

Emoties tijdens een treinreis gekwantificeerd

Mark van Hagen

Nederlandse Spoorwegen

mark.vanhagen@ns.nl

Menno de Bruyn

Nederlandse Spoorwegen

Menno.debruyn@ns.nl

Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk

19 en 20 november 2015, Antwerpen

Samenvatting

Emoties tijdens een treinreis gekwantificeerd

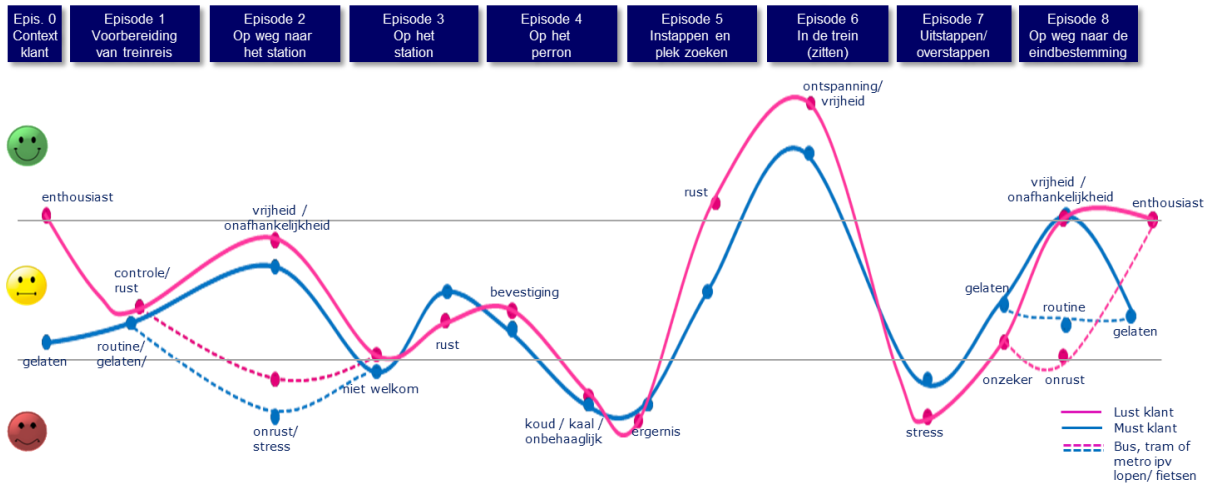
De Nederlandse spoorwegen hebben reeds aangetoond dat emoties een belangrijke rol spelen in de waardering van de totale treinreis (Van Hagen, 2011; Van Hagen en Bron, ETC 2014). In een uniek kwantitatief vervolgonderzoek (N = 2500) is nu de relatie gelegd tussen de oordelen die reizigers geven over elk van de acht fasen in hun treinreis en de intensiteit van de ervaren emoties in die fasen. Gebruik is gemaakt van de critical incident techniek, waarbij een onderscheid is gemaakt tussen een positief, negatief en neutraal ervaren recente treinreis. Dit is onderzocht voor diverse reizigers- en reiskenmerken, zoals het reismotief, een rechtstreekse verbinding versus een reis met overstap en voor- en natransportmiddelen.

Dit onderzoek heeft verrassend nieuw inzicht gegeven in de emotionele beleving van de verschillende reisfasen en de beoordeling van deze reisfasen in rapportcijfers. Door de koppeling van emoties aan rapportcijfers is het mogelijk om de emoties per fase te kwantificeren en het belang van elke fase in de totale treinreis te berekenen en tegelijkertijd in het moment van de waarheid te sturen op emoties. Door de gedetailleerdheid van bevragen weten we per fase welke onderliggende factoren goed (positief) en slecht (negatief) scoren.

De resultaten laten zien dat er een sterke correlatie is tussen de ervaren emoties en de oordelen die reizigers geven over hun reis. Ook weten we hoe belangrijk de verschillende fasen in de reis zijn voor de reizigers, waardoor het voor de vervoerder veel duidelijker is welke fasen en onderliggende factoren in de treinreis de meeste aandacht verdienen in de ogen van de klant en voor verschillende omstandigheden (vertraging, overstap, etc.). Doordat we ook de bij de waardering behorende emoties weten heeft de vervoerder veel gerichtere informatie om de klantwaardering positief te beïnvloeden. Met de inzichten van deze studie is het mogelijk om voor een spoorbedrijf direct en gericht te sturen op de kwaliteitsverhoging van de hele reis van deur tot deur.

Inleiding

NS heeft in een kwalitatief onderzoek een customer journey geconstrueerd, waarbij duidelijke pieken en dalen zijn te onderkennen in de emoties die reizigers tijdens een reis met de trein ervaren, zie figuur 1 (Van Hagen & Bron, 2014).



Figuur 1: de emotiecurve van het reizen per trein

In dit paper presenteren we de resultaten van het kwantitatieve vervolgonderzoek. De focus van dit paper ligt op de vraag welke emoties in de verschillende reisfasen¹ voorkomen en hoe de samenhang is met de rapportcijfers die klanten voor die fasen geven. Meerwaarde van dit kwantitatieve onderzoek is dat we door de combinatie van emoties en oordelen duidelijker kunnen sturen op klanttevredenheid; niet alleen voor de aansturing van de service, maar ook in het moment van de waarheid waar emoties een centrale rol spelen.

Het onderzoek heeft daarmee de volgende doelstelling:

Welke emotionele en andere factoren, waar NS invloed op uit kan oefenen, spelen een rol in de verschillende fasen van de treinreis als ketenverplaatsing en hoe sterk bepalen deze het totale oordeel van de klant van NS.

¹ In Van Hagen & Bron zijn de reisfasen als 'episodes' aangeduid, hetgeen meer geschikt is voor een kwalitatief onderzoek. In dit kwantitatieve onderzoek wordt de term 'reisfasen' of ook wel 'ketenfasen' gebruikt.

Methode

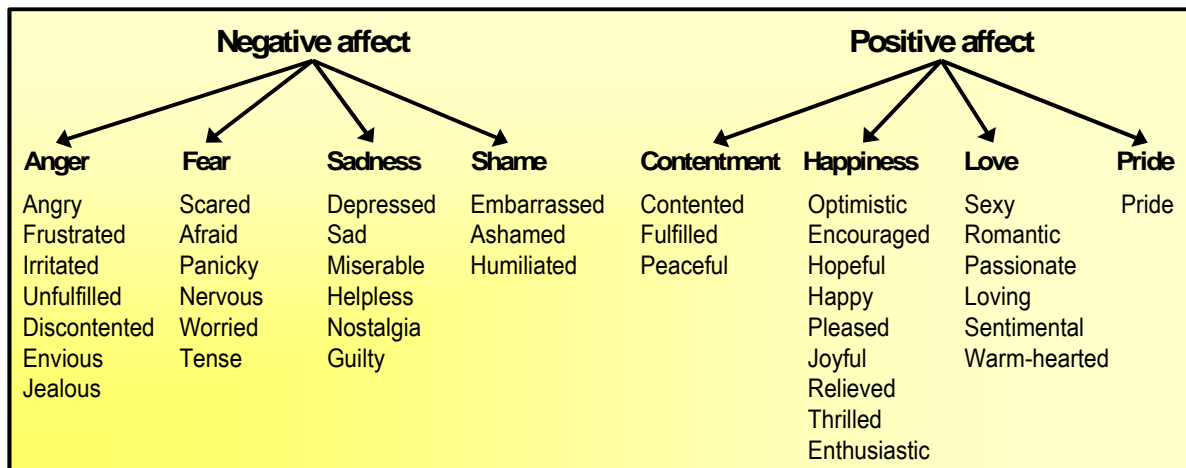
Het onderzoek bevat twee fasen:

1. Een **kwantitatieve fase** waarin met 20 diepte-interviews wordt achterhaald welke emoties in welke reisfasen spelen (Altuition, 2015).
2. Een **kwantificering** van de reisfasen door de betreffende emoties te koppelen aan de oordelen en de gewichten van de verschillende reisfasen vast te stellen (MuConsult, 2015).

