatie via de telefoon is voor 37,2% van de respondenten erg belangrijk. Voor 43,4% van de respondenten is dit aspect belangrijk (zie tabel 3).

Tabel 3

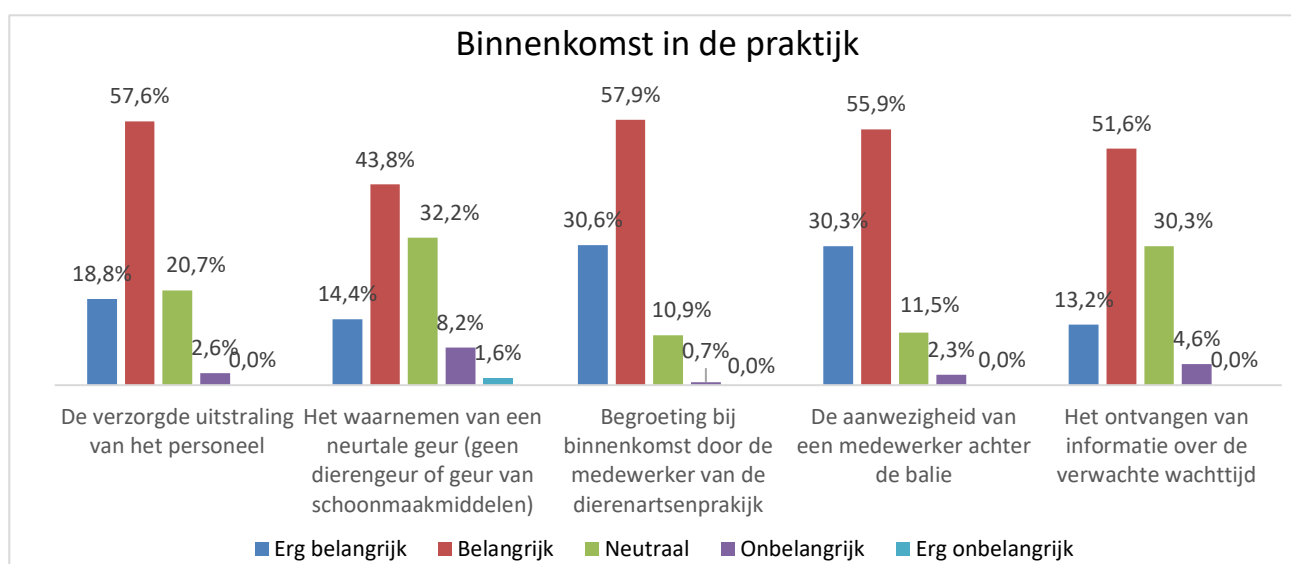


Tijdens de interactie aan de telefoon, geeft 37,8% van de respondenten aan neutraal te zijn over het krijgen van informatie waar het dier het beste in vervoerd kan worden. 24,0% van de respondenten geeft aan ditzelfde aspect onbelangrijk te vinden. 36,5% van de respondenten zijn neutraal over het krijgen van informatie hoe het dier gevangen kan worden. Daarbij geeft 26,6% aan dit aspect onbelangrijk te vinden, 18,4% vindt dit aspect erg onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 20).

Interactiemoment 2: bij binnenkomst en de balie

Bij binnenkomst in de praktijk geeft 57,6% van de respondenten aan dat de verzorgde uitstraling van het personeel belangrijk is. Daarnaast geeft 43,8% van de respondenten aan het waarnemen van een neutrale geur belangrijk te vinden. 30,6% van de respondenten geeft aan dat de begroeting bij binnenkomst van de praktijk erg belangrijk is. 57,95% van de respondenten vindt de begroeting bij binnenkomst belangrijk. 30,3% van de respondenten vindt de aanwezigheid van een medewerker achter de balie erg belangrijk. 55,9% van de respondenten geeft aan de aanwezigheid van een medewerker achter de balie belangrijk te vinden. 51,6% van de respondenten geeft aan het belangrijk te vinden om informatie te ontvangen over de verwachte wachttijd (zie tabel 4).

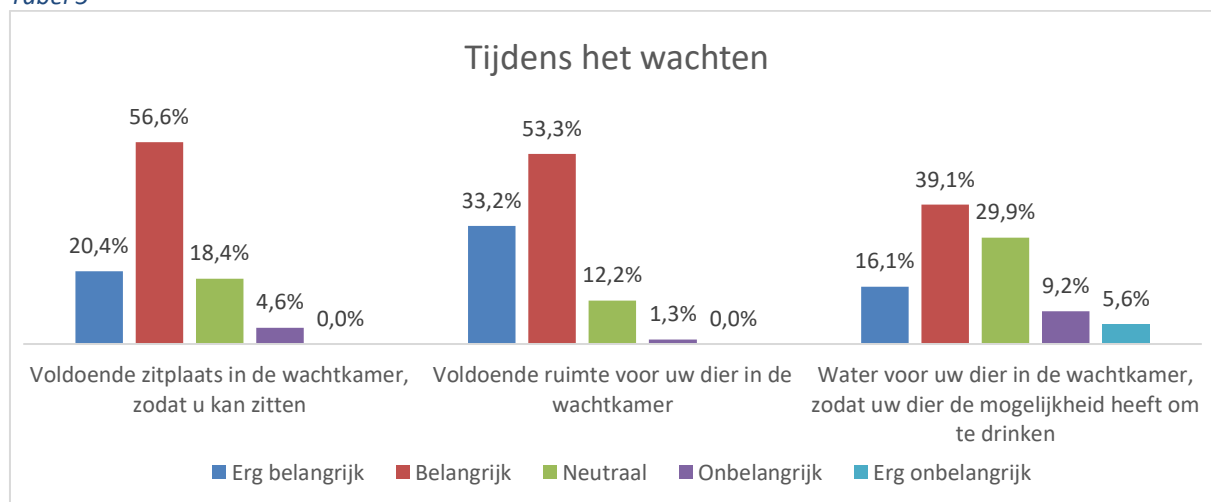
Tabel 4



Interactiemoment 3: in de wachtkamer

Tijdens het wachten in de wachtkamer geeft 56,6% van de respondenten aan het belangrijk te vinden dat er voldoende zitplaats is, zodat de respondent kan zitten. 33,2% van de respondenten geeft aan het erg belangrijk te vinden dat er voldoende ruimte is voor het dier in de wachtkamer. 53,3% van de respondenten geeft aan het belangrijk te vinden dat er voldoende ruimte is voor het dier in de wachtkamer. 39,1% van de respondenten geeft aan het belangrijk te vinden dat er water in de wachtkamer aanwezig is, zodat het dier kan drinken (zie tabel 5).

Tabel 5



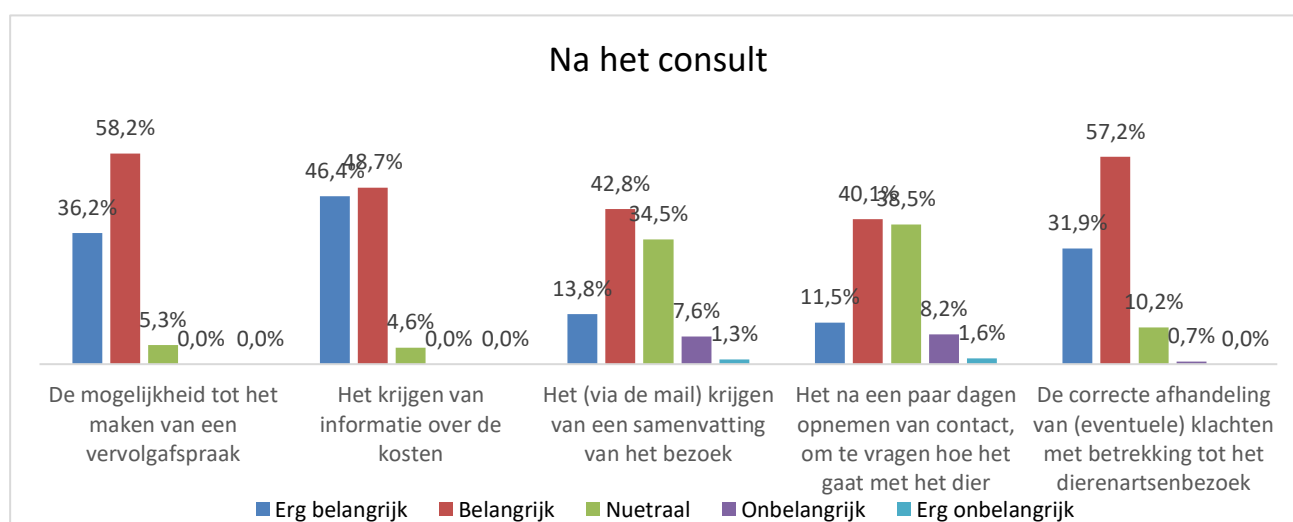
Het aangeboden krijgen van drinken tijdens het wachten vindt 30,6% van de respondenten onbelangrijk. 27,0% van de respondenten geeft aan het draaien van muziek in de wachtkamer erg onbelangrijk te vinden. Over het hebben van een aparte wachtruimte om honden en katten te scheiden is 45,7% neutraal (zie bijlage D, tabel 21).

33,6% van de respondenten geeft aan entertainment in de wachtkamer in de vorm van folders, televisie etc. onbelangrijk te vinden. Daarbij geeft 24,3% van de respondenten aan entertainment in de wachtkamer erg onbelangrijk vinden. Over de mogelijkheid om een vragenlijst over de klachten van het dier in te vullen tijdens het wachten is 52,6% van de respondenten neutraal. 39,5% van de respondenten geeft aan neutraal te zijn over de mogelijkheid om het dier te belonen voor goedgedrag met beloningskoekjes (zie bijlage D, tabel 22).

Interactiemoment 5: de balie bij vertrek

Na het consult geeft 58,2% van de respondenten aan dat zij het belangrijk vinden dat er de mogelijkheid is om een vervolgspraak te maken. Daarbij vindt 36,2% van de respondenten de mogelijkheid om een vervolgspraak te maken na het consult erg belangrijk. 48,7% van de respondenten geeft aan het krijgen van informatie over de kosten belangrijk te vinden. 46,4% van de respondenten geeft aan dit aspect erg belangrijk te vinden. Het (via de mail) ontvangen van een samenvatting van het bezoek vindt 42,8% van de respondenten belangrijk. Het na een paar dagen opnemen van contact om te vragen hoe het gaat met het dier is voor 40,1% van de respondenten belangrijk. 57,2% van de respondenten vindt het belangrijk dat na het consult klachten op de juiste manier afgehandeld worden. 31,9% van de respondenten vindt dit erg belangrijk (zie tabel 5).

Tabel 5



3.2 Resultaten ondersteunende diensten

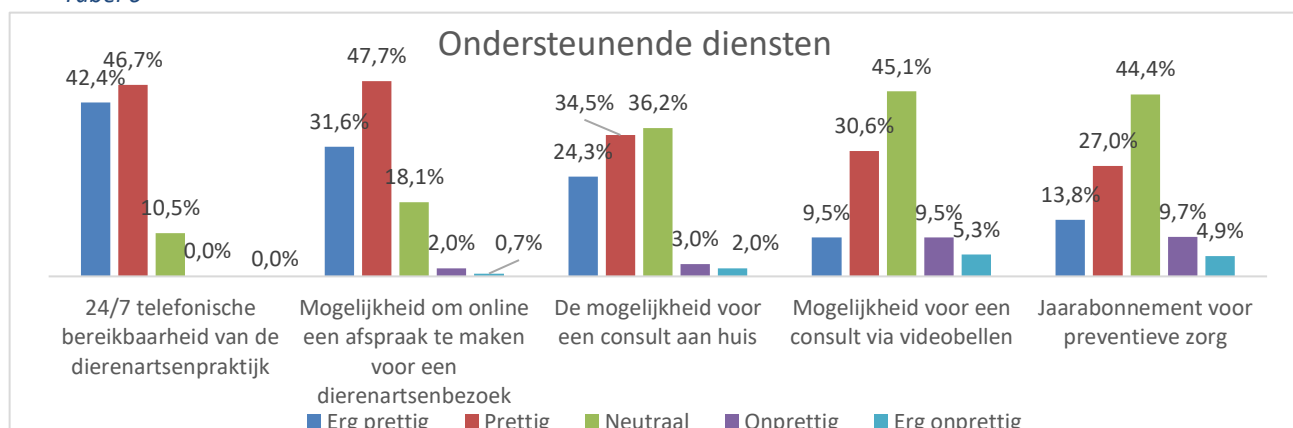
De tweede deelvraag luidt: *door middel van welke ondersteunende diensten tijdens het dierenartsenbezoek kan een eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces inspelen op de wensen van de consumenten?* De deelvraag is beantwoord door het vierde deel van de enquête te analyseren. Door middel van een Chi-square test is gemeten welke ondersteunende diensten de diereneigenaar significant prettig(er) vinden.

42,4% van de respondenten geeft aan het erg prettig te vinden dat de dierenartsenpraktijk 24/7 telefonisch bereikbaar is. Daarbij geeft 46,7% van de respondenten aan de 24/7 bereikbaarheid van de praktijk prettig te vinden. Geen van de respondenten vindt deze ondersteunende dienst (erg) onprettig (zie tabel 6).

De mogelijkheid om online een afspraak te maken is voor 31,6% van de respondenten erg prettig. Deze ondersteunende dienst vinden 47,7% van de respondenten prettig. De mogelijkheid voor een consult aan huis vindt 24,3% van de respondenten erg prettig. 34,5% van de respondenten geeft aan deze dienst prettig te vinden (zie tabel 6).

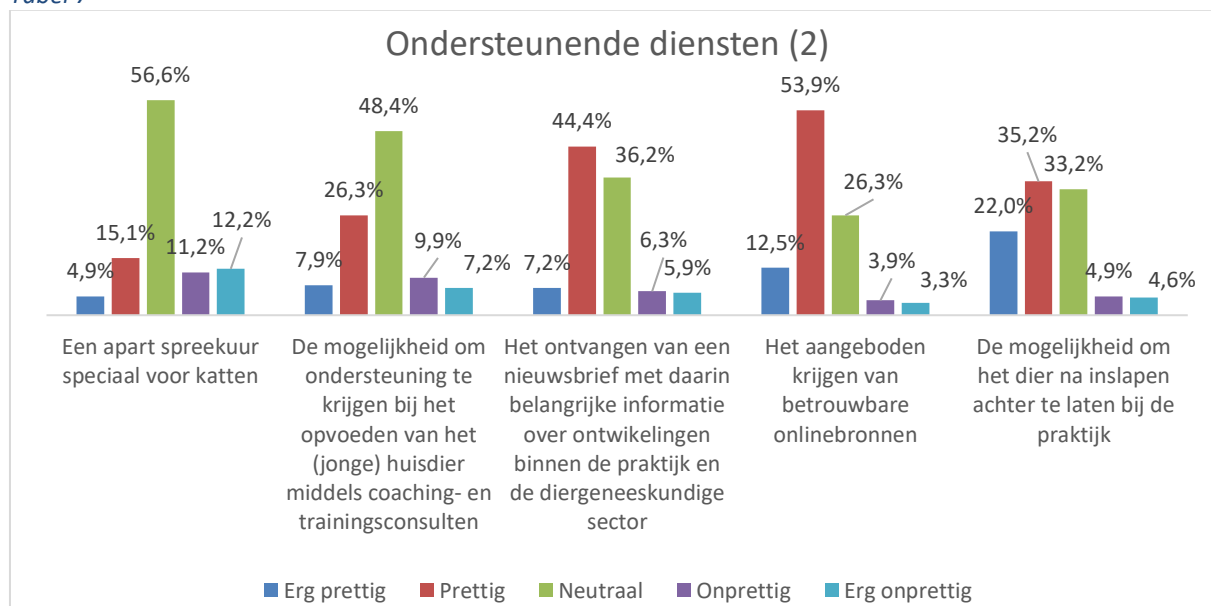
45,1% van de respondenten zijn neutraal over de mogelijkheid voor een consult aan huis. Ook over de mogelijkheid voor een consult via videobellen geven 45,1% van de respondenten aan neutraal te zijn. Daarbij zijn 44,4% van de respondenten neutraal over de mogelijkheid voor en jaarabonnement voor preventieve zorg (zie tabel 6).

Tabel 6



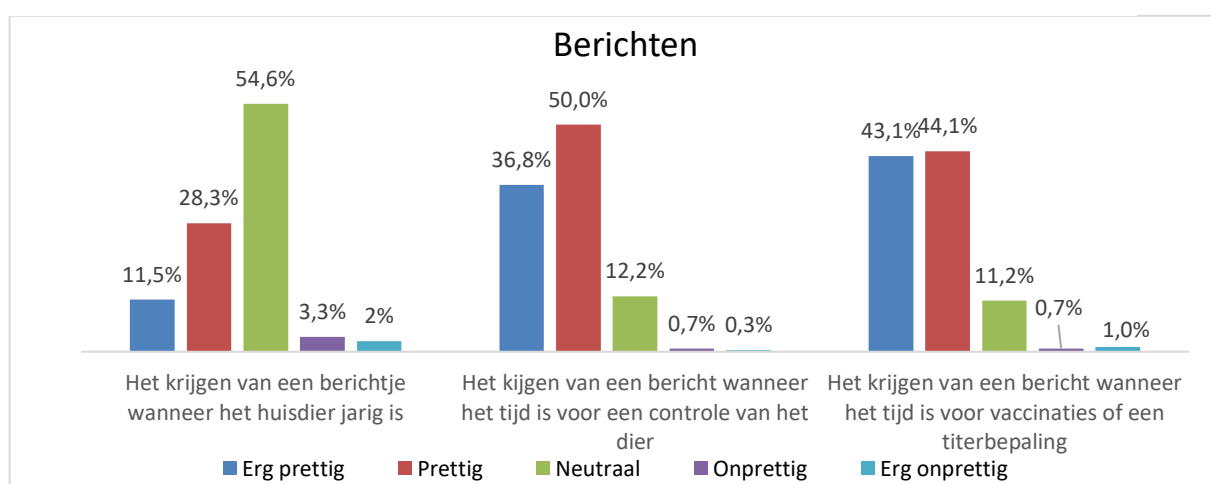
Over een apart spreekuur voor katten is 56,6% neutraal. 48,4% van de respondenten geeft aan neutraal te zijn over de mogelijkheid om ondersteuning te krijgen bij het opvoeden van een (jong) huisdier. 44,4% van de respondenten vindt het prettig om een nieuwsbrief te ontvangen met daarin belangrijke informatie over ontwikkelingen binnen de praktijk en de veterinaire sector. Het aangeboden krijgen van betrouwbare onlinebronnen vindt 53,9% van de respondenten prettig (zie tabel 7).

