

Close Encounters of Various Kinds. Empirical Studies of Customer-Firm Interactions

Citation for published version (APA):

van Dolen, W. M. (2002). *Close Encounters of Various Kinds. Empirical Studies of Customer-Firm Interactions*. [Doctoral Thesis, Maastricht University]. Uni Network Consultancy BV.
<https://doi.org/10.26481/dis.20020607wd>

Document status and date:

Published: 01/01/2002

DOI:

[10.26481/dis.20020607wd](https://doi.org/10.26481/dis.20020607wd)

Document Version:

Publisher's PDF, also known as Version of record

Please check the document version of this publication:

- A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
- The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
- The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license above, please follow below link for the End User Agreement:

www.umlib.nl/taverne-license

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

repository@maastrichtuniversity.nl

providing details and we will investigate your claim.

Stellingen

behorend bij het proefschrift

Close Encounters of Various Kinds
Empirical Studies of Customer-Firm Interactions

Willemijn M. van Dolen

Maastricht, vrijdag 7 juni 2002

- 1) Klanttevredenheid wordt zowel beïnvloed door het beeld dat de klant heeft van de verkoper als door het beeld dat de verkoper van zichzelf heeft (dit proefschrift).
- 2) De humor die een verkoper gebruikt in een verkoopgesprek beïnvloedt de tevredenheid van de klant meer dan het resultaat van de service (dit proefschrift).
- 3) De inrichting van het Internet als Doe-het-Zelf zaak negeert de behoefte die on-line consumenten hebben aan menselijk contact (dit proefschrift).
- 4) Binnen commerciële chatgroepen treedt een balans op in de rolverdeling: sociaalgerichte verkopers lokken taakgericht gedrag van de groep uit en taakgerichte verkopers lokken sociaal gedrag uit (dit proefschrift).
- 5) Ondanks de geringe afstand tussen Nederland en Engeland spreken de meeste mensen hier Engels met een Amerikaans accent.
- 6) Je moet niet alles volledig willen begrijpen. Het doorzien van dingen verruimt niet altijd je blik.
- 7) Is chatten nu hot of cool?
- 8) Ondanks dat promotiebegeleiding in verschillende tijdszones goed mogelijk is dankzij e-mail, blijkt dat real-time contact onmisbaar is om de klokken gelijk te zetten.
- 9) Voor het communiceren via e-mail geldt de wet van de tijdverslindende tijdsbesparing: omdat het snel kan, ga je het vaker doen zonder te beseffen dat je het communiceren anders niet gedaan zou hebben.
- 10) Veel mensen in onze maatschappij stellen zichzelf vooral centraal, getuige de opmerking van Bette Midler (in de film *Beaches*): "That's enough talk about me. Let's talk about you. What do you think of me?"