Fase 1 Kwalitatieve onderzoek

Procedure

In het kwalitatieve onderzoek zijn 20 respondenten geïnterviewd (gelijke verdeling over geslacht, leeftijd, reisfrequentie en reismotief). Bij de indeling van de door respondenten genoemde positieve en negatieve emoties is gebruik gemaakt van de taxonomie van emoties van Laros en Steenkamp (2005).



Figuur 2 Taxonomie van negatieve en positieve emoties (Laros & Steenkamp, 2005)

Resultaten kwalitatieve fase

Emoties treinreis

Uit de interviews bleek dat de meest genoemde emoties goed aansluiten bij het model van Laros en Steenkamp (2005) en alle door respondenten benoemde emoties kunnen worden toegedeeld aan negatieve en positieve emoties. In de context van het treindomein zijn niet alle emoties uit het model van Laros en Steenkamp (2005) relevant, zoals jaloezie en gepassioneerd. Daarom zijn die in het kwantitatieve vervolgonderzoek weggelaten. Aan de andere kant kunnen de in het overzicht van Laros en Steenkamp minder vaak genoemde negatieve emoties onzekerheid, verveling en teleurstelling alsmede de positieve emotie ontspannen aan de lijst worden toegevoegd. Dit heeft uiteindelijk geleid tot de volgende lijst van negatieve en positieve emoties tijdens de treinreis:

Tabel 1 *Positieve en negatieve emoties tijdens een treinreis*

Emoties	
Negatief	Positief
Boos	Ontspannen
Bang	Tevreden
Geïrriteerd	Blij
Gespannen	Romantisch
Teleurgesteld	Trots
Beschaamd	
Onzeker	
Verveeld	

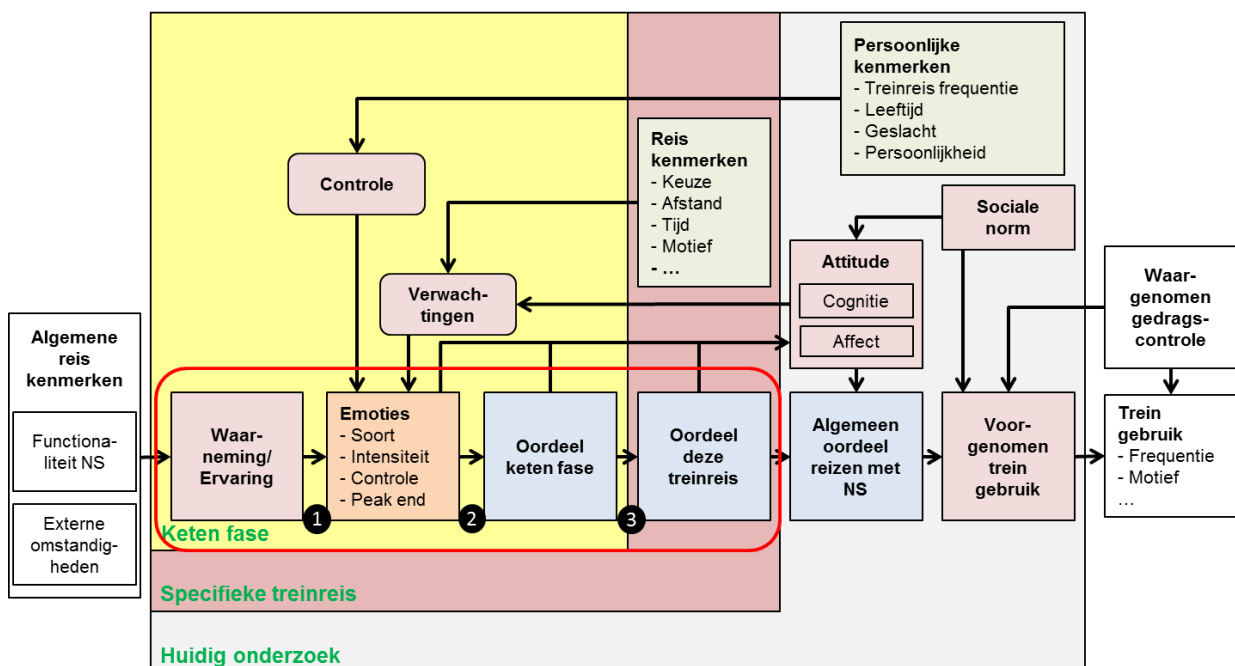
De voor dit paper belangrijkste conclusies uit het **kwalitatieve** onderzoek zijn:

- Kenmerken die herinnerd worden zijn vaak *incidenten* die gebeurd zijn. De incidenten zijn vaker negatief dan positief. Ook zijn positieve belevingen vaak generieker van aard dan de negatieve belevingen en hangen vaak samen met een rapportcijfer van ongeveer een 7. Routinereizen worden zelden hoger dan een 7 beoordeeld. Sterke positieve specifieke belevingen die genoemd worden hangen vaak samen met een positief doel van de reis. Het reismotief lijkt de beleving van de reis in grote mate te beïnvloeden.
- De meest voorkomende incidenten worden genoemd voor de fase 'in de trein'.
- Emoties lijken in grote mate samen te hangen met het oordeel over de treinreis. Een negatieve emotie hoeft echter niet altijd samen te hangen met een negatief oordeel. Een negatieve emotie wordt vooral aan een positief oordeel gekoppeld als de reiziger er zelf iets aan had kunnen doen. Naast het hebben van een gevoel van controle over de situatie is de samenhang tussen emoties en oordeel ook afhankelijk van de verwachtingen van de treinreis of de ervaring van de service.
- Het al dan niet waarmaken van basisfunctionaliteiten (de zogenaamde dissatisfiers; kenmerken van de reis waardoor men teleurgesteld is als ze niet in voldoende mate aanwezig zijn) kan leiden tot negatieve emoties, maar niet tot positieve emoties (het hebben van een zitplaats, de trein die rijdt, etc). Andersoortige gebeurtenissen worden positief ervaren als ze er zijn, maar niet negatief als ze ontbreken (behulpzaam personeel, een medepassagier die een mop vertelt, etc.). Dit zijn de zogenaamde satisfiers.
- De mate waarin de reiziger de tijd nuttig of aangenaam heeft kunnen besteden in de trein lijkt ook belangrijk te zijn voor het totale oordeel.