Tabel 7



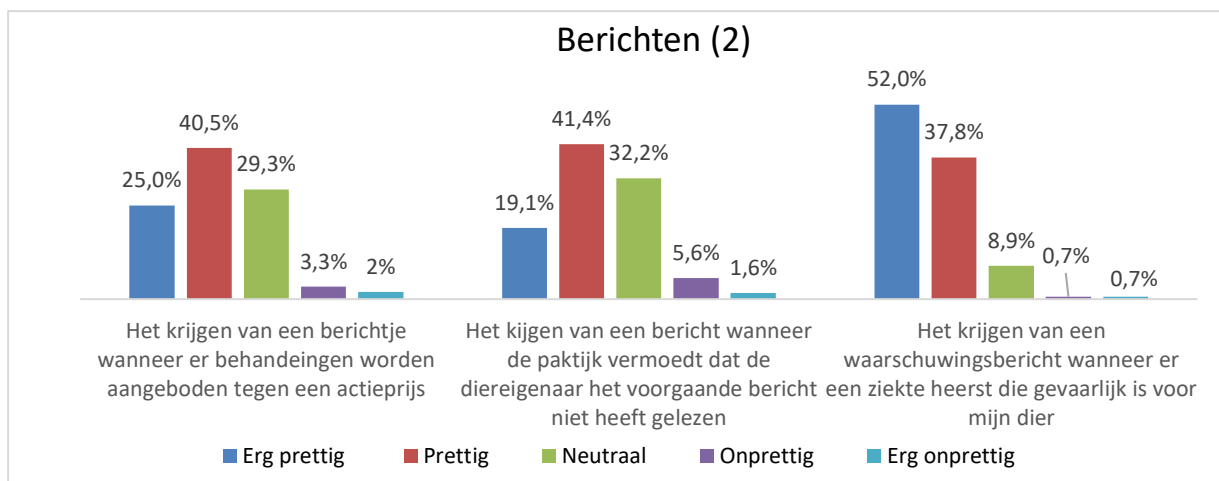
54,6% van de respondenten geven aan neutraal te zijn over het krijgen van een berichtje wanneer het huisdier jarig is. Het krijgen van een bericht wanneer het tijd is voor een controle van het dier vindt 36,8% van de respondenten erg prettig. Daarbij vindt 50,0% van de respondenten het krijgen van een bericht wanneer het tijd is voor een controle van het dier prettig. 43,1% van de respondenten vindt het erg prettig om een bericht te krijgen wanneer het tijd is voor vaccinaties of een titerbepaling (zie tabel 8).

Tabel 8



Het krijgen van een bericht wanneer een behandeling wordt aangeboden tegen aan actieprij is voor 40,5% van de respondenten prettig. 41,4% van de respondenten geeft aan het krijgen van een bericht wanneer de praktijk vermoedt dat de diereigenaar het voorgaande bericht niet heeft gelezen prettig te vinden. Het krijgen van een waarschuwingsbericht wanneer er een ziekte heerst die gevaarlijk is voor het dier vindt 52,0% van de respondenten erg prettig. Tevens geeft 37,8% van de respondenten aan het krijgen van een waarschuwingsbericht prettig te vinden (zie tabel 9).

Tabel 9



Chi-square test

Elke ondersteunende dienst is getoetst middels de Chi-square test. Voorafgaand aan het uitvoeren van de Chi-square test zijn twee hypothesen omschreven:

- H_0 = geen significant verband tussen de vergeleken variabelen;
- H_a = wel een significant verband tussen de vergeleken variabelen.

Voor elke dienst zijn de variabelen '(erg) belangrijk' vergeleken met de variabelen '(erg) onbelangrijk'. Wanneer de uitkomst, asymptotic significance groter is dan α is H_0 geaccepteerd. Wanneer de asymptotic significance kleiner is dan α is H_a geaccepteerd (zie tabel 10).

Tabel 10

Ondersteunende dienst	Uitkomst Chi-square test Asymptotic significance	Aangenomen hypothese H_0 of H_a
24/7 telefonische bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk	$6,87013 \times 10^{-61}$	H_a
Online een afspraak maken	$2,43507 \times 10^{-49}$	H_a
Huisbezoek	$5,28208 \times 10^{-32}$	H_a
Videobellen	$2,547 \times 10^{-09}$	H_a
Jaarabonnement voor preventieve zorg	$1,2251 \times 10^{-09}$	H_a
Kattenspreekuur	0,384088	H_0
Coaching- en trainingsconsult	$4,69641 \times 10^{-05}$	H_a
Het sturen van een berichtje wanneer het huisdier jarig is	$8,51 \times 10^{-19}$	H_a
Het sturen van een bericht wanneer het tijd is voor een controle van het dier bijvoorbeeld wanneer een huisdier langer medicatie toegediend krijgt	$1,97 \times 10^{-57}$	H_a
Het sturen van een bericht wanneer het tijd is voor vaccinaties of een titerbepaling	$2,16 \times 10^{-56}$	H_a

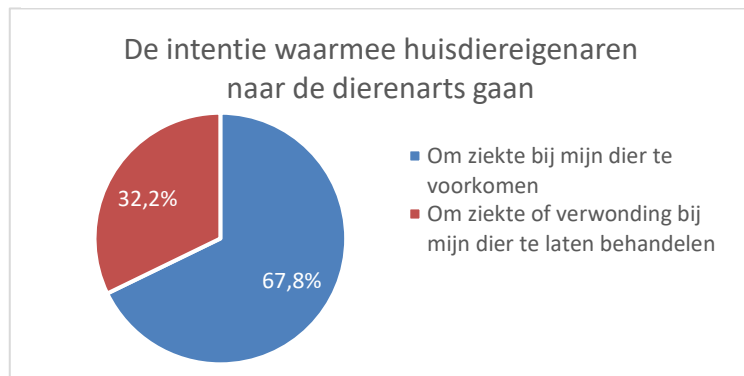
<i>Het sturen van een bericht wanneer er behandelingen wordt aangeboden tegen een actieprijs</i>	$9,54 \times 10^{-36}$	H_a
<i>Het sturen van een herinneringsbericht wanneer niet is gereageerd op een voorgaand bericht</i>	$1,52 \times 10^{-29}$	H_a
<i>Het sturen van een waarschuwingsbericht wanneer er een ziekte heerst die gevaarlijk is voor mijn dier</i>	$9,25 \times 10^{-59}$	H_a
<i>Tijdens dierenartsenbezoek aanbieden van betrouwbare onlinebronnen, zodat de diereigenaar extra informatie tot zich kan nemen</i>	$2,57064 \times 10^{-33}$	H_a
<i>Verwerking van het dier na inslapen</i>	$2,51173 \times 10^{-24}$	H_a
<i>Nieuwsbrief</i>	$6,96383 \times 10^{-18}$	H_a

3.3 Resultaten verschil tussen preventieve en curatieve bezoek

De derde deelvraag luidt: *wat is het verschil tussen de wensen van diereigenaren die het dier preventief laten behandelen en diereigenaren die het dier curatief laten behandelen tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces?* Deze deelvraag is beantwoord door de uitkomsten van elke variabele van enquêtevragen 5, 6, 7, 8 en 9 van de diereigenaren die het dier preventief laten behandelen te vergelijken met de uitkomsten van elke variabele van enquêtevraag 5, 6, 7, 8 en 9 van de diereigenaren die het dier curatief laten behandelen. Deze vergelijking is gemaakt middels de Chi-square test.

67,8% van de respondenten geeft aan naar de dierenarts te gaan met de intentie om ziekte bij het dier te voorkomen. De rest van de respondenten (32,2%) geeft aan naar de dierenarts te gaan met de intentie om verwonding of ziekte bij het dier te laten behandelen (zie tabel 11).

Tabel 11



Voor elke variabele die invloed (kan) hebben op de tevredenheid van de huisdiereigenaar tijdens het secundaire proces is per groep respondenten (preventief of curatief) getest of er een significant verschil is tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk. Voorafgaand aan het uitvoeren van de Chi-square test zijn twee hypothesen omschreven:

- H_0 = geen verband tussen de vergeleken variabelen;
- H_a = wel een verband tussen de vergeleken variabelen.

Voor elke variabele die invloed (kan) hebben op de tevredenheid van de huisdiereigenaar tijdens het secundaire proces zijn '(erg) belangrijk' vergeleken met de variabelen '(erg) onbelangrijk'. Wanneer de uitkomst, asymptotic significance groter is dan α is H_0 geaccepteerd. Wanneer de asymptotic significance kleiner is dan α is H_a geaccepteerd (zie bijlage E, tabel 23)

Interactiemoment 1: aan de telefoon

Van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft 58,3% aan de telefonische bereikbaarheid van de praktijk tijdens én na openingstijden erg belangrijk te vinden. Daarbij geeft 36,4% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen aan de telefonische bereikbaarheid belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 24). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil te zijn tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief, naar aanleiding van verwonding of ziekte, laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 58,2% aan de telefonische bereikbaarheid van de praktijk tijdens én na openingstijden erg belangrijk te vinden. Tevens geeft 36,7% van deze respondenten aan de telefonische bereikbaarheid van de praktijk tijdens én na openingstijden belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 24). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

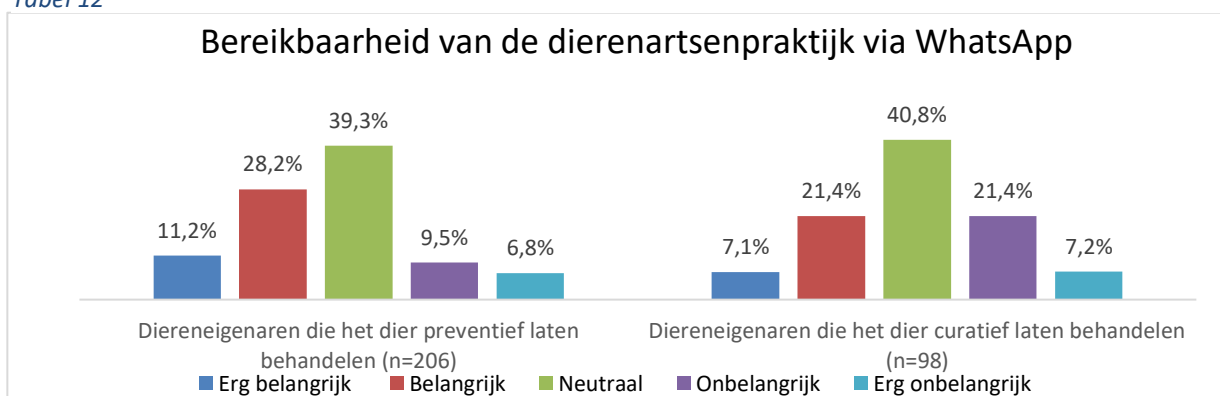
26,2% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft aan de bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk via sociale media onbelangrijk te vinden. Daarbij geeft 17,0% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen aan de bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk via sociale media erg onbelangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 25). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 23,5% aan de bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk via sociale media onbelangrijk te vinden. 26,5% van deze respondenten geeft aan de bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk via sociale media erg onbelangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 25). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft 11,2% aan de bereikbaarheid van de praktijk via WhatsApp erg belangrijk te vinden. Daarbij geeft 28,2% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen aan de bereikbaarheid via WhatsApp belangrijk te vinden (zie tabel 12). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 21,4% aan de bereikbaarheid van de praktijk via WhatsApp belangrijk te vinden. Daarbij geeft ditzelfde percentage respondenten aan de bereikbaarheid via Whatsapp onbelangrijk te vinden (zie tabel 12). Uit de Chi-square test blijkt geen significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Tabel 12



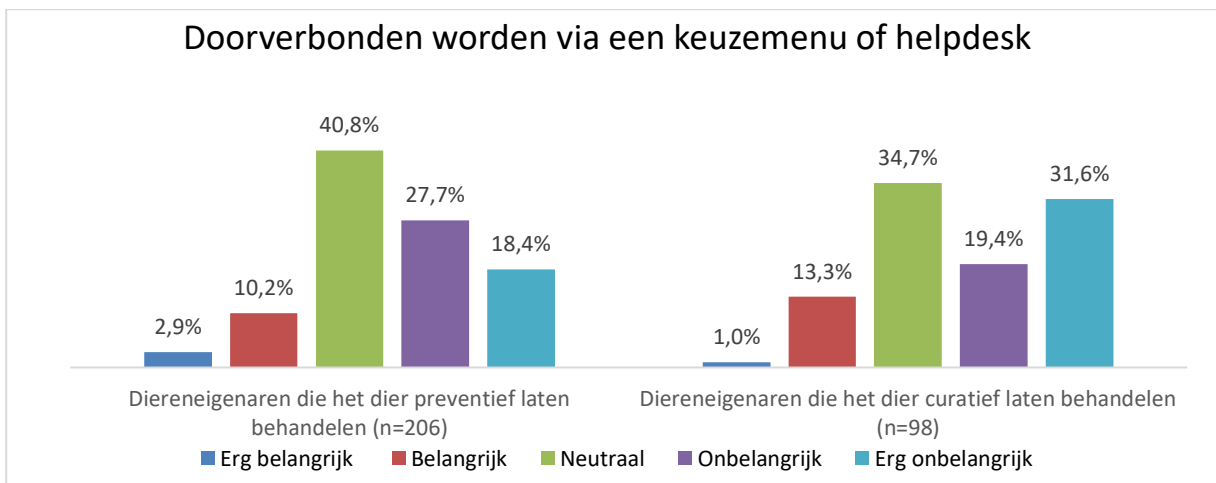
Van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft 51,5% aan persoonlijk te woord gestaan te worden aan de telefoon, zonder eerst een keuzemenu of helpdesk erg belangrijk te vinden. Daarbij geeft 37,4% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen aan het persoonlijk te woord gestaan te worden aan de telefoon, zonder eerst een keuzemenu of helpdesk belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 26). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

60,2% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft aan het persoonlijk te woord gestaan te worden aan de telefoon, zonder eerst een keuzemenu of helpdesk erg belangrijk te vinden. Tevens geeft 26,6% van deze respondenten aan persoonlijk te woord gestaan te worden aan de telefoon, zonder eerst een keuzemenu of helpdesk belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 26). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

27,7% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft aan het doorverbonden worden via een keuzemenu of helpdesk onbelangrijk te vinden (zie tabel 13). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 19,4% aan doorverbonden worden via een keuzemenu of helpdesk onbelangrijk te vinden. Van de curatieve respondenten vindt 31,6% het doorverbonden worden via een keuzemenu of helpdesk erg onbelangrijk (zie tabel 13). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

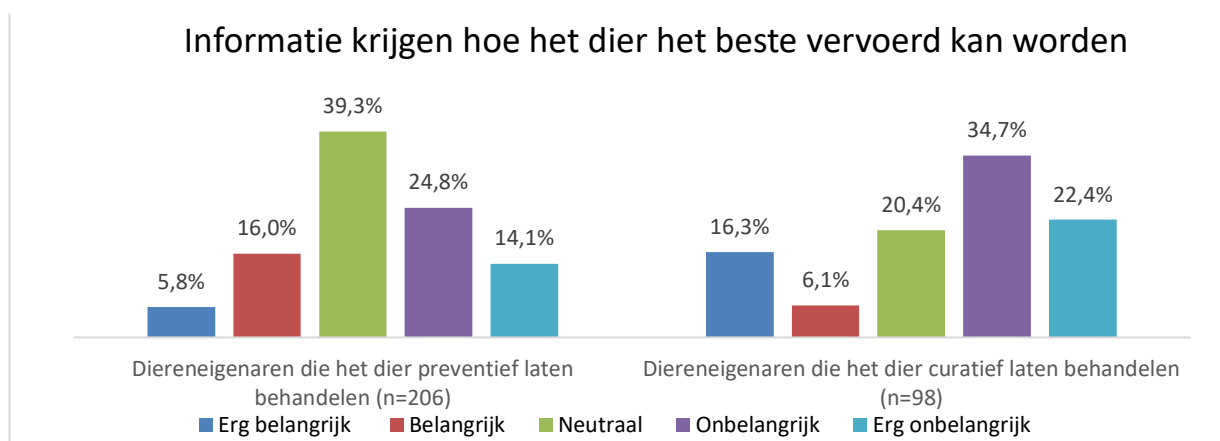
Tabel 13



24,8% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft aan het krijgen van informatie over hoe het dier het best vervoerd kan worden onbelangrijk te vinden (zie tabel 14). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 34,7% aan het krijgen van informatie over hoe het dier het best vervoerd kan worden onbelangrijk te vinden. 22,4% van deze respondenten vindt het krijgen van informatie over hoe het dier het best vervoerd kan worden erg onbelangrijk (zie tabel 14). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Tabel 14



Van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft 27,2% aan het krijgen van informatie over hoe het dier het best gevangen kan worden onbelangrijk te vinden. Van de preventieve respondenten vindt 17,0% het krijgen van informatie over hoe het dier het best gevangen kan worden erg onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 27). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 25,5% aan het krijgen van informatie over hoe het dier het best gevangen kan worden onbelangrijk te vinden. Van deze respondenten vindt 21,4% het krijgen van informatie over hoe het dier het best gevangen kan worden erg onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 27). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

38,3% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft aan het krijgen van informatie of het dier mag eten/drinken voorafgaand aan het dierenartsenbezoek erg belangrijk te vinden. Daarbij geeft 45,1% van deze, preventieve, respondenten aan het krijgen van informatie of het dier mag eten/drinken voorafgaand aan het dierenartsenbezoek belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 28). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 34,7% aan het krijgen van informatie of het dier mag eten/drinken voorafgaand aan het dierenartsenbezoek erg belangrijk te vinden. Daarbij geeft 39,8% van de respondenten aan dit aspect belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 28). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Interactiemoment 2: bij binnenkomst en de balie

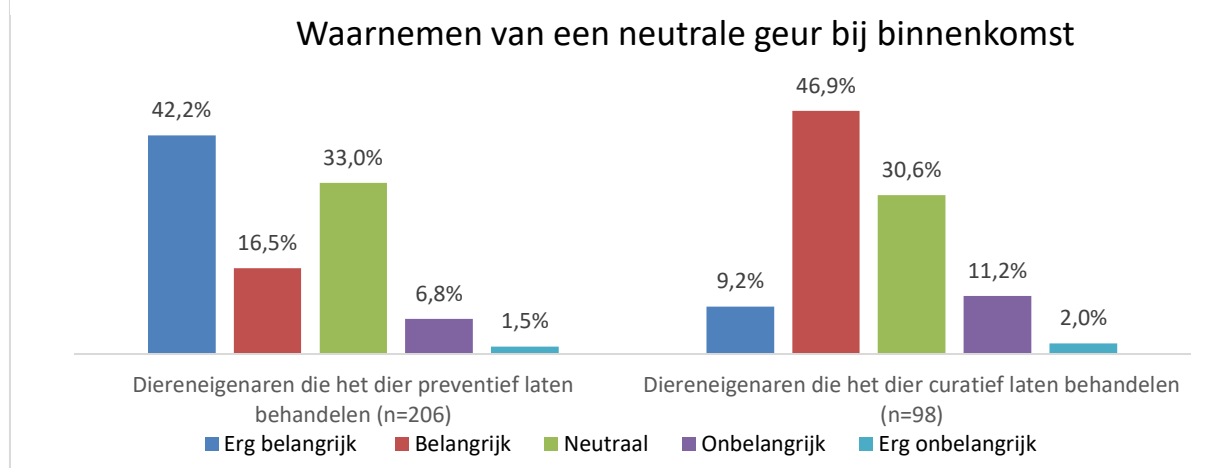
60,7% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft aan de verzorgde uitstraling van het personeel erg belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 29). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 51,0% aan de verzorgde uitstraling van het personeel erg belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 29). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Het waarnemen van een neutrale geur bij binnenkomst is voor 42,2% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) erg belangrijk. Voor 16,5% van de preventieve respondenten is het waarnemen van een neutrale geur bij binnenkomst belangrijk (zie tabel 15). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 46,9% aan het waarnemen van een neutrale geur bij binnenkomst belangrijk te vinden (zie tabel 15). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Tabel 15