Fase 2 Kwantitatief onderzoek

Conceptueel model

Op basis van inzichten uit de literatuur (Ajzen, 1985, 2002) en inzichten uit de kwalitatieve fase is een conceptueel model opgesteld, waarmee we verschillende relaties beschrijven die bepalen hoe een reiziger de treinreis ervaart, hoe dat zijn emoties en oordeel beïnvloedt, alsmede het voornemen om al dan niet vaker met de trein te reizen. Voor de leesbaarheid van het model zijn de verschillende oordelen uit elkaar gehaald en is het model daarmee in 3 grotere blokken verdeeld. Figuur 3 geeft het conceptueel model weer. Aan de hand van dit model zullen we testen wat de samenhang tussen de verschillende componenten is. In dit paper ligt de nadruk op het beantwoorden van de vragen in het rode kader van het conceptueel model aan de hand van de drie met zwarte rondjes aangegeven hypothesen.



Figuur 3 Conceptueel model kwantitatieve onderzoek (Naar Ajzen, 1985)

Toelichting concept in rode kader

Het rode kader weerspiegelt het Stimulus Organisme Response model van Russell & Mehrabian (1977). Reizigers nemen hun omgeving al dan niet bewust waar via hun zintuigen en de ervaren indrukken leiden tot emoties. De emoties beïnvloeden op hun beurt het **oordeel over de ketenfase** van de trein. Zo kan bijvoorbeeld irritatie ontstaan door een niet-werkende WIFI en zal zo kunnen bijdragen aan een lager oordeel over de fase 'in de trein'. Deze componenten van het model worden in elke fasen doorlopen voor meerdere kenmerken van de ketenfase. De oordelen per ketenfase leiden in het model tot een **oordeel over de treinreis**.

De bijbehorende vragen in het rode kader zijn in de vorm van hypothesen geformuleerd:

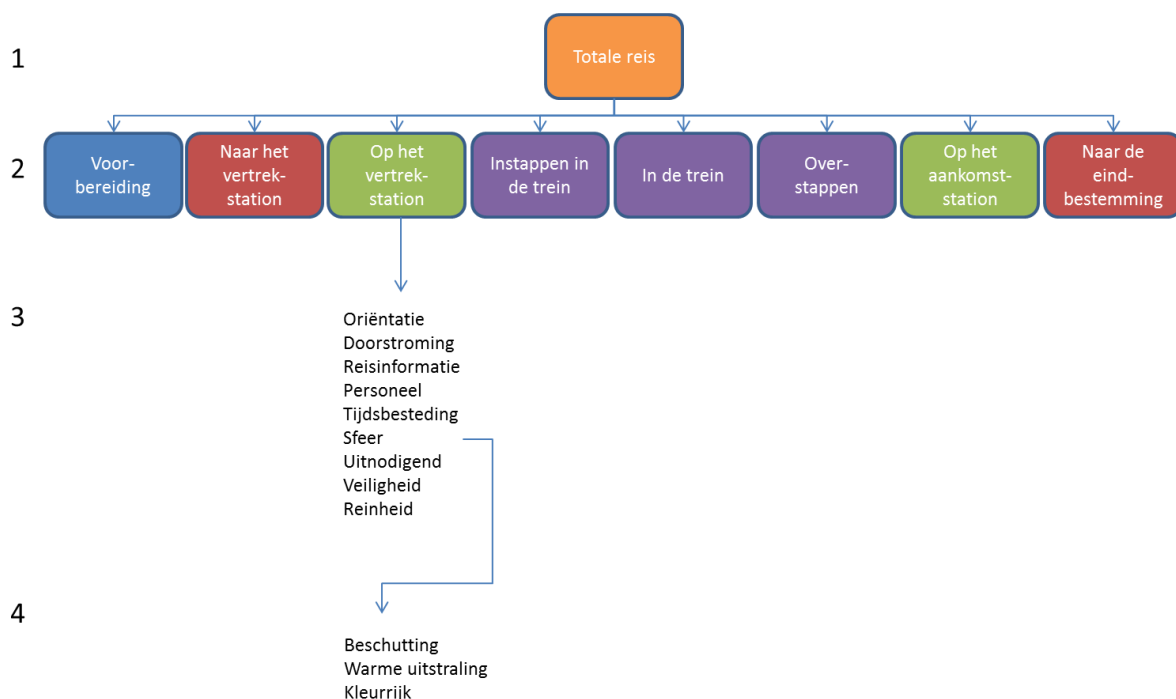
1. De ervaring van negatieve/positieve prestaties van de service in verschillende reisfasen hebben een negatieve/positieve invloed op de ervaren emoties in die fase (vraag 2 van conceptueel model).
2. De negatieve/positieve emoties in de fase dragen bij aan een laag/hog oordeel (in rapportcijfer) over de betreffende ketenfase (vraag 3 van conceptueel model).
3. De lage/hoge oordelen over de ketenfasen zorgen voor een laag/hog rapportcijfer van het totaal oordeel over de hele treinreis (vraag 5 van het conceptuele model).

Onderzoeksozet

Het complete theoretisch kader is vertaald in te meten aspecten. De reis van deur tot deur is daarbij op vier verschillende niveaus gemeten, waarbij elk volgend niveau een detaillering van het bovenliggende niveau is:

1. Totale reis deur tot deur (1 vraag)
2. Ketenfasen (8 vragen)
3. Ketendimensies (44 vragen)
4. Ketenaspecten (127 vragen)

In figuur 4 zijn de niveaus 1 en 2 volledig weergegeven, en zijn niveau 3 en 4 steeds voor één van de waarden uit het bovenliggende niveau verder uitgewerkt: niveau 3 voor de ketenfase 'Op het vertrekstation' en daarbinnen niveau 4 voor de ketendimensie 'Sfeer'.



Figuur 4: reis van deur tot deur in 4 niveaus van detaillering

In de onderzoeksopzet is naar aanleiding van de bevindingen uit de kwalitatieve fase de *Critical Incidents* methodiek gevolgd (Flanagan, 1954). De waarneming van de reiziger (zie het conceptueel model in figuur 3) wordt in positieve en negatieve ervaringen beschreven. Deze krijgen een centrale rol in het onderzoek.

Het onderzoek is online uitgevoerd door onderzoeksbureau MuConsult in de periode van 27 november 2014 t/m 12 januari 2015. De respondenten zijn geworven uit het NS Panel. Het NS Panel bestaat sinds 2004, en is één van de grootste bedrijfspanelen van Nederland. Het bevat ongeveer 80.000 leden, die gemiddeld 4-5 keer per jaar een vragenlijst van NS ontvangen en invullen. Het NS panel is een dwarsdoorsnede van alle NS klanten.

In totaal zijn 18.000 panelleden benaderd om aan het onderzoek deel te nemen. Hiervan zijn er 7.699 aan de vragenlijst begonnen, een bruto respons van 43%. In de vragenlijst is geselecteerd op een gelijke verhouding tussen de motieven Must (woon-werk, zakelijk en woon-school) en Lust (sociaal en recreatief) en een goede verdeling over positieve en negatieve reiservaringen. Na een paar vragen is hierdoor 43% afgevallen omdat het betreffende segment al voldoende was gevuld. Een kwart van de respondenten is daarna, tijdens het verder invullen van de vragenlijst, uitgevallen. Dit hoge percentage wordt waarschijnlijk veroorzaakt door de lengte van de vragenlijst (gemiddelde responstijd is 21 minuten). Uit een partiële respons analyse blijkt dat de uitgevallen groep niet afwijkt van de groep die het onderzoek wel heeft afgerond. Tenslotte is nog gescreend op respondenten met een onrealistisch snelle invultijd en op straightlining, waardoor nog 1% is afgevallen. Uiteindelijk blijft een netto respons van 2.361 over.

Tabel 2 *Responsoverzicht*

Uitgenodigd	18.000		
Gestart (=Bruto respons)	7.699		
Niet geselecteerd (segment reeds gevuld)	-/- 3.310		-43%
Gestopt	-/- 1.953		-25%
Niet bruikbaar	-/- 75		- 1%
Netto respons	2.361		

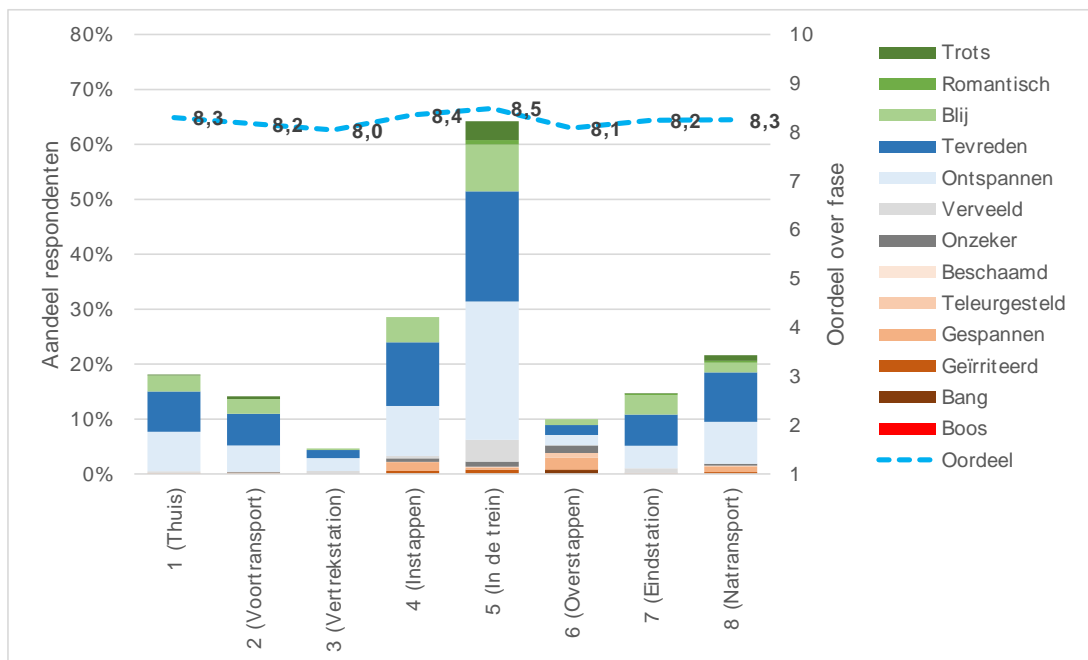
De respons is vervolgens representatief gemaakt voor treinreizigers van 18 jaar en ouder. Dit is in twee simultane stappen gebeurd:

- Weging naar juiste verhoudingen in reisfrequentie, leeftijdsklasse en opleidingsniveau; het referentiekader komt uit bij NS bekende kentallen (NS Standaard, gebaseerd op Klimaat IV onderzoek, 2011)
- Weging naar verhouding positieve, negatieve en neutrale reizen; het referentiekader komt uit de bruto steekproef.

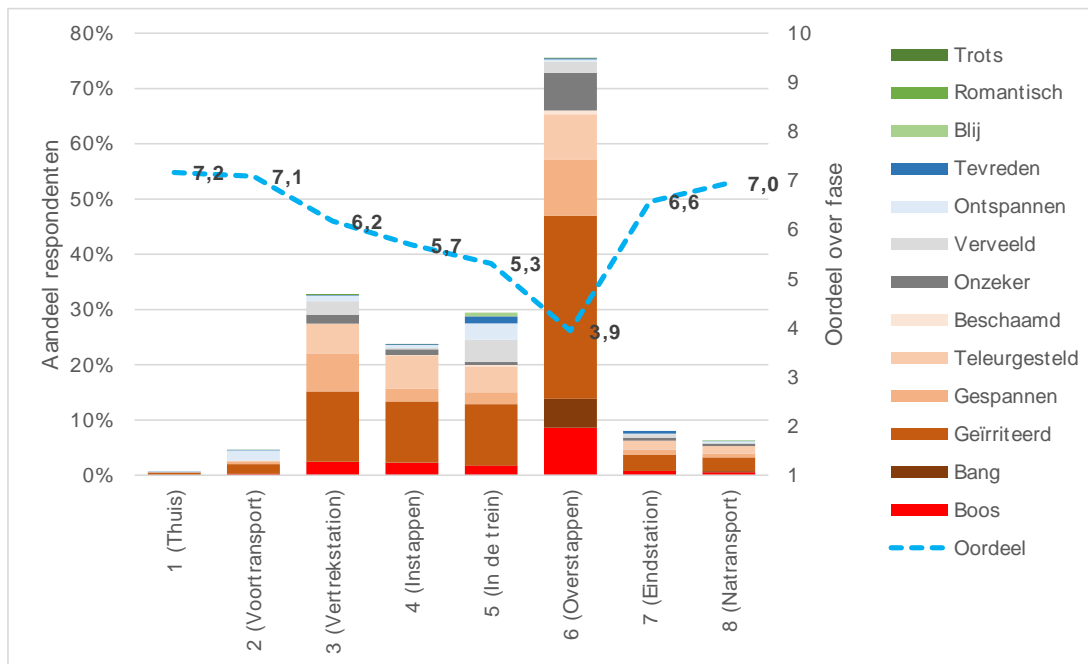
Resultaten kwantitatieve fase

Oordelen en emoties van een positieve en een negatieve reis

Als we alle antwoorden over emoties en oordelen van de respondenten vergelijken dan zien we dat de meeste positieve emoties vooral worden ervaren in de trein zelf, waarbij tevreden en ontspannen het vaakst zijn genoemd en romantisch het minst vaak wordt genoemd (figuur 5). De meest voorkomende negatieve emoties worden vooral tijdens het overstappen ervaren, waarbij het gevoel van irritatie het meest en beschaamd het minst vaak genoemd wordt (figuur 6). Als we de gemiddelde oordelen per fase van een negatieve reis en een positieve reis vergelijken dan zien we dat de oordelen over een positief ervaren reis iets boven de 8 schommelen (figuur 5), terwijl er bij een negatief ervaren reis een grotere marge is tussen de 5 en de 7, waarbij de overstap met een 4 erg laag wordt beoordeeld (zie figuur 6).