De begroeting bij binnenkomst is voor 33,0% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) erg belangrijk. Daarbij geeft 55,8% van de preventieve respondenten aan de begroeting bij binnenkomst belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 30). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 25,5% aan de begroeting bij binnenkomst erg belangrijk te vinden. Daarbij geeft 62,2% van deze respondenten aan dit aspect belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 30). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

De aanwezigheid van een medewerker achter de balie bij binnenkomst is voor 32,5% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) erg belangrijk. Daarbij geeft 54,9% van de preventieve respondenten aan de aanwezigheid van een medewerker achter de balie bij binnenkomst belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 31). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

25,5% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) vindt de aanwezigheid van een medewerker achter de balie bij binnenkomst erg belangrijk. Daarbij geeft 58,2% van deze respondenten aan dit aspect belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 31). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

53,3% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft aan het ontvangen van informatie over de verwachte wachttijd belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 32). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

41,8% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) vindt het ontvangen van informatie over de verwachte wachttijd belangrijk (zie bijlage D, tabel 32). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Interactiemoment 3: in de wachtkamer

58,7% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft aan voldoende zitplaats in de wachtkamer belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 33). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

52,0% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) vindt voldoende zitplaats in de wachtkamer belangrijk (zie bijlage D, tabel 33). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

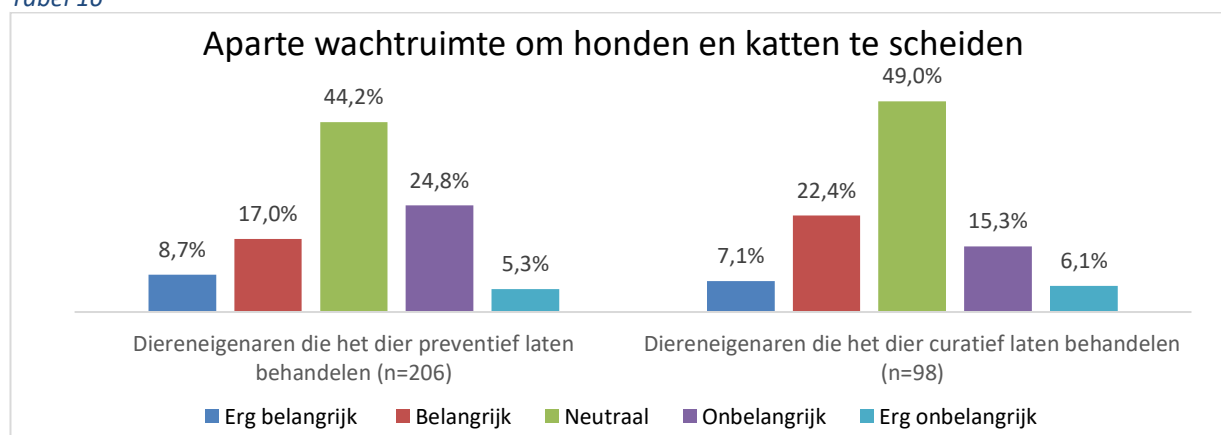
Van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft 34,5% aan voldoende ruimte voor het dier in de wachtkamer erg belangrijk te vinden. Daarbij geeft 54,4% aan voldoende ruimte voor het dier in de wachtkamer belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 34). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

52,0% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) vindt voldoende zitplaats in de wachtkamer belangrijk (zie bijlage D, tabel 34). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Over de aparte wachtruimte om honden en katten te scheiden is 44,2% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) neutraal (zie tabel 16). Uit de Chi-square test blijkt geen significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

49,0% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft aan neutraal te zijn over de aparte wachtruimte om honden en katten te scheiden (zie tabel 16). Uit de Chi-square test blijkt geen significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

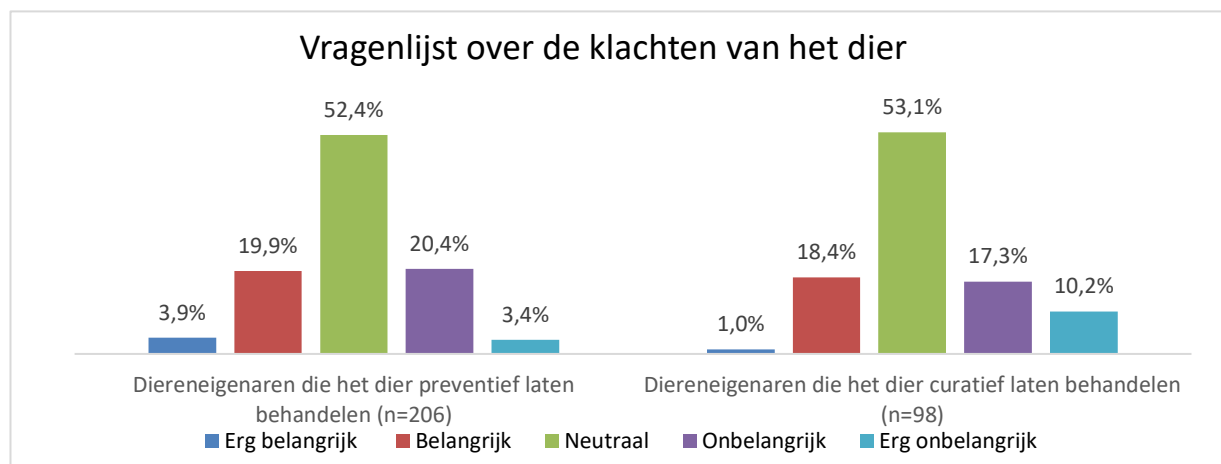
Tabel 16



Over de vragenlijst die tijdens het wachten ingevuld kan worden over de klachten van het huisdier is 52,4% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) neutraal (zie tabel 17). Uit de Chi-square test blijkt geen significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

53,1% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft aan neutraal te zijn over de aparte wachtruimte om honden en katten te scheiden (zie tabel 17). Uit de Chi-square test blijkt geen significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Tabel 17



Entertainment in de wachtkamer is voor 35,0% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) onbelangrijk. Daarbij geeft 21,8% van de preventieve respondenten aan entertainment in de wachtkamer erg onbelangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 35). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 30,6% aan entertainment in de wachtkamer onbelangrijk te vinden. 29,6% van deze respondenten vindt entertainment in de wachtkamer erg onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 35). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

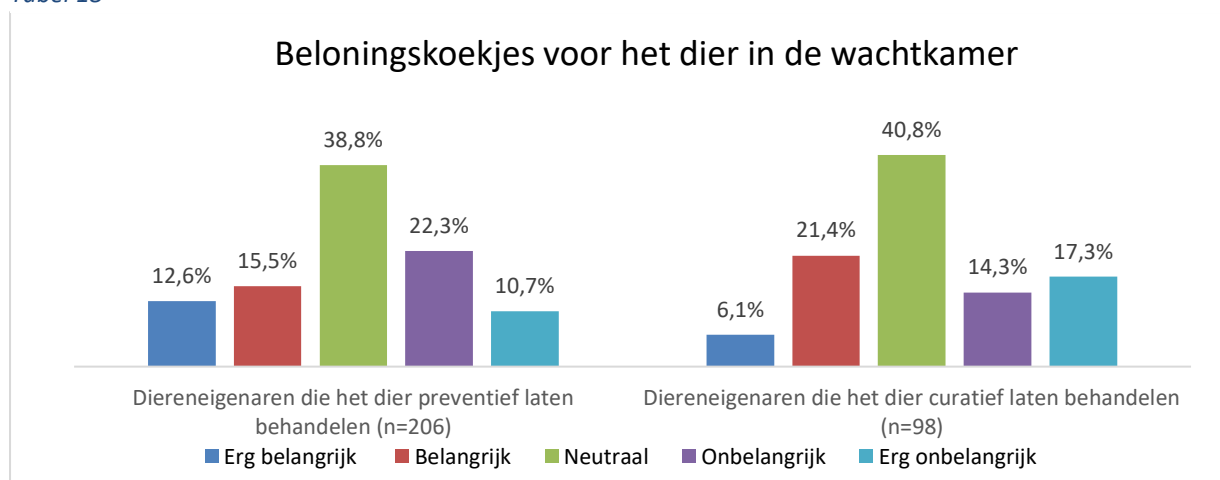
Het hebben van water in de wachtkamer, zodat het dier kan drinken is voor 40,5% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) belangrijk (zie bijlage D, tabel 36). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

35,7% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) vindt het hebben van water in de wachtkamer, zodat het dier kan drinken belangrijk (zie bijlage D, tabel 36). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

De beloningskoekjes in de wachtkamer, zodat het dier beloond kan worden voor goed gedrag is voor 22,3% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) onbelangrijk (zie tabel 18). Uit de Chi-square test blijkt geen significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

21,4% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) geeft aan de beloningskoekjes in de wachtkamer, zodat het dier beloond kan worden voor goed gedrag belangrijk te vinden (zie tabel 18). Uit de Chi-square test blijkt geen significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Tabel 18



Het aangeboden krijgen van iets te drinken tijdens het wachten is voor 32,5% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) onbelangrijk. Daarbij geeft 21,8% van de preventieve respondenten aan het aangeboden krijgen van iets te drinken tijdens het wachten erg onbelangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 37). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief behandelen door de dierenarts (n=98) geeft 26,5% aan het aangeboden krijgen van iets te drinken tijdens het wachten in de wachtkamer onbelangrijk te vinden. 26,5% van de curatieve respondenten vindt het aangeboden krijgen van iets te drinken tijdens het wachten erg onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 37). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Het draaien van muziek in de wachtkamer is voor 30,1% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) onbelangrijk. Daarbij geeft 24,8% van de preventieve respondenten aan het draaien van muziek in de wachtkamer ten erg onbelangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 38). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

17,3% van de respondenten die het dier curatief behandelen door de dierenarts (n=98) geeft aan het draaien van muziek in de wachtkamer onbelangrijk te vinden. Van de curatieve respondenten vindt 31,6% het draaien van muziek in de wachtkamer erg onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 38). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 38).

Interactiemoment 5: de balie bij vertrek

De mogelijkheid om een vervolgspraak te maken is voor 37,4% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) erg belangrijk. Daarbij geeft 54,9% van de preventieve respondenten aan de mogelijkheid om een vervolgspraak te maken belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 39). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

33,7% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) vindt de mogelijkheid om een vervolgspraak erg belangrijk. Daarbij geeft 56,1% van de curatieve respondenten aan dit aspect belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 39). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

43,7% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft aan het ontvangen van informatie over de kosten van de veterinaire behandeling erg belangrijk. Daarbij geeft 51,9% van de preventieve respondenten aan het ontvangen van informatie over de kosten van de veterinaire behandeling belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 40). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

52,0% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) vindt het ontvangen van informatie over de kosten van de veterinaire behandeling erg belangrijk. Daarbij geeft 41,8% van de curatieve respondenten aan dit aspect belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 40). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

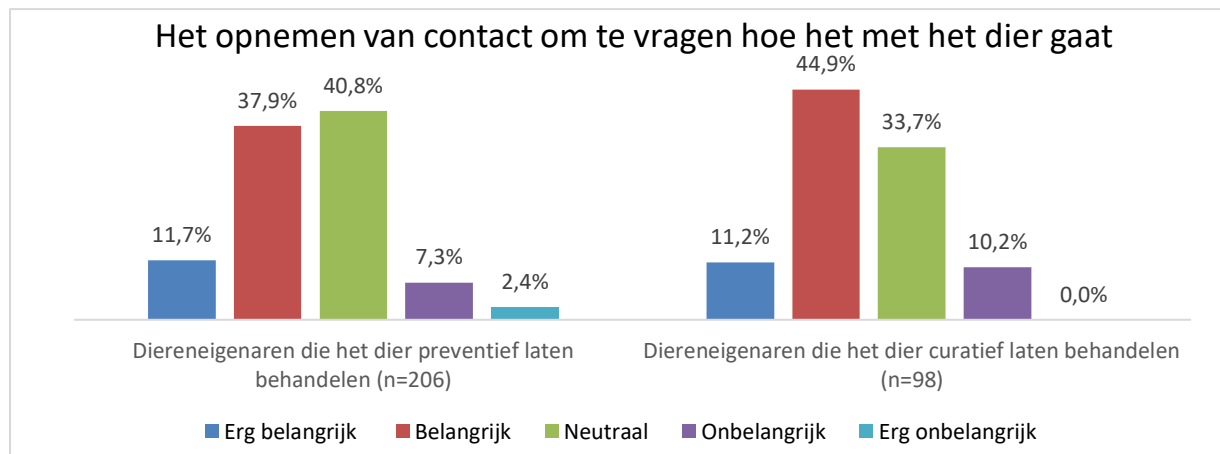
44,2% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft aan het ontvangen van een samenvatting van het bezoek belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 41). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

39,8% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) vindt het ontvangen van een samenvatting van het bezoek erg belangrijk (zie bijlage D, tabel 41). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Het opnemen van contact om te vragen hoe het gaat met het dier is voor 37,9% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) belangrijk. Daarbij geeft 40,8% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen neutraal te zijn over het opnemen van contact om te vragen hoe het gaat met het dier (zie tabel 19). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts geeft 44,9% aan het opnemen van contact om te vragen hoe het gaat met het dier belangrijk te vinden. 33,7% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts geeft aan neutraal te zijn over het opnemen van contact om te vragen hoe het gaat met het dier (zie tabel 19). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Tabel 19



32,0% van de respondenten die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen (n=206) geeft aan de correcte afhandeling van eventuele klachten erg belangrijk te vinden. Daarbij geeft 58,3% van de preventieve respondenten aan de correcte afhandeling van eventuele klachten belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 42). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

31,6% van de respondenten die het dier curatief laten behandelen door de dierenarts (n=98) vindt de correcte afhandeling van eventuele klachten erg belangrijk. Daarbij geeft 55,1% van de curatieve respondenten aan dit aspect belangrijk te vinden (zie bijlage D, tabel 42). Uit de Chi-square test blijkt een significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk (zie bijlage D, tabel 23).

Hoofdstuk 4. Discussie

Dit onderzoek is uitgevoerd om inzicht te geven welke secundaire diensten de klanttevredenheid van Nederlandse huisdiereigenaren beïnvloeden tijdens het bezoek aan de dierenartsenpraktijk. De uitkomsten van dit onderzoek zorgen ervoor dat dierenartsen en eigenaren van Nederlandse eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijken inzicht krijgen in de wensen van de consument (diereigenaar) tijdens het dierenartsenbezoek. Door dit inzicht kan beter in worden gespeeld op de wensen van consument met betrekking tot het secundaire proces. Wanneer optimaal wordt ingespeeld op de wensen van de huisdiereigenaren binnen het secundaire proces zal de klanttevredenheid positief beïnvloed worden. De klanttevredenheid zorgt voor klantloyaliteit. Deze loyaliteit is belangrijk voor de dierenartsenpraktijken, omdat de concurrentie van de traditionele dierenartsenpraktijk toeneemt.

In dit hoofdstuk wordt het uitgevoerde onderzoek bediscussieerd. Eerst zal de onderzoeksopzet bediscussieerd worden. Daarna wordt per deelvraag aandacht besteed aan de discussie punten. Ook zullen de resultaten van het onderzoek vergeleken worden met de literatuur.

4.1 Discussie onderzoeksopzet

Voor dit onderzoek is gekozen om de wensen van de diereigenaren te toetsen door middel van een enquête. De enquête heeft tien dagen opengestaan voor antwoorden. In deze tien dagen zijn 304 enquêtes ingevuld. Om een betrouwbaarheid van 95% en een onbetrouwbaarheid van 5% te halen waren 385 respondenten nodig, dit betekend dat de foutmarge dit onderzoek van 5% verhoogd is naar 5,62% (Steekproefcalculator, 2020).

Er is gekozen om het onderzoek uit te zetten onder de consumenten van dierenartsenpraktijk X. Uit de resultaten blijkt dat de leeftijdsspreiding van de steekproef niet volledig overeenkomt met de leeftijdsspreiding van de Nederlandse bevolking. Echter uit onderzoek van Bouwdesteijn (2019) blijkt de leeftijdsspreiding van consumenten van de dierenartsenpraktijk niet hetzelfde verdeeld te zijn als de Nederlandse bevolking. Volgens Bouwdesteijn is 13,3% van de consumenten van de dierenartsenpraktijk jonger dan 22 jaar, 44,5% is tussen de 22 en 37 jaar oud, 31,2% is tussen de 38 en 53 jaar oud, 11,0% van de consumenten is 54 jaar of ouder. Deze leeftijdsspreiding is (ongeveer) hetzelfde als de leeftijdsspreiding van de respondenten van dit onderzoek (zie bijlage G, Tabel 43). Dit onderzoek is echter niet representatief voor de consumenten jonger dan 21, omdat er slechts 0,7% van de respondenten jonger zijn dan 21.

4.1.1 Discussie methode

De enquête is verspreid via de mail naar de consumenten van dierenartsenpraktijk X. De respondenten hadden tien dagen de tijd om de enquête in te vullen. Daarnaast is de enquête ook verspreid onder de consumenten die voor het consult aan het wachten waren in de wachtkamer. De consumenten die in de wachtkamer de enquête hebben ingevuld hebben ook de enquête ontvangen via de mail. Ondanks de voorzorgsmaatregelen om te voorkomen dat consumenten de vragenlijst twee keer (een keer via de link in de mail en een keer in de wachtkamer) invullen is het niet met 100% zekerheid te concluderen dat elke consument de enquête slechts één keer heeft ingevuld.

4.1.2 Discussie enquête

In de enquête stond de vraag 'Met welke intentie gaat u met uw dier naar de dierenarts?' bij deze vraag was aangegeven 'Het gaat hier om de intentie waarmee u het meest naar die dierenartsenpraktijk komt' deze vraag verlangt van respondenten om terug te denken in de tijd. Uit de feedback op de enquête blijkt dat het echter lastig kan zijn om deze vraag te beantwoorden, omdat diereigenaren met beide intenties naar de dierenartsenpraktijk komen.

Daarnaast bevatte vraag 5 'Hoe belangrijk vindt u de volgende factoren met betrekking tot de bereikbaarheid van de dierartsenpraktijk?' de variabele 'de telefonische bereikbaarheid tijdens én na openingstijden'. Deze variabele bevat twee aspecten (de bereikbaarheid tijdens openingstijden en de bereikbaarheid na openingstijden) hierdoor konden er alleen conclusies getrokken worden over de aspecten samen. Er konden geen conclusies getrokken worden over de aspecten los van elkaar.

4.2 Discussie wensen diereigenaar

Deelvraag 1 luidt: *welke wensen heeft de consument met betrekking tot de interactiemomenten binnen het secundaire proces van een bezoek aan een eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk?* Deze deelvraag is beantwoord door het tweede deel van de enquête, middels beschrijvende statistiek, te analyseren.