Figuur 5 Emotieschaal en de gemiddelde rapportcijfers voor de specifieke treinreis. (bron: MuConsult, 2015)



Figuur 6 Emoties per fase – negatieve reizen (bron: MuConsult,2015)

De ervaring van emoties

Naast dat respondenten aangegeven hebben welke emotie zij hebben ervaren (bijv. boos, geïrriteerd, blij, etc.) is eveneens gevraagd naar de intensiteit van die emoties. Aangezien emoties niet direct vertaald kunnen worden naar getallen is gezocht naar een vertaling in een variabele, welke wel deze informatie bevat, maar uitgedrukt kan worden in een getal. De emoties zijn daartoe verdeeld naar hun polariteit (positief en negatief) en gecombineerd met hun intensiteit (zwak, mild en sterk). Door deze te combineren ontstaan 6 categorieën:

- | | | |
|-------------------|------------------|-------------------|
| 1. Sterk negatief | 2. Mild negatief | 3. Zwak negatief |
| 4. Zwak positief | 5. Mild positief | 6. Sterk positief |

Tabel 3: Polariteit en intensiteit van emoties

Emoties		Intensiteit
Negatief	Positief	
Boos	Ontspannen	Zwak (1 - 4)
Bang	Tevreden	Mild (5 - 7)
Geïrriteerd	Blij	Sterk (8 - 10)
Gespannen	Romantisch	
Teleurgesteld	Trots	
Beschaamd		
Onzeker		
Verveeld		

De categorieën 3 en 4 zijn vervolgens samen genomen, zodat een vijfpuntsschaal ontstaat. Deze loopt van -2 naar +2, waarbij de midden-categorie de waarde 0 krijgt:

- 2 Sterk negatief
- 1 Mild negatief
- 0 Neutraal
- +1 Mild positief
- +2 Sterk positief

Relatie emoties en oordelen (hypothese 2)

Als we de emotieschalen vergelijken met de oordelen dan zien we dat die sterk met elkaar correleren. Dat wil zeggen dat negatieve emoties en lage oordelen bij elkaar horen, evenals positieve emoties en hoge oordelen. Conform het SOR model kunnen we een causaal verband veronderstellen, waarbij positieve en negatieve emoties leiden tot hoge respectievelijk lage oordelen (Van Hagen, 2011). Verder blijkt dat de emoties die in de diverse ketenfasen optreden ook een hoge correlatie hebben met het oordeel over de betreffende ketenfase ($r = 0,72$; zie tabel 4). Dit wordt het duidelijkst zichtbaar in de ketenfasen voor- en natransport en station. In de ketenfase trein is alleen geen significant verschil tussen een neutrale en licht negatieve emotie.

Tabel 4: *Beoordeling geaggregeerde ketenfasen per emotieklasse*

Emotie schaal	Geaggregeerde ketenfasen			
	Voor- bereiding	Voor- en natransport	Station	Trein
-2	4,3	3,8	3,9	3,7
-1	7,0	4,4	5,0	5,4
0	8,0	5,4	6,0	5,4
1	7,6	6,8	7,1	7,3
2	8,1	8,1	7,8	8,2

De emotieschaal is sterk differentiërend: $F(4,2354) = 417,2$, $p = ,000$. Uit de Duncan post-hoc test blijkt dat elk van de waarden op de emotieschaal significant van al de andere waarden op de emotieschaal verschilt voor het ritoordeel. Hiermee is hypothese 2 bevestigd.

Relatie ervaring van de service per fase en emoties (hypothese 1)

In het (Critical Incidents) Onderzoek is respondenten niet alleen gevraagd of ze onlangs een reiservaring hadden die ze als positief of negatief bestempelden. Eveneens is gevraagd om deze te beschrijven en op verschillende deelaspecten te beoordelen.

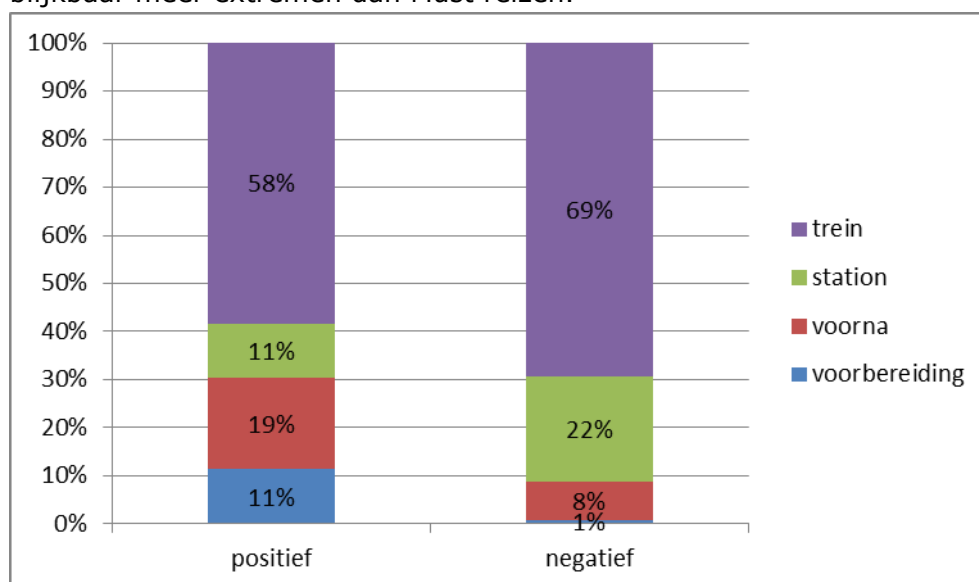
Voorbeeld positieve ervaring: *"De trein was keurig op tijd en er was voldoende plek. Ik heb lekker zitten lezen."*

Voorbeeld negatieve ervaring: *"Juist bij vertrek een stroomstoring die verder 3 uren zou duren."*

Tabel 5: Verdeling reizen met positieve, neutrale en negatieve ervaringen

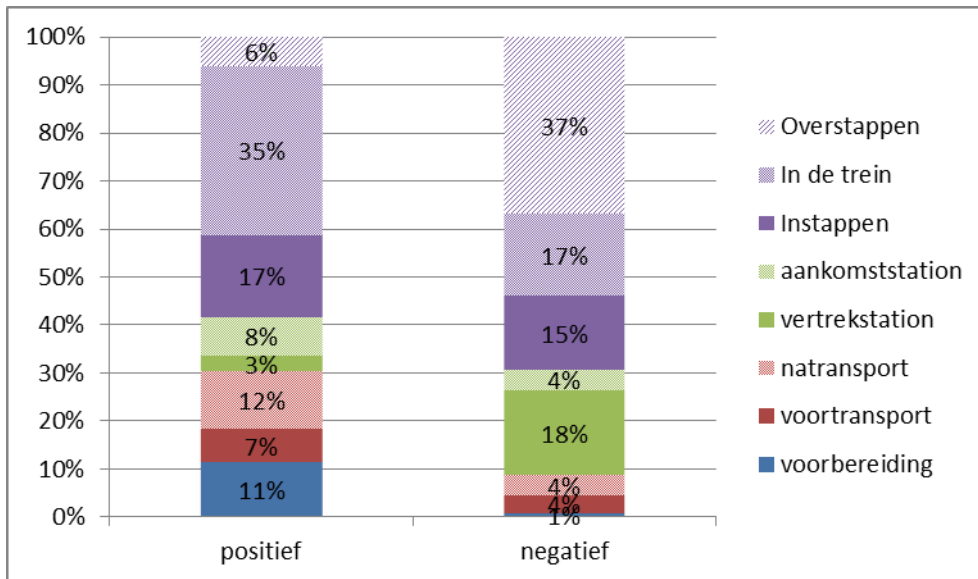
Soort ervaring	Aandeel van de reizen
Positief	12%
Neutraal	67%
Negatief	21%

Op ongeveer 1 op de 5 reizen heeft de reiziger een negatieve reiservaring, tegenover een positieve ervaring bij 1 op de 8 reizen; de overige reizen zijn neutrale reizen (zie tabel 5). Het bekende mechanisme dat negatieve ervaringen langer en sterker doorwerken dan positieve kan hieraan bijdragen (Baumeister, Bratslavsky, Finkenauer and Vohs, 2001). In dit onderzoek blijken negatieve ervaringen twee tot vier keer zo zwaar mee te tellen in de beoordeling van het reizen met de trein als positieve. Negatieve reizen komen relatief veel voor bij reizen met een overstap en bij Lust reizen. Positieve reizen komen relatief veel voor bij reizen zonder overstap, en ook weer bij Lust reizen. Lust reizen kennen blijkbaar meer extremen dan Must reizen.