Uit de literatuur blijkt dat diervriendelijkheid belangrijk is voor de diereigenaren tijdens een dierenartsenbezoek (Belt, 2017). Dit blijkt tevens uit het onderzoek; de diereigenaren geven aan het belangrijk te vinden dat er tijdens het wachten voldoende ruimte is voor het dier en er water aanwezig is voor het dier. De diereigenaren vinden het echter minder belangrijk om zelf drinken aangeboden te krijgen.

Daarbij blijkt uit de literatuur dat de diereigenaar zich geïnformeerd wil voelen (Coe et al., 2008). Uit het onderzoek, de huisdiereigenaren vinden het namelijk belangrijk om informatie te ontvangen over de veterinaire kosten, betrouwbare onlinebronnen en de ontwikkelingen binnen de praktijk en de sector (gebundeld in een nieuwsbrief).

Tevens blijkt uit de literatuur dat de diereigenaren het verrassend vinden wanneer er na een operatie van het dier gebeld wordt door de praktijk om te vragen hoe het met het dier gaat (Belt, 2017). Dit blijkt ook uit het onderzoek; meer dan de helft van de diereigenaren vinden het (erg) belangrijk dat er na een aantal dagen contact opgenomen wordt om te vragen hoe het met het dier gaat.

4.3 Discussie ondersteunende diensten

Deelvraag 2 luidt: *door middel van welke ondersteunende diensten tijdens het dierenartsenbezoek kan een eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces inspelen op de wensen van de consumenten?* Deze deelvraag is beantwoord door het vierde deel van de enquête te analyseren. Door middel van een Chi-square test is gemeten welke ondersteunende diensten de diereigenaar significant prettig(er) vinden (zie bijlage C).

Uit de literatuur blijkt dat diereigenaren een aanbeveling naar betrouwbare onlinebronnen belangrijk vinden (Lai et al., 2021). Dit blijkt tevens uit het onderzoek; meer dan de helft van de diereigenaren vindt het aangeboden krijgen van betrouwbare onlinebronnen (erg)belangrijk.

De literatuur geeft aan dat consumenten aanvullende diensten verwachten (Murali et al., 2016). Dit blijkt tevens uit dit onderzoek. Bijna alle bevroagde ondersteunende diensten zijn significant belangrijk voor de diereigenaren. Slechts één dienst blijkt niet significant belangrijk te zijn.

4.4 Discussie verschil tussen preventieve en curatieve bezoek

Deelvraag 3 luidt: *wat is het verschil tussen de wensen van diereigenaren die het dier preventief laten behandelen en diereigenaren die het dier curatief laten behandelen tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces?* Deze deelvraag is beantwoord door de uitkomsten van elke variabele van enquêtevraag 5, 6, 7, 8 en 9 van de diereigenaren die het dier preventief laten behandelen te vergelijken met de uitkomsten van elke variabele van enquêtevraag 5, 6, 7, 8 en 9 van de

diereneigenaren die het dier curatief laten behandelen. Deze vergelijking is gemaakt middels de Chi-square test, met behulp van het programma SPSS (zie bijlage C).

Uit de literatuur blijkt dat de preventieve eigenaar tijdens het consult vooral informatie wenst te ontvangen over hoe ziekte bij het dier te voorkomen is. De curatieve eigenaar wenst echter informatie over de mogelijke veterinaire behandeling (Peters, 2018). Uit het onderzoek blijkt dat er binnen het secundaire proces de wensen van de preventieve en curatieve eigenaar bijna, op één aspect na, volledig overeen komen. De uitkomsten van het onderzoek wijken hierbij af van de verwachting dat de preventieve andere wensen heeft met betrekking tot het secundaire proces dan de curatieve eigenaar. Deze afwijking van de verwachting kan komen doordat er binnen de groepen preventieve (n=206) en curatieve (n=98) eigenaren te weinig respondenten de enquête hebben ingevuld. Hierdoor kan het zijn dat de resultaten niet volledig representatief zijn voor de gehele populatie preventieve of curatieve diereigenaren.

Hoofdstuk 5. Conclusie

In dit onderzoek is middels kwantitatief onderzoek een antwoord geformuleerd op de volgende vraag: *“welke diensten kunnen worden ingezet tijdens het secundaire proces van een dierenartsenbezoek om zo de tevredenheid van consumenten van de eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk positief te beïnvloeden?”* De uitkomsten van dit onderzoek zorgen ervoor dat dierenartsen en eigenaren van Nederlandse eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijken inzicht krijgen in de wensen van de consument (diereigenaar) tijdens het dierenartsenbezoek. Door dit inzicht kan beter in worden gespeeld op de wensen van consument met betrekking tot het secundaire proces en zo de tevredenheid van deze consument verhogen.

In dit hoofdstuk worden per deelvraag conclusies getrokken. Na het beantwoorden van de drie deelvragen wordt aan de hand van de conclusies een antwoord geformuleerd op de hoofdvraag.

5.1 Conclusie wensen diereigenaar

De eerste deelvraag luidt: *welke wensen heeft de consument met betrekking tot de interactiemomenten binnen het secundaire proces van een bezoek aan een eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk?* In deze paragraaf zullen per interactiemoment in het secundaire proces (interactiemomenten 1, 2, 3 en 5) de wensen van de huisdiereigenaren besproken worden.

Interactiemoment 1: aan de telefoon

Huisdiereigenaren wensen dat de dierenartsenpraktijk voor én na openingstijden telefonisch bereikbaar is. De bereikbaarheid via WhatsApp of sociale media is volgens de huisdiereigenaren minder urgent. Tijdens het telefonisch contact vinden de huisdiereigenaren het erg belangrijk om persoonlijk te woord gestaan te worden, zonder eerst een keuzemenu of helpdesk. Daarbij vinden de eigenaren het belangrijk om voorafgaand aan het bezoek te horen te krijgen of het dier mag eten en/of drinken. Volgens de huisdiereigenaren is het minder belangrijk om tijdens de interactie aan de telefoon informatie te krijgen over hoe het dier het beste gevangen of vervoerd kan worden.

Interactiemoment 2: bij binnenkomst en de balie

Bij de binnenkomst in de dierenartsenpraktijk is de verzorgde uitstraling van het personeel belangrijk. Tijdens het binnen treden van de praktijk wensen de diereigenaren een neutrale geur (geen dieren- of schoonmaakmiddelengeur) waar te nemen. Tevens blijkt dat de huisdiereigenaren het belangrijk vinden dat er een medewerker aanwezig is achter de balie. Daarbij wensen de huisdiereigenaren bij binnenkomst in de praktijk begroet te worden en op de hoogte te worden gesteld van de verwachte wachttijd.

Interactiemoment 3: in de wachtkamer

Tijdens het wachten wensen de huisdiereigenaren voldoende in de wachtkamer voldoende plaats om te zitten. Daarnaast is het volgens de huisdiereigenaren belangrijk dat er in de wachtkamer voldoende ruimte is voor het dier. Huisdiereigenaren vinden het belangrijk dat er water aanwezig is in de wachtkamer, zodat het dier kan drinken.

Tijdens het wachten geven de meeste huisdiereigenaren aan het hebben van een aparte wachtkamer om honden en katten te scheiden nog belangrijk nog onbelangrijk te vinden. Ditzelfde geldt voor de mogelijkheid om een vragenlijst in te vullen over de klachten van het dier en de aanwezigheid van beloningskoekjes om het dier te belonen voor goed gedrag. De huisdiereigenaren vinden entertainment in de wachtkamer, het aangeboden krijgen van drinken en het draaien van muziek in de wachtkamer onbelangrijk.

Interactiemoment 5: bij de balie bij vertrek

Na het consult wensen de diereigenaren de mogelijkheid te hebben tot het maken van een vervolgafspraak. Tevens wensen de diereigenaren informatie te krijgen over de kosten. Daarnaast wordt gewenst dat eventuele klachten met betrekking tot het dierenartsenbezoek correct afgehandeld worden.

Het (via de mail) krijgen van een samenvatting van het bezoek is voor de meeste huisdiereigenaren (56,6%) (erg) belangrijk. Daarbij vindt meer dan de helft van de huisdiereigenaren (51,6%) het (erg) belangrijk dat er na een aantal dagen contact opgenomen wordt met de eigenaar om te vragen hoe het met het dier gaat.

5.2 Conclusie ondersteunende diensten

De tweede deelvraag luidt: *door middel van welke ondersteunende diensten tijdens het dierenartsenbezoek kan een eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces inspelen op de wensen van de consumenten?* Het antwoord op deze vraag luidt:

De dierenartsenpraktijk kan verschillende diensten inzetten om in te spelen op de wensen van de diereigenaar. Diereigenaren vinden de volgende ondersteunende diensten (erg) prettig, daarbij geldt dat de diereigenaren de volgende ondersteunende diensten significant meer prettig dan onprettig vinden:

- 24/7 telefonische bereikbaarheid;
- de mogelijkheid om online een afspraak te maken;
- het ontvangen van een nieuwsbrief;
- het aangeboden krijgen van betrouwbare onlinebronnen;
- de mogelijkheid het dier na inslapen achter te laten bij de praktijk;
- het krijgen van een bericht wanneer het tijd is voor een controle van het dier;
- het krijgen van een bericht wanneer het tijd is voor vaccinaties om de titerbepaling;
- het krijgen van een bericht wanneer behandelingen worden aangeboden tegen een actieprijs;
- het krijgen van een bericht wanneer de praktijk vermoedt dat de diereigenaar het voorafgaande bericht niet heeft gelezen;
- het krijgen van een waarschuwingsbericht wanneer ziekte heerst die gevaarlijk is voor het dier.

Over de mogelijkheid voor een consult aan huis zijn de meeste huisdiereigenaren neutraal. Echter blijkt uit de Chi-square test dat deze dienst door de huisdiereigenaren wel significant prettiger is dan onprettig. Ditzelfde geldt voor de diensten: de mogelijkheid voor een consult via videobellen, het jaarabonnement voor preventieve zorg, de coaching- en trainingsconsulten en het sturen van een bericht wanneer het dier jarig is. Ook over een apart spreekuur speciaal voor katten zijn de meeste huisdiereigenaren neutraal, echter geeft deze dienst geen significant verschil aan tussen prettig of onprettig.

5.3 Conclusie verschil tussen preventieve en curatieve bezoek

De derde deelvraag luidt: *wat is het verschil tussen de wensen van diereigenaren die het dier preventief laten behandelen en diereigenaren die het dier curatief laten behandelen tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces?* Het antwoord op deze vraag luidt:

Er zijn slechts een gering aantal verschillen tussen de preventieve eigenaar en de curatieve eigenaar (zie ook bijlage E). Ten eerste is de bereikbaarheid van de praktijk via WhatsApp is voor de

diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Daarentegen geeft dit aspect voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen geen significant verschil tussen belangrijk en onbelangrijk.

Ten tweede geldt voor het waarnemen van een neutrale geur dat de meeste preventieve eigenaren aangeven het waarnemen van een neutrale geur erg belangrijk te vinden, terwijl de meeste curatieve eigenaren dit 'gewoon' belangrijk vinden. Voor beide groepen geldt echter dat het waarnemen van een neutrale geur significant belangrijk is.

Ten derde geldt voor het ontvangen van informatie over de kosten dat de meeste preventieve eigenaren aangeven dit belangrijk te vinden. Voor de meeste curatieve eigenaren is het ontvangen van informatie over de kosten erg belangrijk. Voor beide groepen geldt echter dat dit aspect significant belangrijk is.

5.4 Conclusie invloed secundaire diensten op tevredenheid

De hoofdvraag luidt: *welke diensten kunnen worden ingezet tijdens het secundaire proces van een dierenartsenbezoek om zo de tevredenheid van consumenten van de eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk positief te beïnvloeden?* Het antwoord op de hoofdvraag luidt:

Voorafgaand aan het dierenartsen bezoek, tijdens de eerste interactie (aan de telefoon), is het voor de eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk belangrijk om verschillende diensten aan te bieden aan de huisdiereigenaar. Zo zorgt het aanbieden van 24/7 telefonische bereikbaarheid ervoor dat de klanttevredenheid verhoogd wordt. Daarnaast zorgt het aangeven of een dier voorafgaand aan een dierenartsenbezoek mag eten en/of drinken ervoor dat de mate van tevredenheid van de diereigenaar positief beïnvloed wordt. De tevredenheid van de preventieve eigenaar zal positief beïnvloed worden, indien de praktijk naar telefonische ook via WhatsApp te bereiken is.

Wanneer de diereigenaar de praktijk binnen komt zijn een aantal aspecten belangrijk voor het positief beïnvloeden van de tevredenheid. Het is belangrijk dat het personeel er verzorgd uitziet. Ook is het belangrijk dat er een neutrale geur (geen dieren- of schoonmaakmiddelengeur) waar te nemen is. Het is voor de diereigenaren belangrijk dat er een medewerker aanwezig is achter de balie en de diereigenaar bij binnenkomst begroet wordt.

Tijdens het wachten kunnen een aantal aspecten de tevredenheid van diereigenaren vergroten. Ten eerste is het belangrijk dat er door de diereigenaar voldoende plaats is om te zitten. Daarbij is het belangrijk om in de wachtkamer voldoende ruimte te bieden voor de dieren. Tevens is het belangrijk dat er water aanwezig is in de wachtkamer, zodat het dier kan drinken.

Na afloop van het consult zorgt de mogelijkheid tot het maken van een vervolg afspraak ervoor dat de tevredenheid van de diereigenaren positief beïnvloed zal worden. Ook het geven van informatie over de kosten en het correct afhandelen van eventuele klachten beïnvloed de tevredenheid van de diereigenaar op een positieve manier. Als laatste zorgt het toesturen van een samenvatting van het bezoek en het na een paar dagen opnemen van contact, om te vragen hoe het met het dier gaat ervoor dat de klanttevredenheid positief beïnvloed wordt.

Tevens zal de tevredenheid van de diereigenaren positief beïnvloed worden door het aanbieden van de volgende ondersteunende diensten:

- de mogelijkheid om online een afspraak te maken;
- het ontvangen van een nieuwsbrief;
- het aangeboden krijgen van betrouwbare onlinebronnen;

- de mogelijkheid het dier na inslapen achter te laten bij de praktijk;
- het krijgen van een bericht wanneer het tijd is voor een controle van het dier;
- het krijgen van een bericht wanneer het tijd is voor vaccinaties om de titerbepaling;
- het krijgen van een bericht wanneer behandelingen worden aangeboden tegen een actieprijs;
- het krijgen van een bericht wanneer de praktijk vermoedt dat de diereigenaar het voorafgaande bericht niet heeft gelezen;
- het krijgen van een waarschuwingsbericht wanneer ziekte heerst die gevaarlijk is voor het dier.

Ook de diensten; een consult aan huis, de mogelijkheid voor een consult via videobellen, het jaarabonnement voor preventieve zorg, de coaching- en trainingsconsulten en het sturen van een bericht wanneer het dier jarig is kunnen door de dierenartsenpraktijk in gezet worden. Echter zorgen deze ondersteunende diensten alleen bij de huisdiereigenaren die de diensten belangrijk vinden voor het toenemen van de tevredenheid. Bij de overige diereigenaren (die aangeven neutraal te zijn over deze diensten) zal de tevredenheid slechts gering, of niet toenemen.

Hoofdstuk 6. Aanbevelingen

Op basis van de conclusie (hoofdstuk 5) en de discussiepunten (hoofdstuk 4) zijn aanbevelingen beschreven voor de dierenartsen en eigenaren van Nederlandse eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijken en voor vervolgonderzoek. Eerst zal op basis van de conclusie de aanbeveling voor de dierenartsen en eigenaren van Nederlandse eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijken omschreven worden. Daarna wordt op basis van de discussie de aanbeveling voor (eventueel) vervolgonderzoek toegelicht.

6.1 Aanbeveling voor dierenartsen en eigenaren gezelschapsdierenpraktijken

Dierenartsen en eigenaren van Nederlandse eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijken wordt aanbevolen verschillende diensten aan te bieden tijdens de interactiemomenten binnen het secundaire proces. Deze diensten zullen de klanttevredenheid van de diereigenaren positief beïnvloeden

Ten eerste wordt aanbevolen zowel tijdens als na openingstijden telefonisch bereikbaar te zijn. Tijdens de interactie aan de telefoon wordt aangeraden om aan de huisdiereigenaar aan te geven of het dier mat eten/drinken voorafgaand aan het dierenartsenbezoek. Ook wordt aangeraden de eigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen de mogelijkheid te bieden de praktijk te kunnen bereiken via WhatsApp.

Daarbij wordt aanbevolen om tijdens het tweede interactiemoment, bij binnenkomst en de balie, er voor te zorgen dat het personeel er verzorgd uitziet, er een neutrale geur (geen dieren- of schoonmaakmiddelengeur) waar te nemen is, er een medewerker achter de balie aanwezig is en de diereigenaar begroet wordt bij binnenkomst.

Het wordt aanbevolen om in de wachtkamer voldoende zitplaats beschikbaar te hebben voor de diereigenaren. Daarbij wordt aangeraden in de wachtkamer voldoende ruimte voor de dieren te realiseren. Tevens wordt aangeraden in de wachtkamer water te hebben voor het dier, zodat het dier kan drinken.

Na het consult, tijdens het laatste interactiemoment, wordt het aangeraden om de mogelijkheid te bieden aan de huisdiereigenaar om een vervolgspraak te kunnen maken. Tevens wordt na het consult aangeraden de diereigenaar te informeren over de kosten en eventuele klachten over het consult op een correcte manier op te lossen. Daarbij wordt aangeraden om de diereigenaar een samenvatting van het bezoek toe te sturen (via de mail) en na een paar dagen contact op te nemen met de diereigenaar om te informeren hoe het met het dier gaat.

Dierenartsen en eigenaren van Nederlandse eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijken wordt aanbevolen de volgende ondersteunende diensten aan te bieden aan de diereigenaren:

- 24/7 telefonische bereikbaarheid;
- de mogelijkheid om online een afspraak te maken;
- het ontvangen van een nieuwsbrief;
- het aangeboden krijgen van betrouwbare onlinebronnen;
- de mogelijkheid het dier na inslapen achter te laten bij de praktijk;
- het krijgen van een bericht wanneer het tijd is voor een controle van het dier;
- het krijgen van een bericht wanneer het tijd is voor vaccinaties om de titerbepaling;
- het krijgen van een bericht wanneer behandelingen worden aangeboden tegen een actieprijs;

- het krijgen van een bericht wanneer de praktijk vermoedt dat de diereigenaar het voorafgaande bericht niet heeft gelezen;
- het krijgen van een waarschuwingsbericht wanneer ziekte heerst die gevaarlijk is voor het dier.

Er wordt aanbevolen aan de eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijken om zich te focussen op de bovenstaande diensten. Mocht er ruimte zijn om extra ondersteunende diensten aan te bieden zijn de volgende diensten aanbevolen:

- een consult via videobellen;
- het jaarabonnement voor preventieve zorg;
- de coaching- en trainingsconsulten;
- het sturen van een bericht wanneer het dier jarig is.