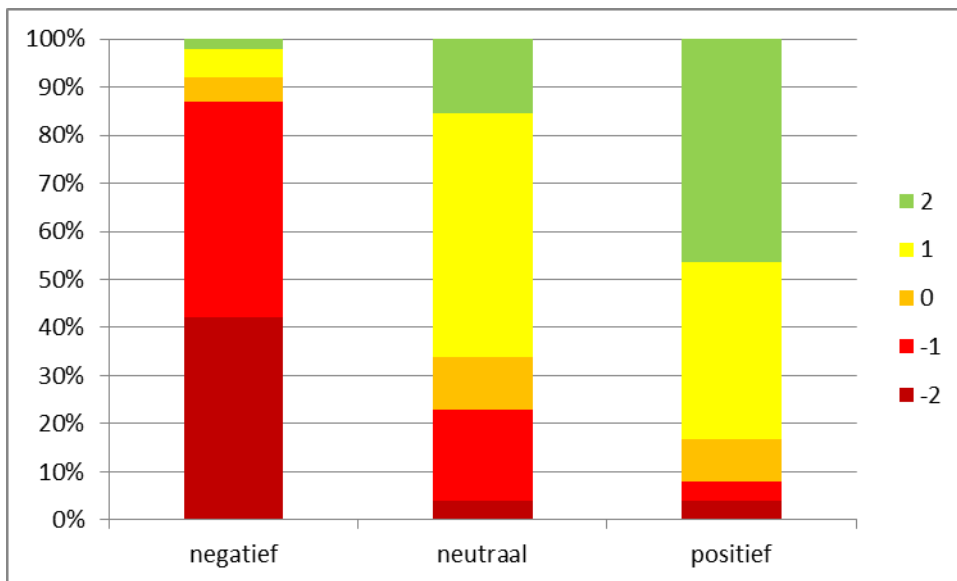
Figuur 7 Verdeling over gegroepede ketenfasen van reizen met positieve en negatieve ervaring

De ketenfasen (niveau 2 uit figuur 4) zijn gegroeped naar trein, station, voor- en natransport en voorbereiding. Zowel bij de positieve als bij de negatieve ervaringen zijn de ketenfasen voor de trein (instappen, in de trein en overstappen) het meest aanwezig (zie figuur 7). Daarbinnen valt op dat overstappen vooral bij negatieve ervaringen veel voorkomt (zie figuur 8). Dit bevestigt recent onderzoek (De Keizer, Kouwenhoven & Hofker, 2014) waaruit blijkt dat de overstapweerstand van treinreizigers aanzienlijk is. Ruim een derde van de positieve ervaringen treedt op in de fase 'in de trein'. Op het station levert meer negatieve dan positieve ervaringen op, hetgeen vooral op het vertrekstation voorkomt. Op het aankomststation heeft men juist meer positieve ervaringen.



Figuur 8 Verdeling over ketenfasen van reizen met positieve en negatieve ervaring

Het hebben van een positieve of negatieve ervaring tijdens de treinreis heeft een duidelijke invloed op de emoties: bij negatieve reizen komen veel scores van -2 op de emotieschaal voor, terwijl bij positieve reizen juist relatief veel scores van +2 voorkomen. De ervaring heeft dus een duidelijke invloed op de emoties, zie figuur 9. Dit bevestigt hypothese 1².

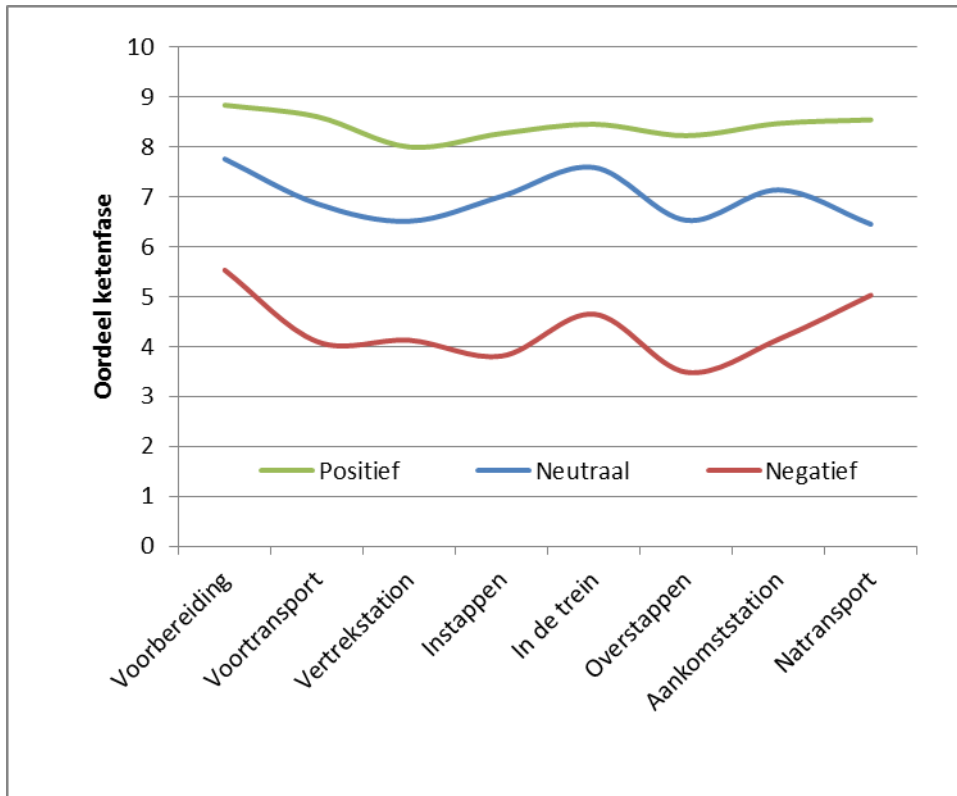


Figuur 9 Invloed van ervaring op emoties: verdeling over de emotieschaal

² $F(2, 2358) = 655,2, p = ,000$. Uit de Duncan post-hoc test blijkt dat de emoties voor alle drie de soorten ervaringen significant van elkaar verschillen.