6.2 Aanbeveling vervolgonderzoek

Dit kwantitatieve onderzoek geeft inzicht in de ondersteunende diensten die door de eerstelijnsgezelschapsdierenpraktijk in kunnen worden gezet tijdens het secundaire proces. om de klanttevredenheid positief te beïnvloeden. Echter is het positief beïnvloeden van de klanttevredenheid meer dan alleen het hebben van inzicht in de wensen van de diereigenaar. De wensen van de huisdiereigenaren zijn bekend. De volgende stap is het implementeren van de ondersteunende diensten die de tevredenheid van de diereigenaren positief beïnvloeden in de werkwijze van de dierenartsenpraktijk. Om de diensten op de juiste manier te kunnen implementeren wordt aanbevolen vervolgonderzoek uit te voeren. Dit vervolgonderzoek is nodig om verdere diepgaande informatie te verkrijgen over de (precieze) inhoud van de diensten. Dit vervolgonderzoek zal verdere de handvaten reiken om de diensten te implementeren.

Wanneer dit onderzoek nogmaals uitgevoerd wordt, wordt aangeraden de steekproef meer te richten op respondenten jonger dan 21 jaar. Indien meer respondenten van 21 jaar of jonger binnen de steekproef betrokken worden zal het onderzoek ook voor deze leeftijdscategorie representatief zijn. Daarbij wordt aangeraden de huisdiereigenaren via één kanaal te benaderen. Dit zorgt ervoor dat het onderzoek betrouwbaarder wordt, omdat er geen mogelijkheid is dat respondenten de enquête meerdere keren invullen.

Literatuurlijst

1. Athaide, G. A., Meyers, P. W., & Wilemon, D. L. (1996). Seller-buyer interactions during the commercialization of technological process innovations. *Journal of Product Innovation Management*, 13(5), 406-421.
2. Arasli, H., Mehtap-Smadi, S., & Turan Katircioglu, S. (2005). Customer service quality in the Greek Cypriot banking industry. *Manag. Serv. Qual.: Int. J.* 15 (1), 41-56.
3. Armistead, C. G., & Clark, G. (1992). Customer service and support: Implementing effective strategies. *Financial Times-Pitman*.
4. Belt, T. (2017). Klanttevredenheid zorgt voor hondstrouwe klanten
5. Berger, C., Blauth, R., Boger, D., Bolster, C., Burchill, G., DuMouchel, W., . . . Walden, D. (1993). Kano's Methods for Understanding Customer-defined Quality. *Center for Quality of Management Journal*, 2(4), 3-36
6. Bergevoet, R. H. M., Benus, M., & van der Valk, O. (2020). Een tekort aan dierenartsen in Nederland?: Een eerste inventarisatie (No. 2020-119). Wageningen Economic Research.
7. Bloemer, J. (1993). Loyaliteit en tevredenheid: een studie naar de relatie tussen merktrouw en consumententevredenheid. Johanna Maria Mediatrix Bloemer, Maastricht.
8. Boss, N., Ackerman, L., Donnelly, A. L., Rumble, S., Burns, K. M., Sanchez, R., ... & Oster, K. A. (2021). Client Service Considerations. *Pet-Specific Care for the Veterinary Team*, 291-374.
9. Boudesteijn, D. (2019). De waarde van de factor prijs op de keuze voor een dienst bij de dierenartspraktijk (Doctoral dissertation, Aeres Hogeschool).
10. Centraal Bureau voor de Statistiek. (2021). Leeftijdsverdeling. Geraadpleegd van <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/leeftijd/bevolking#:~:text=Gemiddeld%20zijn%20inwoners%20van%20Nederland,en%201970%2C%20de%20naoorlogse%20babyboom>.
11. Coe, J. B., Adams, C. L., & Bonnett, B. N. (2008). A focus group study of veterinarians' and pet owners' perceptions of veterinarian-client communication in companion animal practice. *Journal of the American Veterinary Medical Association*, 233(7), 1072-1080.
12. De Vaal, K., Pijl, O., & Van Schijndel, B. (2019). *Kwaliteitsmanagement in de praktijk* (2de editie). Hilversum, Nederland: Educatieve Uitgeverij Nederland.
13. Gilmore, J. H., & Pine, B. (2000). *De beleveniseconomie*. Den Haag: Academic Service.
14. Goffin, K., & New, C. (2001). Customer support and new product development-An exploratory study. *International Journal of Operations & Production Management*.
15. Grönroos, C. (1984). A service quality model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. doi:10.1108/EUM0000000004784
16. Gutman, J. (1982). A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of marketing*, 46(2), 60-72.
17. Haverland, W. (2016). *De dierenartsenpraktijk als belevenis*. Dronten, Nederland: CAH Vilentum.
18. Herrmann, A., Xia, L., Monroe, K.B., Huber, F., 2007. The influence of price fairness on customer satisfaction: an empirical test in the context of automobile purchases. *J. Prod. Brand Manage.* 16 (1), 49-58
19. Hossain, M. A., & Quaddus, M. (2012). Expectation–confirmation theory in information system research: A review and analysis. *Information systems theory*, 441-469.
20. HuisdierenApp. (2021). Videobellen met je dierenarts. Geraadpleegd van <https://huisdierenapp.nl/videobellen/>
21. Jansen, R. (2009). *Zorg voor beleving*. Wageningen Universiteit

22. Klammer, J., & Woesthoff, M. (2010). De dierenarts op consult (Doctoral dissertation, Van Hall Larenstein).
23. KNMvD. (2006). De rollen van de dierenarts. Geraadpleegd van <https://edepot.wur.nl/179537>
24. Kotler, P. (1997) Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Controls. 9th Edition. New Jersey: Prentice Hall
25. Küper, A. M., & Merle, R. (2019). Being Nice Is Not Enough-Exploring Relationship-Centered Veterinary Care With Structural Equation Modeling. A Quantitative Study on German Pet Owners' Perception. *Frontiers in veterinary science*, 6, 56.
26. Lai, N., Khosa, D. K., Jones-Bitton, A., & Dewey, C. E. (2021). Pet owners' online information searches and the perceived effects on interactions and relationships with their veterinarians. *Veterinary Evidence*, 6(1).
27. LICG. (2021). Dierenarts-specialisten. Geraadpleegd van <https://www.licg.nl/dierenarts-specialisten/>
28. Louwerens, T. (2016). Dierenarts en Dr. Google.
29. Lue, T. W., Pantenburg, D. P., & Crawford, P. M. (2008). Impact of the owner-pet and client-veterinarian bond on the care that pets receive. *Journal of the American Veterinary Medical Association*, 232(4), 531-540.
30. Mellanby, R. J., Rhind, S. M., Bell, C., Shaw, D. J., Gifford, J., Fennell, D., ... & Hudson, N. P. H. (2011). Perceptions of clients and veterinarians on what attributes constitute 'a good vet'. *Veterinary Record*, 168(23), 616-616.
31. Murali, S., Pugazhendhi, S., & Muralidharan, C. (2016). Modelling and investigating the relationship of after sales service quality with customer satisfaction, retention and loyalty—a case study of home appliances business. *Journal of retailing and consumer services*, 30, 67-83.
32. Pan, J.-N., Nguyen, H.T.N., 2015. Achieving customer satisfaction through product–service systems. *Eur. J. Oper. Res.* 247 (1), 179–190. doi:10.1016/j.ejor.2015.05. 018.
33. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. doi:10.2307/1251430
34. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), 12-40.
35. Peters, S. (2018). Dierenarts anno 2018.
36. Reinink, M. (2015). De beste overleeft. *Arts en Auto*, 80(2), 18-21.
37. Sauerwein, E., Bailom, F., Matzler, K., & Hinterhuber, H. H. (1996). The Kano model: How to delight your customers. In *International working seminar on production economics* (Vol. 1, No. 4, pp. 313-327).
38. Shahin, A., Pourhamidi, M., Antony, J., & Park, S. H. (2013). Typology of Kanomodels: a critical review of literature and proposition of a revised model. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 30(3), 341-358. doi:10.1108/02656711311299863
39. Shokouhyar, S., Shokoohyar, S., & Safari, S. (2020). Research on the influence of after-sales service quality factors on customer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102139.
40. Steekproefcalculator. (2020). Geraadpleegd op 5 juni 2021, van <https://nl.checkmarket.com/steekproefcalculator/>
41. Steekproefcalculator. (2021). Geraadpleegd op 7 april 2021, van <https://www.steekproefcalculator.com/steekproefcalculator/>
42. Stoewen, D. L., Coe, J. B., MacMartin, C., A. Stone, E., & E. Dewey, C. (2014). Qualitative study of the communication expectations of clients accessing oncology care at a tertiary referral center

- for dogs with life-limiting cancer. *Journal of the American Veterinary Medical Association*, 245(7), 785-795.
43. Suh, K., Kim, S., & Lee, J. (1994). End-user's disconfirmed expectations and the success of information systems. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 7(4), 30-39.
44. Suuroja, M. (2003). *Service Quality: Main Conceptualizations and Critique*. Tartu, Estland: University of Tartu Press
45. Thomassen, J-P.R.(1998). *Waardering door klanten*. Deventer: Samsom/INK.
- ~~46.~~ van Haarlem, M., & Shinohara, A. (2006). *Dog Welfare, Why?* HAS Den Bosch.
47. Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (2000). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill Education,.

Bijlagen

Bijlage A. Ondersteunende diensten

Deze bijlage geeft de ondersteunende diensten weer. Door het inzetten van deze diensten heeft een dierenartsenpraktijk de mogelijkheid om zich te onderscheiden van de concurrentie (Haverland, 2016) en de klanttevredenheid te vergroten.

Ondersteunende dienst	Omschrijving
24/7 telefonische bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk	De dierenartsenpraktijk is tijdens en na openingstijden bereikbaar via de telefoon.
Online een afspraak maken	De dierenartsenpraktijk biedt de diereigenaar de mogelijkheid om via de website, online een afspraak te maken voor veterinaire behandeling.
Huisbezoek	De dierenartsenpraktijk biedt de mogelijkheid aan de huisdiereigenaar om een consult aan huis aan te vragen. Tijdens een huisbezoek zal de dierenarts het huisdier bij de huisdiereigenaar thuis onderzoeken (i.p.v. in de praktijk)
Videobellen	De dierenartsenpraktijk biedt de mogelijkheid voor een consult via videobellen. Deze dienst kan worden aangeboden in samenwerking met Vitaux; aanbieder van de HuisdierenApp (HuisdierenApp, 2021)
Jaarabonnement voor preventieve zorg	De dierenartsenpraktijk biedt een dierenzorgplan voor preventieve zorg. Dit houdt in dat er per maand een bepaald bedrag wordt betaald door de huisdiereigenaar. De huisdiereigenaar krijgt daar vaccinaties, anti-wormen en -vlooiemiddelen, extra controle en korting op voeding voor terug.
Kattenspreekuur	De dierenartsenpraktijk biedt een apart spreekuur waar alleen katten en hun eigenaren welkom zijn
Coaching- en trainingsconsult	De dierenartsenpraktijk biedt middels consulten hulp bij het opvoeden van (jonge) huisdieren.
Het sturen van een berichtje wanneer het huisdier jarig is	De dierenartsenpraktijk stuurt een bericht (via de mail) om de huisdiereigenaar te feliciteren met de verjaardag van het huisdier
Het sturen van een bericht wanneer het tijd is voor een controle van het dier bijvoorbeeld wanneer een huisdier langer medicatie toegediend krijgt	De dierenartsenpraktijk stuurt een bericht naar de huisdiereigenaar wanneer het tijd is voor een controle, bijvoorbeeld wanneer een huisdier langer medicatie toegediend krijgt.
Het sturen van een bericht wanneer het tijd is voor vaccinaties of een titerbepaling	De dierenartsenpraktijk stuurt een bericht naar de huisdiereigenaar wanneer het tijd is om het huisdier te vaccineren
Het sturen van een bericht wanneer er behandelingen wordt aangeboden tegen een actieprijs	De dierenartsenpraktijk stuurt een bericht wanneer er aanbiedingen zijn.
Het sturen van een herinneringsbericht wanneer niet is gereageerd op een voorgaand bericht	De dierenartsenpraktijk stuurt een bericht naar de huisdiereigenaar wanneer de eigenaar niet heeft gereageerd op een voorgaand bericht
Het sturen van een waarschuwingsbericht wanneer er een ziekte heerst die gevaarlijk is voor mijn dier	De dierenartsenpraktijk stuurt een bericht wanneer er een ziekte heerst die gevaarlijk is voor (bepaalde) huisdieren
Tijdens dierenartsenbezoek aanbieden van betrouwbare	Tijdens een bezoek aan de dierenartsenpraktijk wordt door de dierenarts betrouwbare onlinebronnen aangeboden, zodat de

onlinebronnen, zodat de diereigenaar extra informatie tot zich kan nemen	diereigenaar betrouwbare informatie op kan zoeken over de gezondheid van het huisdier.
Verwerking van het dier na inslapen	De dierenartsenpraktijk biedt de mogelijkheid voor de eigenaar om het dier na euthanasie achter te laten in de praktijk. De dierenartsenpraktijk zal ervoor zorgen dat het overleden dier naar bij een distributiebedrijf komt.
Nieuwsbrief	De dierenartsenpraktijk meldt recente ontwikkelingen (binnen praktijk en binnen de sector) aan de huisdiereigenaar middels een nieuwsbrief

Bijlage B. Enquête

Deze bijlage geeft de online enquête weer. Deze enquête is via de mail naar de huisdiereigenaren verspreidt.

Er bestaat één verschil tussen de offline en online enquête. De waarschuwing op de offline enquête luidt "Let op: indien u deze enquête recent online, via de mail, hebt ingevuld, gelieve deze vragenlijst niet nogmaals in te vullen." De waarschuwing op de online enquête luidt: "Let op: indien u tussen 10 mei en 23 mei een bezoek heeft gebracht aan de dierenartsenpraktijk X (de daadwerkelijke naam van de dierenartsenpraktijk is in de uitgezette enquête vermeld) én deze vragenlijst al heeft ingevuld, gelieve deze vragenlijst niet nogmaals in te vullen."

Uw mening is belangrijk!

Beste huisdiereigenaar,

Wij streven ernaar onze dienstverlening aan te laten sluiten op uw wensen. Om u en uw dier zo goed mogelijk te kunnen helpen willen wij graag (nog beter) inzicht krijgen in uw wensen met betrekking tot het dierenartsenbezoek.

De vragenlijst bestaat uit 13 vragen. Met de resultaten kunnen wij onze service meer aanlaten sluiten op uw wensen.

Het invullen van de enquête vraagt ca. 7 minuten van uw tijd en is volledig anoniem.

Alvast hartelijk dank voor uw tijd en antwoorden.

Team dierenartsenpraktijk X

Let op: indien u tussen 10 mei en 23 mei een bezoek heeft gebracht aan dierenartsenpraktijk X én deze vragenlijst al heeft ingevuld, gelieve deze vragenlijst niet nogmaals in te vullen.

Deel I

1. Wat is uw leeftijd

- ☐ Jonger dan 20
- ☐ 21-40
- ☐ 41-65
- ☐ 66-80
- ☐ 80 of ouder

2. Wat is uw geslacht

- ☐ Man
- ☐ Vrouw
- ☐ Anders
- ☐ Zeg ik liever niet

3. Welk huisdier/ welke huisdieren houdt u?

Meerdere antwoorden mogelijk

- ☐ Hond(en)
- ☐ Kat(ten)
- ☐ Konijn(en)
- ☐ Knaagdier(en)
- ☐ Reptiel(en)
- ☐ Vis(sen)
- ☐ Vogel(s)
- ☐ Ander(e) huisdier(en)

4. Met welke intentie gaat u met uw dier naar de dierenarts?

Het gaat hier om de intentie waarmee u het meest naar die dierenartsenpraktijk komt.

- Om ziekte bij mijn dier te voorkomen; door vaccinaties/titerbepaling, ontwormen of (jaarlijkse) controle
- Om ziekte of verwonding bij mijn dier te laten behandelen.

Deel II

De volgende twee vragen gaan over uw wensen met betrekking tot het contact met de dierenartsenpraktijk.

Dit is voorafgaand aan het dierenartsbezoek.

5. Hoe belangrijk vindt u de volgende factoren met betrekking tot de bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk?

	Erg belangrijk	Belangrijk	Neutraal	Onbelangrijk	Erg onbelangrijk
De telefonische bereikbaarheid tijdens én na openingstijden	☐	☐	☐	☐	☐
De bereikbaarheid van de praktijk via WhatsApp	☐	☐	☐	☐	☐
De bereikbaarheid van de praktijk via sociale media	☐	☐	☐	☐	☐

6. Hoe belangrijk vindt u de volgende factoren met betrekking tot de communicatie aan de telefoon?

	Erg belangrijk	Belangrijk	Neutraal	Onbelangrijk	Erg onbelangrijk
Persoonlijk te woord gestaan worden door een medewerker, zonder eerst een keuzemenu of helpdesk	☐	☐	☐	☐	☐
Eerst doorverbonden worden via een keuzemenu of helpdesk, waarna u een medewerker van de praktijk aan de lijn krijgt	☐	☐	☐	☐	☐
Het krijgen van informatie over waar ik mijn dier het best in kan vervoeren	☐	☐	☐	☐	☐
Het krijgen van informatie over hoe ik mijn dier kan vangen	☐	☐	☐	☐	☐
Het krijgen van informatie of mijn dier mag eten en/of drinken voorafgaand aan het dierenartsbezoek	☐	☐	☐	☐	☐

Ga verder op de volgende pagina

De volgende drie vragen gaan over uw wensen met betrekking tot het dierenartsenbezoek.

7. Hoe belangrijk vindt u de volgende factoren bij de binnenkomst in de praktijk?

	Erg belangrijk	Belangrijk	Neutraal	Onbelangrijk	Erg onbelangrijk
De verzorgde uitstraling van het personeel	☐	☐	☐	☐	☐
Het waarnemen van een neutrale geur (geen dierengeur- of geur van schoonmaakmiddelen)	☐	☐	☐	☐	☐
De begroeting bij binnenkomst door de medewerker van de dierenartsenpraktijk	☐	☐	☐	☐	☐
De aanwezigheid van een medewerker achter de balie	☐	☐	☐	☐	☐
Het ontvangen van informatie over de verwachte wachttijd	☐	☐	☐	☐	☐

8. Hoe belangrijk vindt u de volgende factoren met betrekking tot het wachten?

U verblijft op dat moment in de wachtkamer van de dierenartsenpraktijk

	Erg belangrijk	Belangrijk	Neutraal	Onbelangrijk	Erg onbelangrijk
Voldoende zitplaats in de wachtruimte, zodat u kan zitten	☐	☐	☐	☐	☐
Voldoende ruimte voor uw dier in de wachtkamer	☐	☐	☐	☐	☐
Een aparte wachtruimte om honden en katten te scheiden tijdens het wachten	☐	☐	☐	☐	☐
Een vragenlijst (die u kunt invullen terwijl u wacht) over de klachten van uw dier	☐	☐	☐	☐	☐
Entertainment in de wachtkamer in de vorm van folders, televisie etc.	☐	☐	☐	☐	☐
Water voor mijn dier in de wachtruimte, zodat uw dier de mogelijkheid heeft om te drinken	☐	☐	☐	☐	☐
Beloningskoekjes voor mijn dier in de wachtruimte, zodat u uw dier kan belonen voor goed gedrag	☐	☐	☐	☐	☐
Het aangeboden krijgen van drinken tijdens het wachten, zodat u iets kan drinken	☐	☐	☐	☐	☐
Het draaien van muziek in de wachtkamer	☐	☐	☐	☐	☐

9. Hoe belangrijk vindt u de volgende factoren ná het consult?

	Erg belangrijk	Belangrijk	Neutraal	Onbelangrijk	Erg onbelangrijk
De mogelijkheid tot het maken van een vervolgspraak (indien nodig)	☐	☐	☐	☐	☐
Het krijgen van informatie over kosten	☐	☐	☐	☐	☐
Het (via de mail) krijgen van een samenvatting van het bezoek	☐	☐	☐	☐	☐
Het na aan paar dagen opnemen van contact, m te vragen hoe het met mijn dier gaat	☐	☐	☐	☐	☐
Correcte afhandeling van (eventuele) klachten met betrekking tot het dierenartsenbezoek	☐	☐	☐	☐	☐

Ga verder op de volgende pagina

Deel III

Het volgende twee vragen gaan over de verschillende ondersteunende diensten die een dierenartsenpraktijk kan aanbieden.