Relatie reiservaring, emoties per reisfase en oordeel ketenfase (combinatie hypothesen 1 en 2)

De ketenfasen worden verschillend beoordeeld bij een positieve en negatieve reis. Bij de positieve reizen zien we een piek liggen bij de eerste twee fasen, daarna een kleine piek in de trein, en tenslotte weer een piekje in het natransport. Het gat met de negatieve reizen is het grootste bij de fase overstappen, gevolgd door voortransport en instappen (figuur 10)



Figuur 10 Oordeel ketenfase per soort reiservaring

Naast het wegnemen van negatieve ervaringen is het stimuleren van positieve ervaringen een goede strategie om de klanttevredenheid te verhogen (Van Hagen & de Bruyn, 2012)

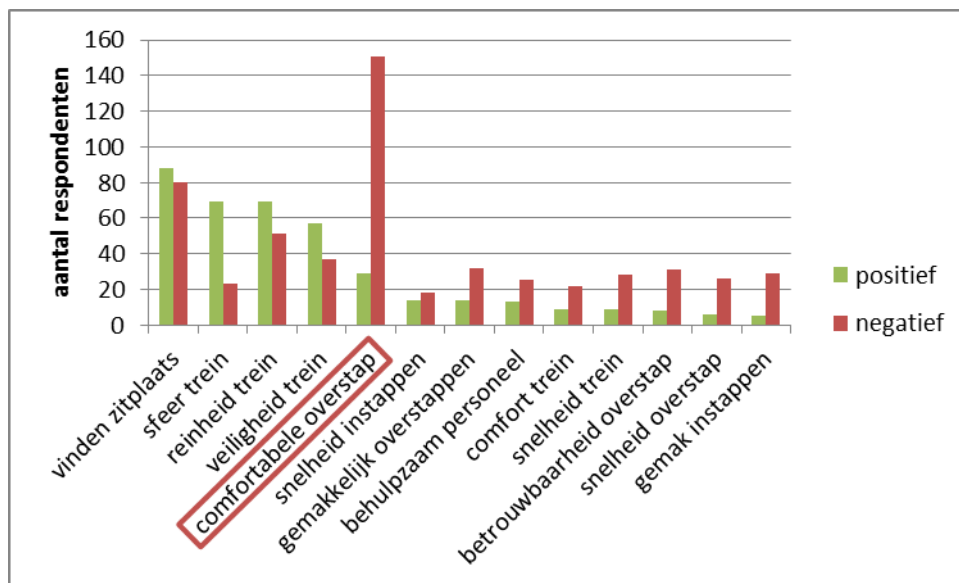
Ruim een derde van de positieve ervaringen vindt plaats in de fase 'in de trein', en wel in vier dimensies (zie figuur 13):

- Zitplaats vinden: in de toelichting geven reizigers aan dat er veel ruimte was in de trein zodat ze een goede plek konden uitkiezen.
- Sfeer trein: men heeft een prettige treinreis, o.a. door een gewenste tijdsbesteding, rust en vriendelijk personeel.
- Reinheid trein: naast veel meldingen over schone treinen en een paar over het mooie materieel geeft men ook vooral aan dat de treinreis erg prettig is verlopen.
- Veiligheid trein: hierbij is opvallend dat in de toelichtingen nauwelijks echte veiligheidsaspecten worden genoemd, maar vooral aspecten die met een vlotte en

soepele treinreis te maken hebben, waardoor men zich prettig voelt. Hier lijkt vooral het geborgenheidsaspect van veiligheid aan bod te komen.

Bij de negatieve ervaringen vindt meer dan een derde plaats in de fase 'overstappen', waarbij vooral het comfort van een overstap veel wordt genoemd. Hierbij speelt vooral de stress over het halen van de overstap en de frustratie en irritatie van het missen van de overstap een belangrijke rol.

Bij een vergelijking van positieve en negatieve ervaringen valt op dat **sfeer** (verblijven) in de trein vooral positieve ervaringen kent, een echte satisfier. **Overstappen** (verplaatsen) kent vooral negatieve ervaringen en is dan ook een echte dissatisfier. Bij het vinden van de zitplaats komen zowel positieve als negatieve ervaringen veel voor: dit is voor reizigers een belangrijke dimensie, en bevat zowel een satisfier als een dissatisfier (dissatisfier wanneer geen zitplaats wordt gevonden, satisfier het comfort van de zitplaats zelf, als die gevonden is).



Figuur 11 genoemde bepalende ketendimensies voor ketenfasen trein bij positieve en negatieve ervaringen

Relatie oordelen ketenfasen en oordeel totale reis (hypothese 3)

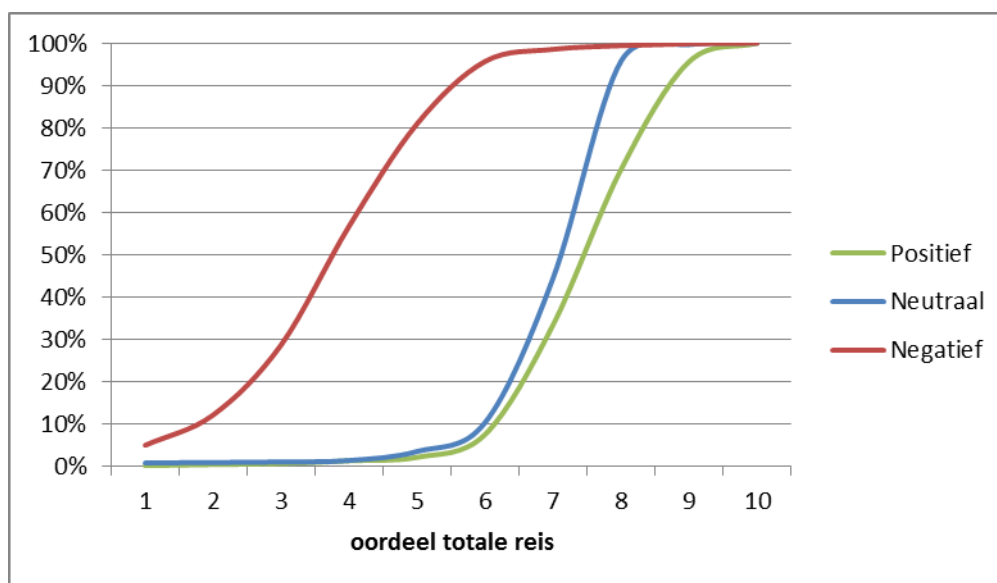
Met behulp van regressie analyse is het effect van de fase oordelen op de beoordeling van de totale reis vastgesteld. Alle 8 fasen hebben een significante invloed op de beoordeling van de totale reis (t-waarden tussen 3 en 7). De 8 fasen zijn vervolgens geaggregeerd in de vier fasen voorbereiding, voor- en natransport, station en trein. De beoordeling van de totale reis blijkt voor iets meer dan de helft te worden bepaald door de treinfasen, en het station maakt ongeveer een kwart van de beoordeling van de totale reis uit. De fasen voor- en natransport en voorbereiding zijn minder belangrijk (zie tabel 6). Hiermee is hypothese 3 bevestigd.

Tabel 6: Belang van ketenfasen in beoordeling totale reis

Ketenfase	Aandeel in beoordeling totale reis
Voorbereiding	7%
Voor- en natransport	16%
Station	25%
Trein	51%

Het belang van een fase in het oordeel over de totale reis heeft enigszins een relatie met de door de reiziger ervaren duur van de fase: de fase 'in de trein' kent de langste tijdsduur (door de respondent zelf opgegeven), en ook het hoogste belang. De fase 'station' duurt echter beduidend korter dan de fase 'voor- en natransport', maar heeft desondanks een hoger belang. Men zou kunnen concluderen dat de tijd op het station voor de reiziger meer waarde heeft dan de tijd in het voor- en natransport, wellicht door de mogelijkheden die men heeft op het station om de tijd nuttig of aangenaam te besteden.

Door de combinatie van de drie hypothesen kan het effect van een positieve of negatieve ervaring op de beoordeling van de totale reis worden vastgesteld. Ook hier blijkt een duidelijk verband tussen te bestaan (zie figuur 12).