Ondersteunende diensten zijn diensten, die naast de hoofddienst (= de behandeling van uw huisdier) worden aangeboden door de dierenartsenpraktijk

10. In welke mate zou u de onderstaande diensten als prettig ervaren?					
	Erg prettig	Prettig	Neutraal	Onprettig	Erg onprettig
24/7 telefonische bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk	☐	☐	☐	☐	☐
Mogelijkheid om online een afspraak maken voor een dierenartsenbezoek	☐	☐	☐	☐	☐
De mogelijkheid voor een consult aan huis: de dierenarts onderzoekt uw dier bij u thuis	☐	☐	☐	☐	☐
Mogelijkheid voor een consult via videobellen	☐	☐	☐	☐	☐
Jaarabonnement voor preventieve zorg: u betaalt een vast tarief per maand voor onder andere vaccinaties, anti-wormen en -vlooiemiddelen en extra controle van uw dier	☐	☐	☐	☐	☐
Een apart spreekuur speciaal voor katten	☐	☐	☐	☐	☐
De mogelijkheid om ondersteuning te krijgen bij het opvoeden van uw (jonge) huisdier middels coaching- en trainingsconsulten	☐	☐	☐	☐	☐
Het ontvangen van een nieuwsbrief met daarin belangrijke informatie over ontwikkelingen binnen de praktijk en de diergeneeskundige sector	☐	☐	☐	☐	☐
Het aangeboden krijgen van betrouwbare onlinebronnen, zodat u extra informatie tot u kan nemen over de behandeling van uw dier	☐	☐	☐	☐	☐
De mogelijkheid om uw dier na inslapen Achter te laten bij de praktijk	☐	☐	☐	☐	☐

Ga verder op de volgende pagina

11. In welke mate vindt u het prettig om u een bericht te krijgen over onderstaande onderwerpen?

	Erg prettig	Prettig	Neutraal	Onprettig	Erg onprettig
Het krijgen van een berichtje wanneer uw huisdier jarig is	☐	☐	☐	☐	☐
Het krijgen van een bericht wanneer het tijd is voor een controle van het dier. <i>Bijvoorbeeld wanneer een huisdier langer medicatie toegediend krijgt</i>	☐	☐	☐	☐	☐
Het krijgen van een bericht wanneer het tijd is voor vaccinaties of een titerbepaling	☐	☐	☐	☐	☐
Het krijgen van een bericht wanneer er behandelingen worden aangeboden tegen een actieprijs	☐	☐	☐	☐	☐
Het krijgen van een herinneringsbericht wanneer de praktijk vermoedt dat u het voorgaande bericht niet heeft gelezen	☐	☐	☐	☐	☐
Het krijgen van een waarschuwingsbericht wanneer er een ziekte heerst die gevaarlijk is voor mijn dier	☐	☐	☐	☐	☐

Ga verder op de volgende pagina

Deel IV Klanttevredenheid DAP X

Het laatste deel van deze enquête gaat over uw tevredenheid met betrekking tot de bezoeken aan dierenartsenpraktijk X

12. Waarom heeft u voor dierenartsenpraktijk X gekozen?

Meerdere antwoorden mogelijk

- ☐ Vanwege de professionele medische zorg voor mijn dier
- ☐ Vanwege de positieve ervaring tijdens een vorig bezoek
- ☐ Vanwege de mening en ervaringen van anderen
- ☐ Vanwege de reviews (op bijvoorbeeld google/facebook)
- ☐ Vanwege de locatie; het was dichtbij
- ☐ Vanwege de bereikbaarheid
- ☐ Vanwege de parkeergelegenheid
- ☐ Vanwege de mogelijkheid voor een consult aan huis
- ☐ Vanwege de openingstijden
- ☐ Vanwege het aanbod van behandelingen en apparatuur
- ☐ Vanwege de uitstraling van de praktijk
- ☐ Vanwege de uitstraling van de website
- ☐ Vanwege de prijs die wordt gehanteerd

13. Welke score (1 – 10) geeft u dierenartsenpraktijk X op de volgende onderdelen?

Onderdeel	Cijfer									
DE bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk via de telefoon of sociale media	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
De communicatie aan de telefoon	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
De ontvangst bij binnenkomst	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Het verblijf in de wachtkamer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
De omgang met u en uw dier tijdens het consult	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vriendelijkheid van het personeel	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vakbekwaamheid van het personeel	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
De afhandeling na het consult	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Hartelijk dank voor uw tijd.

Indien u na het invullen van de vragenlijst nog vragen of aanvullingen heeft, kunt u contact opnemen via

Bijlage C. Berekening Chi-square test

Dit onderzoek beoordeeld de significantie van de verschillende diensten en de verschillende wensen en behoeftes van diereigenaren middels de Chi-square test. Deze test wordt uitgevoerd met behulp van het programma SPSS.

Bij elke Chi-square test wordt uitgegaan van een betrouwbaarheid van 95%. Uit een betrouwbaarheid van 95% volgt de onbetrouwbaarheid van 5%. Een onbetrouwbaarheid van 5% geeft α (alfa) is 0,05.

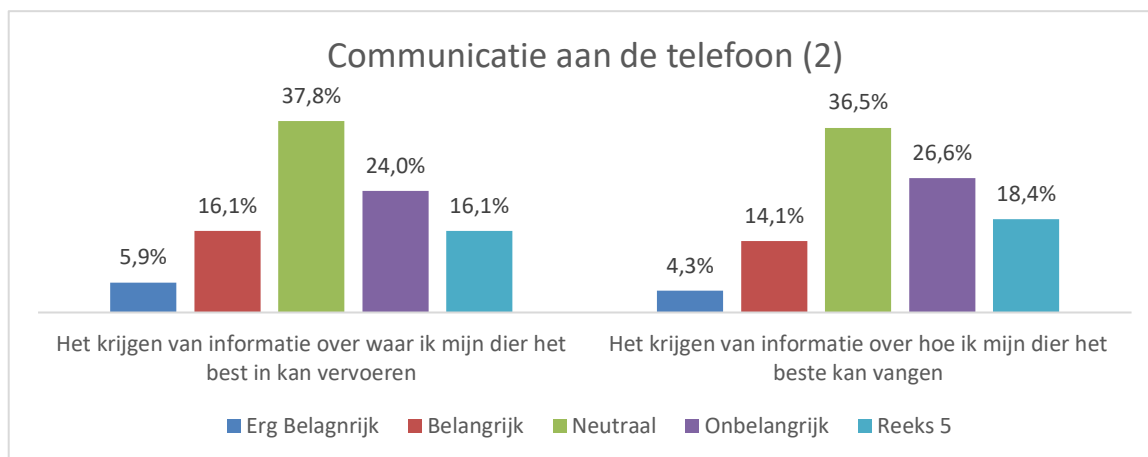
Voor het uitvoeren van elke Chi-square test zijn een tweetal hypotheses omschreven, deze hypotheses gelden voor elke Chi-square test. De hypotheses luiden:

- H_0 = geen significant verband tussen de vergeleken variabelen;
- H_a = wel een significant verband tussen de vergeleken variabelen.

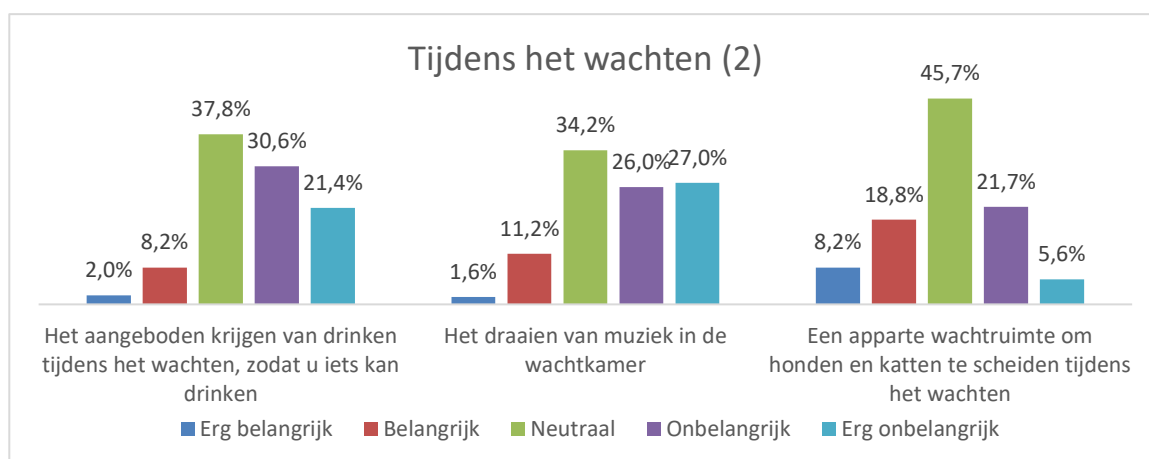
Wanneer de uitkomst, asymptotic significance groter is dan α is H_0 geaccepteerd. Wanneer de asymptotic significance kleiner is dan α is H_a geaccepteerd.

Bijlage D. Resultaten deelvraag 1

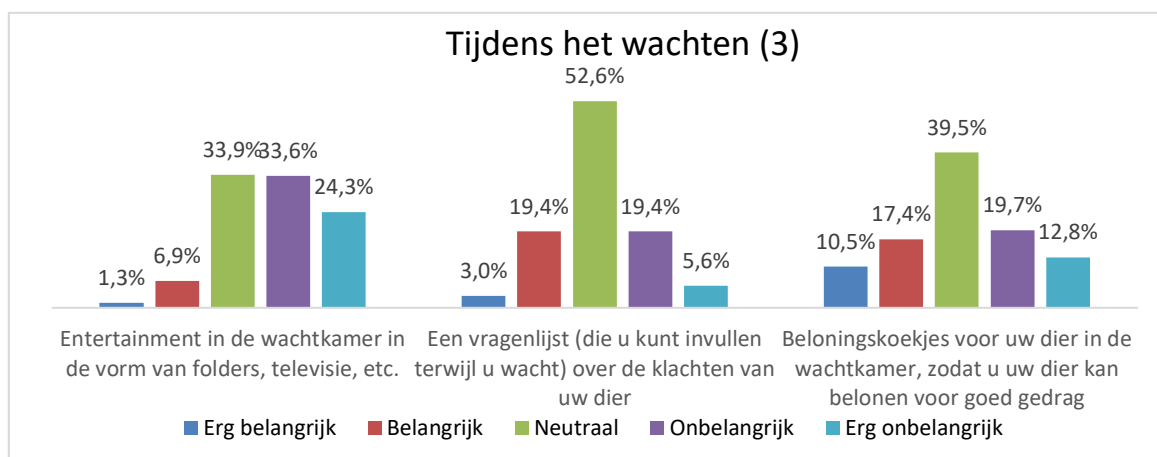
Tabel 20



Tabel 21



Tabel 22



Bijlage E. Resultaten deelvraag 3

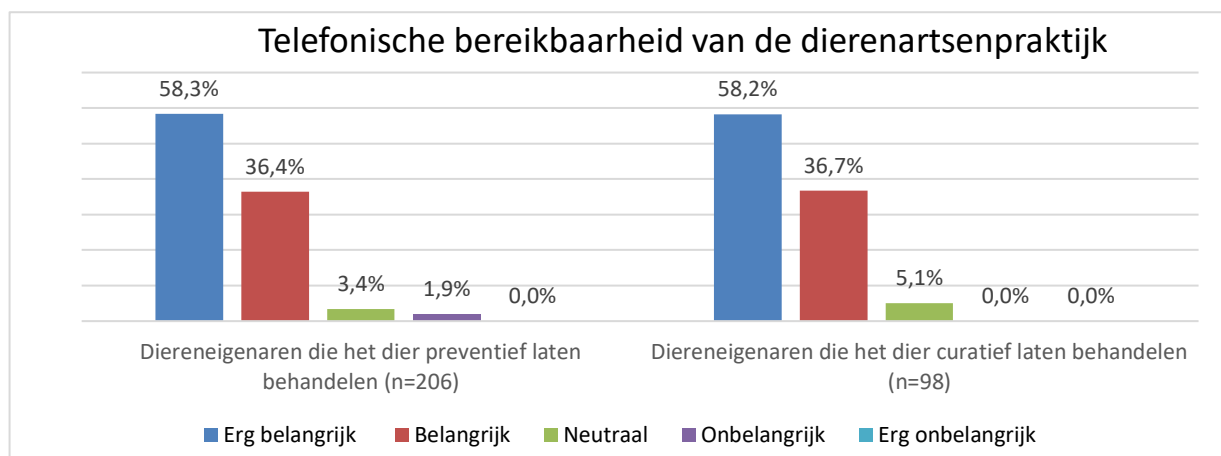
Tabel 23 Uitkomsten Chi-square per variabele

Variabele die invloed (kan) hebben op de tevredenheid van de huisdiereigenaar tijdens het secundaire proces	Uitkomst Chi-square test Preventief	Aangenomen hypothese H_0 of H_a	Uitkomst Chi-square test Curatief	Aangenomen hypothese H_0 of H_a
Telefonische bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk	$9,125 \times 10^{-42}$	H_a	$5,229 \times 10^{-22}$	H_a
Bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk via WhatsApp	$4,862 \times 10^{-4}$	H_a	0,792	H_0
Bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk via sociale media	$8,585 \times 10^{-9}$	H_a	$3,827 \times 10^{-7}$	H_a
Persoonlijk te woord gestaan worden aan de telefoon	$6,236 \times 10^{-38}$	H_a	$1,085 \times 10^{-20}$	H_a
Eerst een keuzemenu, daarna persoonlijk te woord gestaan aan de telefoon	$7,440 \times 10^{-10}$	H_a	$6,795 \times 10^{-6}$	H_a
Informatie krijgen hoe het dier het beste vervoerd kan worden	$1,745 \times 10^{-3}$	H_a	$1,182 \times 10^{-4}$	H_a
Informatie krijgen hoe het dier het beste gevangen kan worden	$1,815 \times 10^{-6}$	H_a	$8,112 \times 10^{-4}$	H_a
Informatie krijgen of het dier mag eten/drinken voorafgaand aan het dierenartsenbezoek	$4,903 \times 10^{-31}$	H_a	$1,595 \times 10^{-13}$	H_a
Verzorgde uitstraling van het personeel	$3,166 \times 10^{-35}$	H_a	$2,736 \times 10^{-13}$	H_a
Waarnemen van een neutrale geur bij binnenkomst	$8,515 \times 10^{-19}$	H_a	$3,520 \times 10^{-7}$	H_a
Begroeting bij binnenkomst	$4,794 \times 10^{-41}$	H_a	$8,017 \times 10^{-20}$	H_a
Aanwezigheid van een medewerker achter de balie bij binnenkomst	$6,970 \times 10^{-38}$	H_a	$2,576 \times 10^{-18}$	H_a
Informatie ontvangen over de verwachte wachttijd	$3,127 \times 10^{-29}$	H_a	$1,432 \times 10^{-8}$	H_a
Voldoende zitplaats in de wachtkamer	$3,516 \times 10^{-34}$	H_a	$4,155 \times 10^{-12}$	H_a
Voldoende ruimte voor het dier in de wachtkamer	$4,794 \times 10^{-41}$	H_a	$2,867 \times 10^{-17}$	H_a
Aparte wachtruimte om honden en katten te scheiden	0,401	H_0	0,258	H_0
Vragenlijst over de klachten van het dier	1,00	H_0	0,238	H_0
Entertainment in de wachtkamer	$1,99 \times 10^{-18}$	H_a	$1,33 \times 10^{-9}$	H_a
Water voor het dier in de wachtkamer	$8,996 \times 10^{-14}$	H_a	$6,334 \times 10^{-5}$	H_a
Beloningskoekjes voor het dier in de wachtkamer	0,373	H_0	0,599	H_0
Aangeboden krijgen van iets te drinken tijdens het wachten	$1,131 \times 10^{-13}$	H_a	$3,679 \times 10^{-8}$	H_a

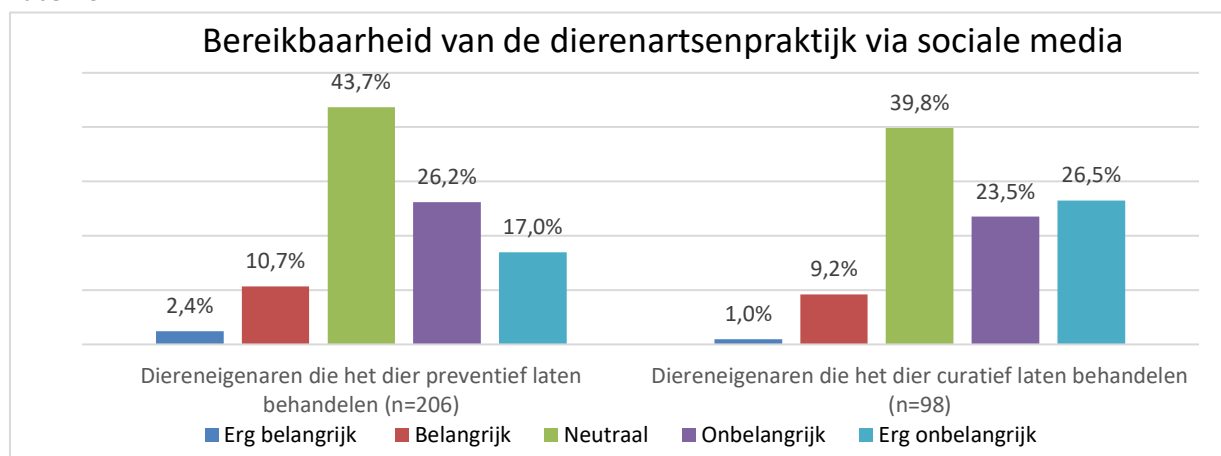
<i>Het draaien van muziek in de wachtkamer</i>	$1,187 \times 10^{-14}$	H_a	$6,334 \times 10^{-5}$	H_a
<i>Mogelijkheid om een vervolgspraak te maken</i>	$1,543 \times 10^{-44}$	H_a	$6,545 \times 10^{-21}$	H_a
<i>Informatie over de kosten</i>	$4,216 \times 10^{-44}$	H_a	$8,668 \times 10^{-22}$	H_a
<i>Samenvatting van het bezoek toe sturen</i>	$3,207 \times 10^{-18}$	H_a	$3,849 \times 10^{-80}$	H_a
<i>Het opnemen van contact om te vragen hoe het met het dier gaat</i>	$1,137 \times 10^{-13}$	H_a	$2,384 \times 10^{-8}$	H_a
<i>Correcte afhandeling van eventuele klachten</i>	$4,643 \times 10^{-41}$	H_a	$2,984 \times 10^{-20}$	H_a

Interactiemoment 1: aan de telefoon

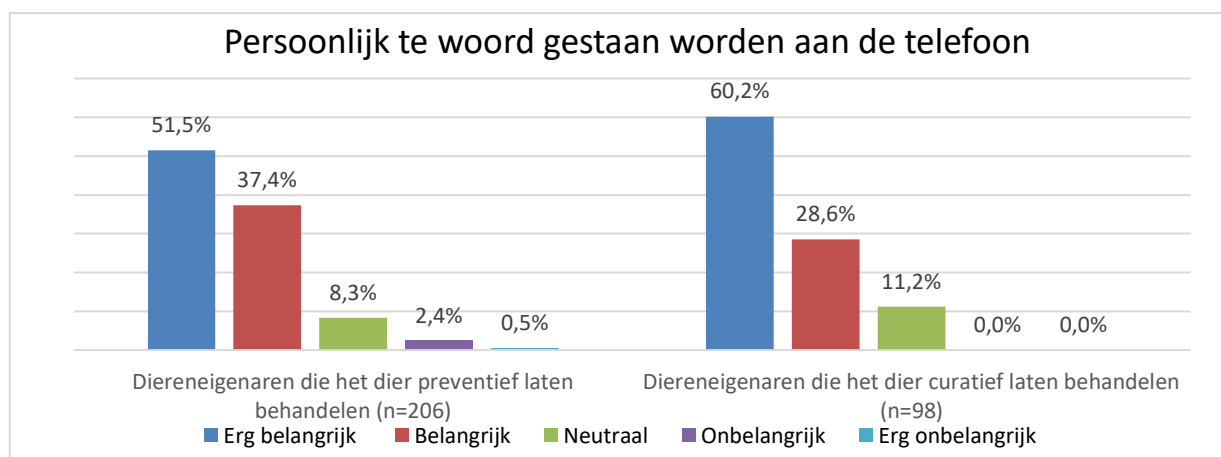
Tabel 24



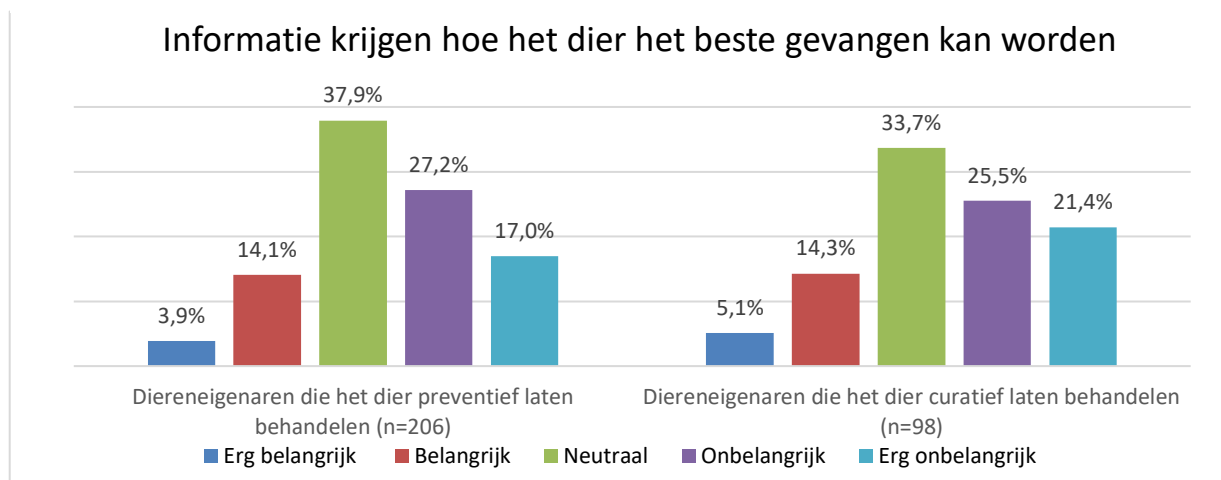
Tabel 25



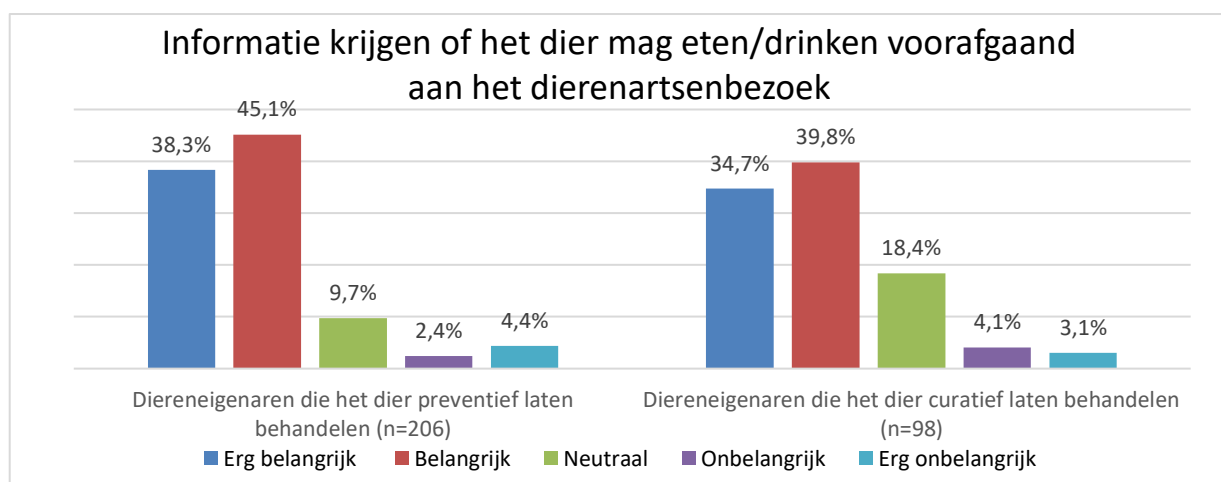
Tabel 26



Tabel 27

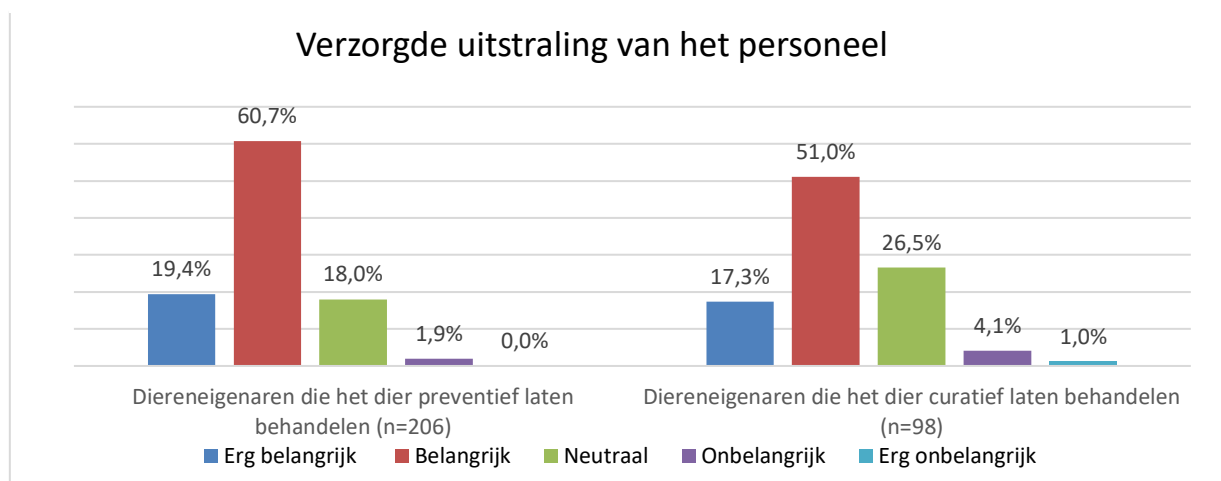


Tabel 28

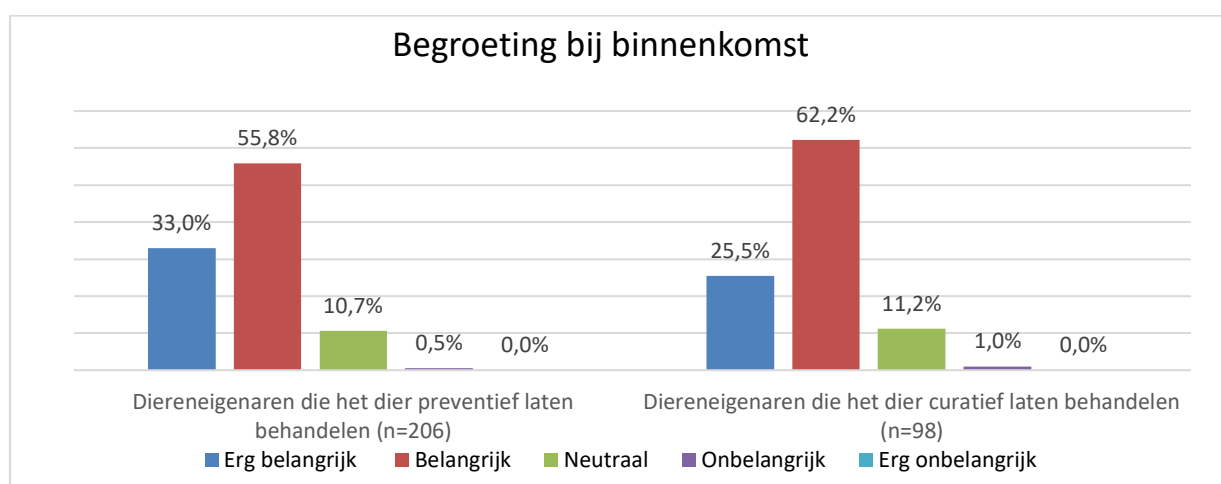


Interactiemoment 2: bij binnenkomst en de balie

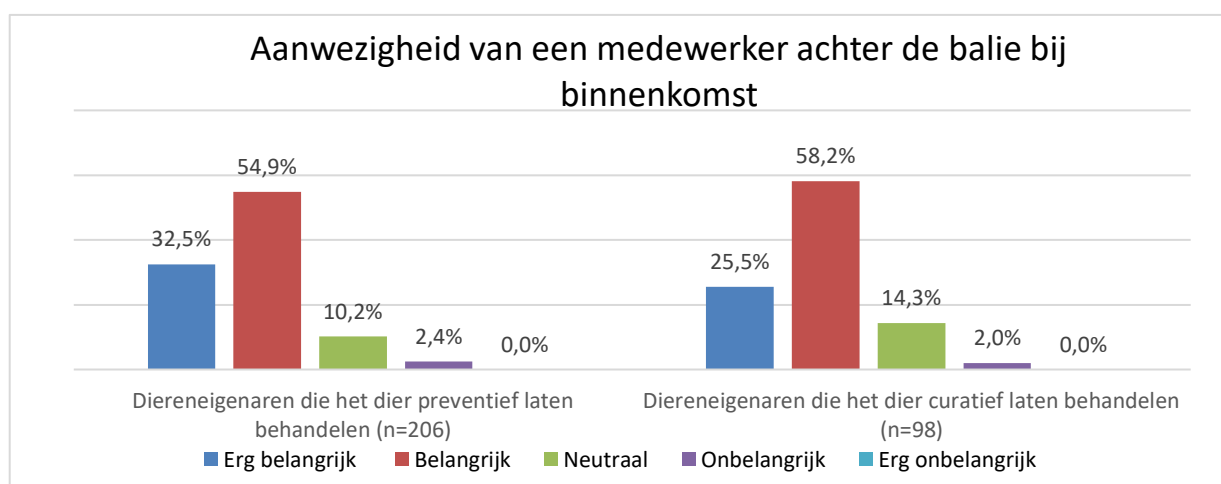
Tabel 29



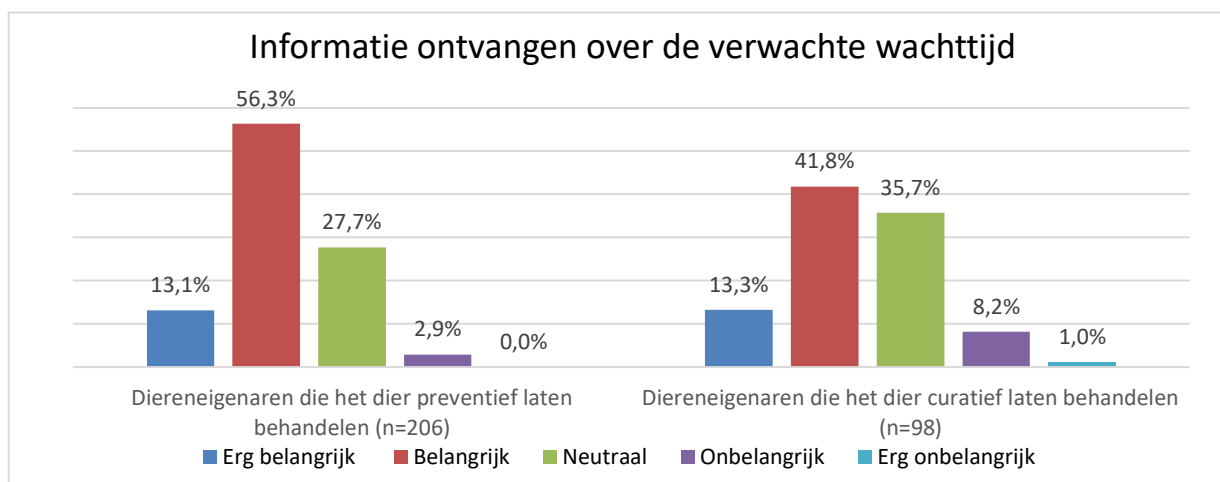
Tabel 30



Tabel 31

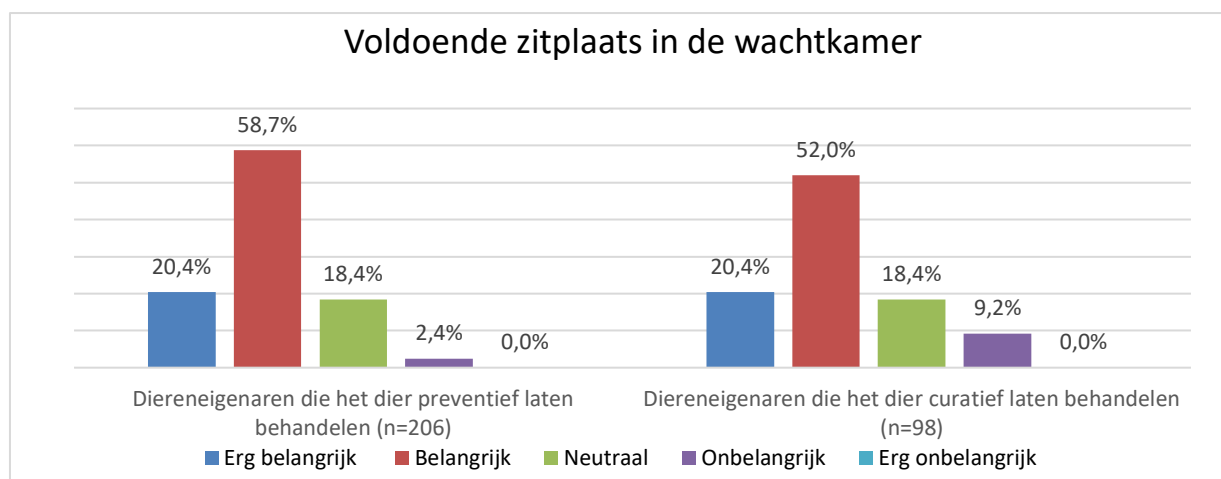


Tabel 32

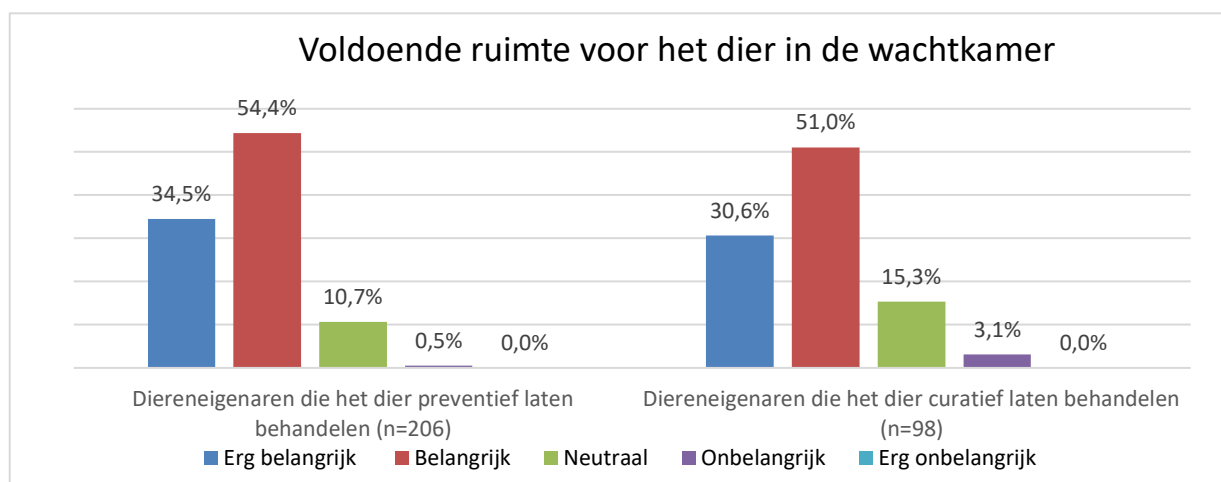


Interactiemoment 3: in de wachtkamer

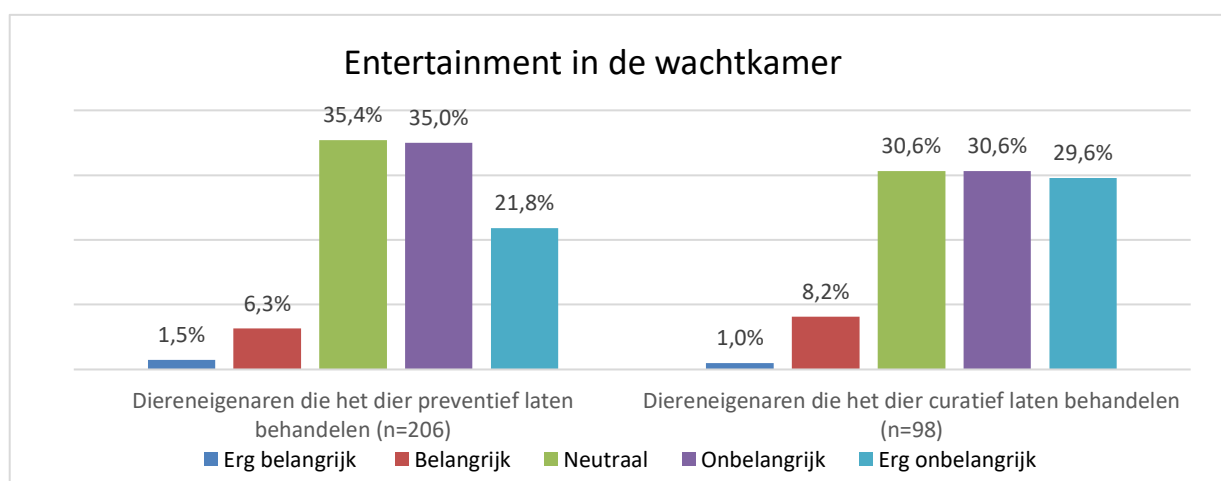
Tabel 33



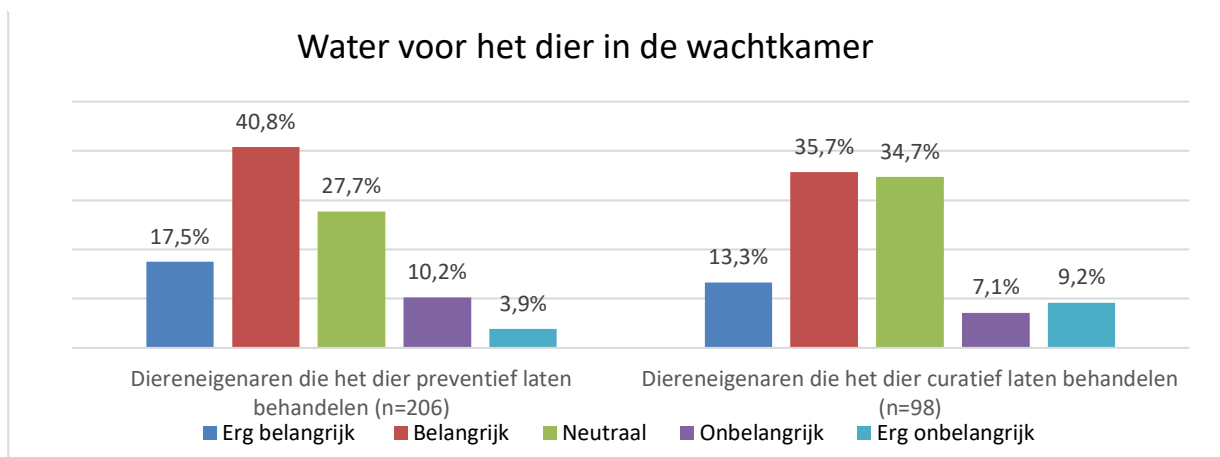
Tabel 34



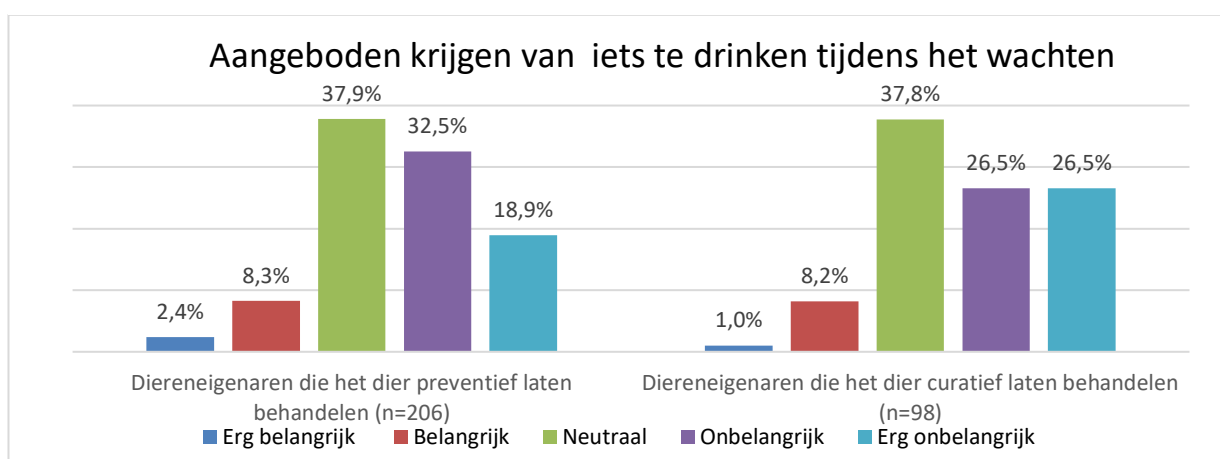
Tabel 35



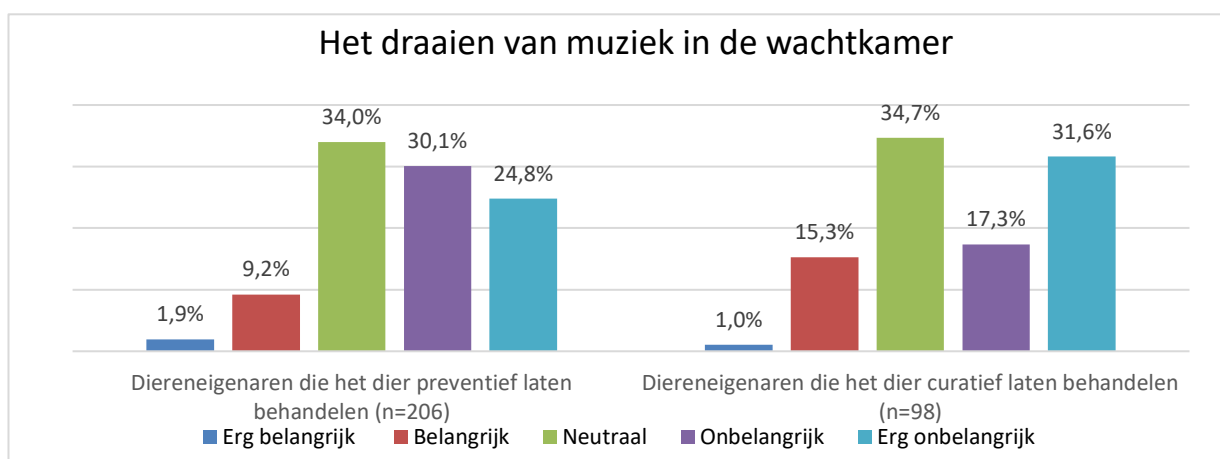
Tabel 36



Tabel 37

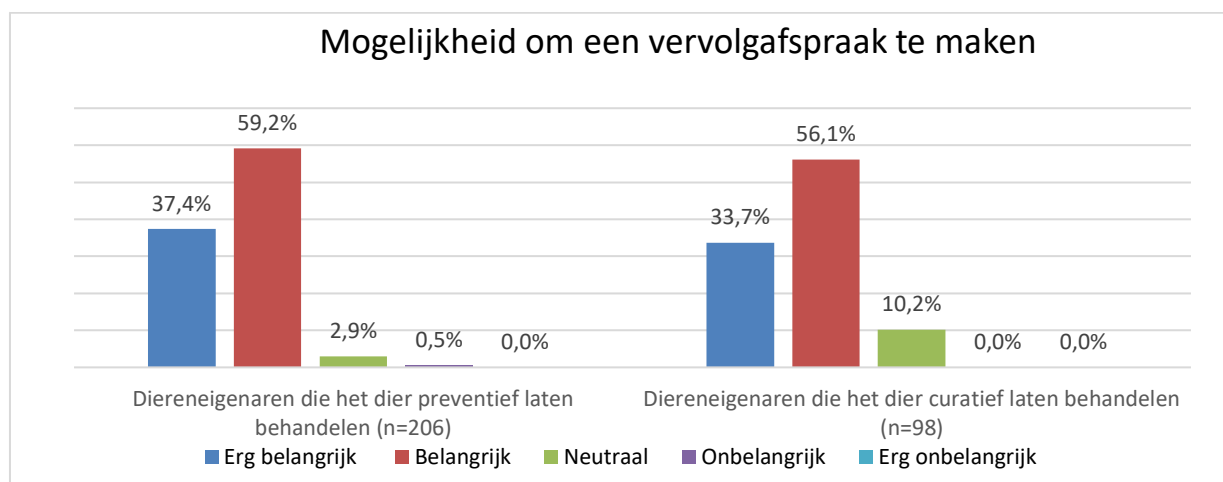


Tabel 38

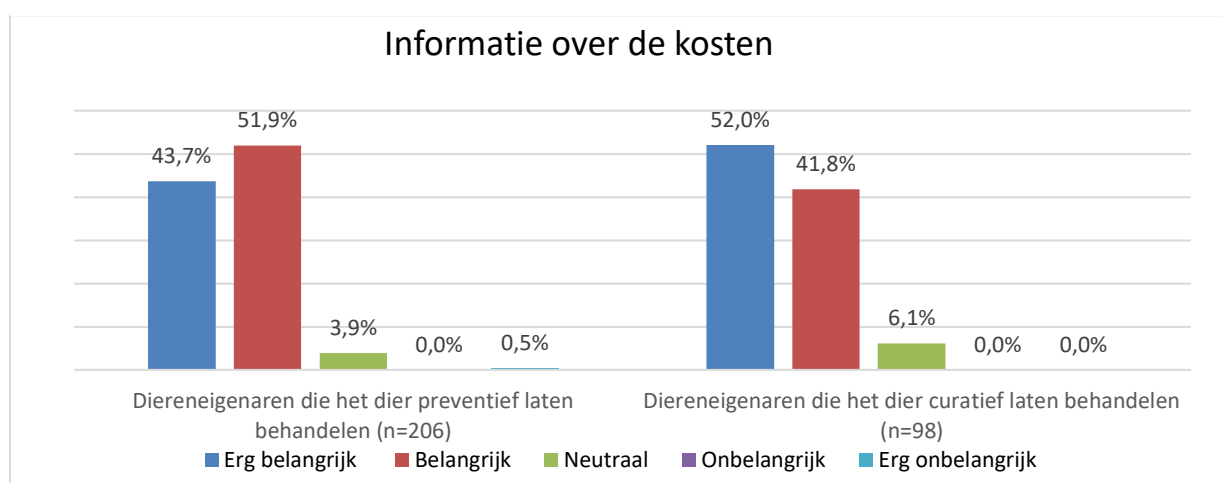


Interactiemoment 5: de balie bij vertrek

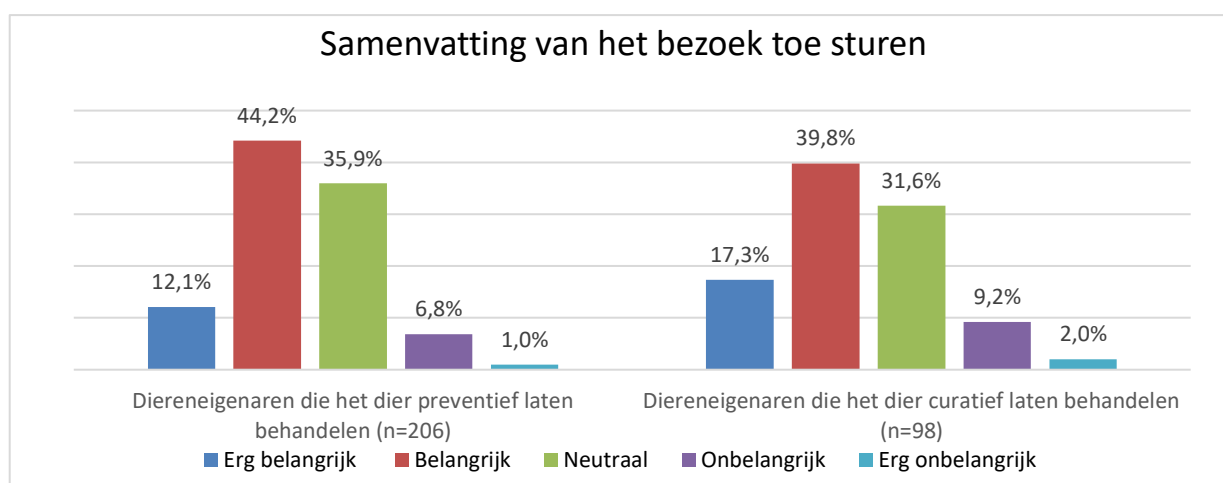
Tabel 39



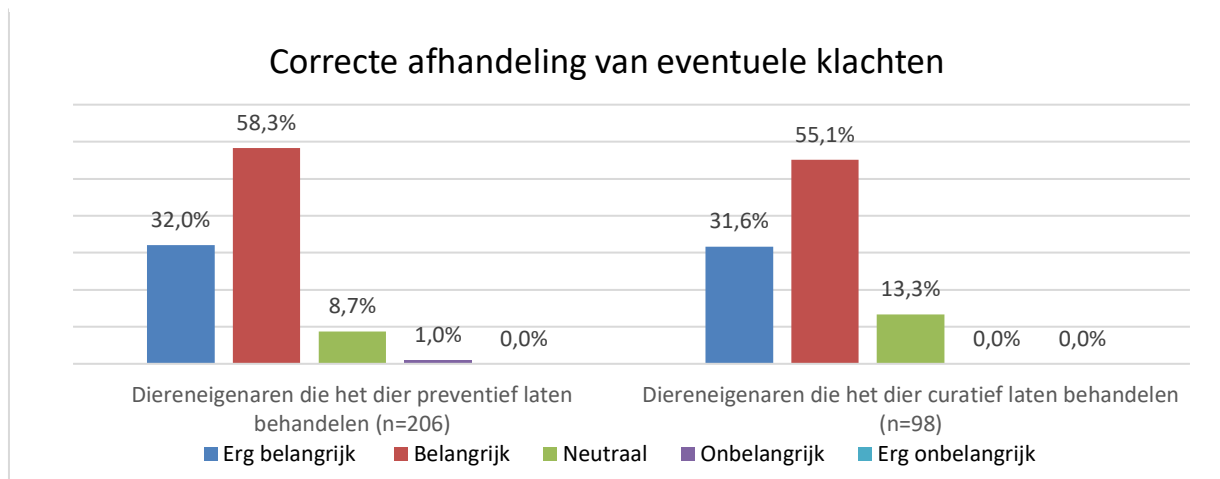
Tabel 40



Tabel 41



Tabel 42



Bijlage F. Conclusie verschil preventieve en curatieve eigenaren

Interactiemoment 1: aan de telefoon

De 24/7 telefonische bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. De 24/7 telefonische bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

De bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk via sociale media is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant onbelangrijk. De bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk via sociale media is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant onbelangrijk.

De bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk via WhatsApp is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Er blijkt geen significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk met betrekking tot de bereikbaarheid van de dierenartsenpraktijk via WhatsApp is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen.

Persoonlijk te woord gestaan te worden aan de telefoon, zonder eerst een keuzemenu of helpdesk is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Persoonlijk te woord gestaan te worden aan de telefoon, zonder eerst een keuzemenu of helpdesk is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Het doorverbonden worden via een keuzemenu of helpdesk is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant onbelangrijk. Het doorverbonden worden via een keuzemenu of helpdesk is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant onbelangrijk.

Het krijgen van informatie over hoe het dier het best vervoerd kan worden helpdesk is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant onbelangrijk. Het krijgen van informatie over hoe het dier het best vervoerd kan worden helpdesk is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant onbelangrijk.

Het krijgen van informatie over hoe het dier het best gevangen kan worden is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant onbelangrijk. Het krijgen van informatie over hoe het dier het best gevangen kan worden is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant onbelangrijk.

Het krijgen van informatie of het dier mag eten/drinken voorafgaand aan het dierenartsenbezoek is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Het krijgen van informatie of het dier mag eten/drinken voorafgaand aan het dierenartsenbezoek is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Interactiemoment 2: bij binnenkomst en de balie

De verzorgde uitstraling van het personeel is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. De verzorgde uitstraling van het

personeel is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Het waarnemen van een neutrale geur bij binnenkomst is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Het waarnemen van een neutrale geur bij binnenkomst is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

De begroeting bij binnenkomst is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. De begroeting bij binnenkomst is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