Figuur 12 Cumulatieve verdeling over de oordelen totale reis per soort reiservaring

Een positieve of negatieve ervaring heeft een grote impact op de beoordeling van de totale reis: een reis met een positieve ervaring wordt met gemiddeld een 7,9 beoordeeld, terwijl een reis met een negatieve ervaring met gemiddeld een 4,2 wordt beoordeeld. Negatieve reizen wijken sterker af van neutrale reizen dan positieve, hetgeen overeenkomt met de bevindingen uit de kwalitatieve fase en ook de theorie dat negatieve ervaringen sterker doorwerken dan positieve (Baumeister, Bratslavsky, Finkenauer and Vohs, 2001; Kahneman, 2000, 2011). Een tweede opvallende aspect is dat een reis met een positieve ervaring een hoger rapportcijfer krijgt dan blijkt uit de kwalitatieve fase. Ruim 80% van de respondenten met een negatieve ervaring geeft een onvoldoende voor

de reis, terwijl van de respondenten met een positieve ervaring ruim 90% de reis met een 7 of hoger beoordeelt.

Conclusies en aanbevelingen

In dit onderzoek is een relatie gelegd tussen de ervaren kwaliteit in verschillende fasen van een treinreis en het oordeel over de hele reis van deur tot deur. Uniek van dit onderzoek is dat per reisfase een directe relatie is gelegd tussen ervaren emotie (negatief/positief) en het oordeel over die fase (rapportcijfer laag/hog). Aangetoond is dat negatieve ervaringen leiden tot negatieve emoties en tot lage oordelen en dat positieve ervaringen leiden tot positieve emoties en tot hoge oordelen. Daarnaast beïnvloeden emoties en oordelen aantoonbaar het totaal oordeel over de hele treinreis van deur tot deur. Ook dit onderzoek toont aan dat negatieve ervaringen conform de prospect theorie (Kahneman & Tversky, 1979) zwaarder wegen dan positieve ervaringen. Dankzij deze inzichten wordt niet alleen duidelijk welke fasen in de reis goed en slecht scoren, maar ook welke emoties hieraan gerelateerd zijn, zodat in het moment van de waarheid gestuurd kan worden op het ombuigen van negatieve emoties naar positieve emoties. In tegenstelling tot de oordelen die klanten in hun hoofd hebben zijn emoties voor de serviceverlener namelijk direct zichtbaar tijdens de uitvoering van de dienst. Concreet betekent dit dat als er iets mis gaat en klanten negatieve emoties uiten, deze kunnen worden omgebogen naar positieve emoties door soms kleine ingrepen, zoals aandacht, begrip tonen, tone of voice, of iets extra's bieden (bijv. koffiebon of upgrade naar eerste klas). We weten nu immers zeker dat indien negatieve emoties worden omgezet in positieve, dit direct leidt tot een hogere beoordeling van de treinreis. Indien het herstel van de service goed gebeurt kan het oordeel zelfs hoger worden dan wanneer er niets fout was gegaan (Zeithaml & Bitner, 2003).

Uit de vergelijking van de resultaten van de reisfasen blijkt dat de meest positieve emoties (ontspannen en tevreden) worden ervaren tijdens de treinrit, hetgeen aansluit bij de resultaten van de kwalitatieve customer journey (Van Hagen & Bron, 2014). De meest negatieve emoties (gespannen, irritatie,) worden ervaren tijdens de overstap. Daarbij blijkt dat zelfs reizigers die een zeer positieve reis hebben ervaren toch gespannen zijn (negatieve emotie) als zij een overstap in hun reis hebben. Dit toont wederom (zie De Keizer et al. 2014) dat de overstap wordt ervaren als de meest negatieve fase van de treinreis, zowel emotioneel als in het oordeel over de reis.

Aanbevolen wordt om in service verbeteringen en bij trainingen van personeel expliciet de emotionele ervaring van klanten mee te nemen, zowel bij het creëren van een (verbeterde) dienst als in het contact tussen personeel en klant op het moment van dienstuitvoering zelf. Immers door te sturen op de emotionele beleving wordt direct gestuurd op de klanttevredenheid. Twee reisfasen zijn daarin bijzonder belangrijk:

1. **De treinrit:** deze wordt nu al positief beoordeeld, waarbij de zitplaatskans en de sfeer van de trein erg belangrijk zijn voor de emotionele waardering van (en daarmee het oordeel over) de hele treinreis. Dit is voor de klant de belangrijkste fase van de treinreis en de enige fase waarin de klant echt blij gemaakt kan worden. Consolideren en verder verbeteren van de verblijfskwaliteit van de treinrit zelf zou het belangrijkste speerpunt van de serviceverlening moeten zijn. Dit is een satisfier waarmee het klantoordeel verder verbeterd kan worden.

2. **Overstappen:** hoewel maar een deel van de reizigers te maken heeft met een overstap, wordt de overstap als dissatisfier het meest negatief ervaren. De stress van het halen van de aansluiting werpt een negatieve schaduw over het reisplezier, zelfs wanneer alles op rolletjes loopt. Meer aandacht voor het geven van zekerheid over het halen van de aansluiting kan deze negatieve emoties afzwakken. Indien tegelijkertijd aandacht wordt gegeven aan de verblijfsomgeving (satisfier) van de overstap (het station/perron) dan kan het wachten op het station voor alle reizigers worden veraangenaamd, ook dat leidt aantoonbaar tot hogere klantoordelen (Van Hagen, 2011).

Literatuur

- Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Actions: a Theory of Planned Behavior*. Springer.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, January, 2002, 32, 4 pp. 650-683.
- Altuition, (2015). Internal Report NS, Emoties in de trein, een kwalitatieve studie.
- Baumeister, Bratslavsky, Finkenauer and Vohs (2001). Bad is stronger than good, *Review of General Psychology*, 2001, Vol. 5, No. 4
- De Keizer, Kouwenhoven & Hofker (2014). New insights in resistance to interchange, European Transport Conference, October, 2014, Frankfurt.
- Flanagan (1954). The Critical Incident Technique. *Psychological Bulletin*, Vol. 51, No. 4.
- Kahneman, D. (2000). Experienced utility and objective happiness: A moment based approach. In D., Kahneman & A. Tversky (Eds.), *Choices, values, and frames* (pp. 673-692). New York: Cambridge University Press.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast & Slow*. Macmillan
- Kahneman, D. and Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk *Econometrica*, 47(2), pp. 263-291, March.
- Klimaat IV onderzoek, (2011). Internal Report NS.
- Laros, F., & Steenkamp, J. (2005). Emotion in consumer behavior: a hierarchical approach. *Journal of Business Research*, 58, 1437-1445.
- MuConsult (2015): Internal Report NS, Emoties in de trein, een kwantitatieve studie.
- Russell, J.A. & Mehrabian, A. (1977). Evidence for a Three-Factor Theory of Emotions. *Journal of Research for Personality*, 11, pp. 273-294.
- Van Hagen, M. & Bron, P. (2014). Enhancing the Experience of the Train Journey: Changing the Focus from Satisfaction to Emotional Experience of Customers. *Transport Research Procedia*. Elsevier Science Direct, pp.253-263.
- Van Hagen, M. & de Bruyn, M. (2012). The Ten Commandments of How to Become a Customer-driven Railway Operator, European Transport Conference 2012, October, Glasgow.
- Van Hagen, M. (2011). *Waiting Experience at Train Stations*, Dissertation, Eburon, Delft.
- Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J. (2003). *Services Marketing. Integrating customer focus across the firm*. Third edition. McGraw-Hill Higher Education, New York.