De aanwezigheid van een medewerker achter de balie bij binnenkomst is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. De aanwezigheid van een medewerker achter de balie bij binnenkomst is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Het ontvangen van informatie over de verwachte wachttijd is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Het ontvangen van informatie over de verwachte wachttijd is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Interactiemoment 3: in de wachtkamer

Voldoende zitplaats in de wachtkamer is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Voldoende zitplaats in de wachtkamer is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Voldoende ruimte voor het dier in de wachtkamer is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Voldoende ruimte voor het dier in de wachtkamer is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Voor zowel de preventieve als de curatieve diereigenaren is er geen significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk met betrekking tot de aparte wachtruimte om honden en katten te scheiden. Ditzelfde geldt voor de mogelijkheid om een vragenlijst over de klachten van het dier in te kunnen vullen tijdens het wachten.

Entertainment in de wachtkamer is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant onbelangrijk. Entertainment in de wachtkamer is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant onbelangrijk.

Het hebben van water in de wachtkamer, zodat het dier kan drinken is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Het hebben van water in de wachtkamer, zodat het dier kan drinken is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Voor zowel de preventieve als de curatieve diereigenaren is er geen significant verschil tussen de variabelen (erg) belangrijk en (erg) onbelangrijk met betrekking tot de beloningskoekjes in de

wachtkamer, zodat het dier beloond kan worden voor goed gedrag. Ditzelfde geldt voor de mogelijkheid om een vragenlijst over de klachten van het dier in te kunnen vullen tijdens het wachten.

Het aangeboden krijgen van iets te drinken tijdens het wachten in de wachtkamer is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant onbelangrijk. Het aangeboden krijgen van iets te drinken tijdens het wachten in de wachtkamer is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant onbelangrijk.

Het draaien van muziek in de wachtkamer is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant onbelangrijk. draaien van muziek in de wachtkamer is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant onbelangrijk.

Interactiemoment 5: de balie bij vertrek

De mogelijkheid om een vervolgspraak te maken is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. De mogelijkheid om een vervolgspraak te maken is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Het ontvangen van informatie over de kosten van de veterinaire behandeling te maken is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Het ontvangen van informatie over de kosten van de veterinaire behandeling is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Het ontvangen van een samenvatting van het bezoek is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Het ontvangen van een samenvatting van het bezoek is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Het opnemen van contact om te vragen hoe het gaat met het dier is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. Het opnemen van contact om te vragen hoe het gaat met het dier is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

De correcte afhandeling van eventuele klachten is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier preventief te behandelen significant belangrijk. De correcte afhandeling van eventuele klachten is voor de diereigenaren die naar de dierenarts komen met de intentie het dier curatief te behandelen significant belangrijk.

Bijlage G. Leeftijdsspreiding respondentent

Tabel 43

