

Wat klanten werkelijk vragen

Volledige inhoudelijke analyse van 500 WhatsApp-exports en een aparte visuele analyse van 1.266 historische mediabestanden. De openbare conclusies zijn geanonimiseerd. Namen, telefoonnummers, e-mailadressen, letterlijke gesprekken en herkenbare klantbeelden staan niet in dit verslag.

Belangrijk: de 1.266 mediabestanden komen uit oudere exports. Ze konden niet betrouwbaar aan de 500 recente tekstgesprekken worden gekoppeld. Daarom behandelen we tekst en beeld als twee afzonderlijke bewijsbronnen.

In het kort

1. **De meeste klanten willen niet eerst een behandeling kiezen.** Ze willen weten wat haalbaar is met hun haar.
 2. **Afspraak en beschikbaarheid zijn de grootste praktische behoefte.** Een klant wil een concreet moment, een alternatief en duidelijkheid of de afspraak werkelijk bevestigd is.
 3. **Vestiging en voorkeursmedewerker horen vroeg in de route.** Deze informatie mag niet pas aan het einde verschijnen.
 4. **Tarieven hebben uitleg nodig.** Klanten willen weten wat inbegrepen is, hoelang iets duurt en waardoor het tarief kan variëren.
 5. **Foto's zijn belangrijk, maar worden nu ongestructureerd gestuurd.** Huidig haar, wensbeelden en salonresultaten staan door elkaar.
 6. **Een foto-algoritme moet beeldkwaliteit controleren, niet zelfstandig een behandeling bepalen.** De specialist houdt de eindbeoordeling.
 7. **De gekozen websitearchitectuur klopt.** De hoofdroute wordt "Wat is er mogelijk met mijn haar?" met daarnaast een snelle afspraakroute voor mensen die al weten wat ze willen.
-

Wat er precies is onderzocht

WhatsApp-gesprekken

- 500 tekstexports volledig van begin tot eind beoordeeld.
- 500 unieke broncodes.
- 457 gesprekken met bruikbaar klantcontact.
- 43 lege, interne, technische of niet-relevante exports.
- 66 gesprekken aantoonbaar van nieuwe klanten.
- 338 gesprekken aantoonbaar van bestaande klanten.
- 96 gesprekken waarbij dit niet betrouwbaar kon worden vastgesteld.
- Privacycontrole: geen telefoonnummers, e-mailadressen, links of exacte bedragen in de analysebestanden.

Foto's en andere media

- 318 oudere WhatsApp-exports met media.
- 1.266 mediabestanden volledig visueel beoordeeld.
- Drie onafhankelijke delen van elk 422 bestanden.
- 1.266 unieke itemcodes, zonder overlap of ontbrekende bestanden.
- Alle bestanden hebben een afgeronde beoordeling.
- De beelden zijn uitsluitend beoordeeld op haar, aanzicht, beeldsoort en beeldkwaliteit.
- Geen gezichtsherkenning en geen conclusies over identiteit, leeftijd, afkomst of gezondheid.

Wat klanten in WhatsApp vragen

1. Kan ik een afspraak krijgen?

Beschikbaarheid en planning komen het vaakst terug.

Klanten willen weten:

- wanneer er plaats is;
- of een alternatief mogelijk is;
- bij welke medewerker zij terecht kunnen;
- in welke vestiging de behandeling plaatsvindt;
- of een voorgesteld moment al een bevestigde afspraak is.

Gevolg voor de website: toon beschikbaarheid, medewerker en vestiging eerder. Maak duidelijk verschil tussen aanvragen, voorstellen en bevestigen.

2. Wat is er mogelijk met mijn haar?

Veel mensen kennen de naam van de juiste behandeling niet.

Zij willen vooral weten:

- of hun wens haalbaar is;
- hoeveel stappen nodig zijn;
- wat bij hun huidige haar past;
- welk resultaat realistisch is;
- of zij eerst moeten herstellen, knippen of kleuren.

Gevolg voor de website: de hoofdroute start bij de behoefte en het haarprobleem, niet bij een lange behandelingslijst.

3. Wie kan mij het beste helpen?

Voorkeursmedewerker en vestiging zijn echte beslisfactoren.

Gevolg voor de website: laat per specialiteit zien wie dit uitvoert en waar. Onthoud die keuze in de afspraakroute.

4. Wat krijg ik voor het tarief?

Alleen een bedrag is onvoldoende.

Klanten vragen ook naar:

- wat inbegrepen is;
- de verwachte behandeltijd;
- onderhoud en vervolgafspraken;

- waarom het tarief per haarsituatie kan verschillen;
- eventuele aanbeting en betaalwijze.

Gevolg voor de website: combineer tarieven met inhoud, duur en verwachting.

5. Wat moet ik praktisch weten?

Parkeren, bereikbaarheid, uitloop, wijzigen en annuleren veroorzaken extra contact.

Gevolg voor de website: plaats praktische informatie vóór de afspraak en herhaal de belangrijkste informatie in de bevestiging.

6. Wat gebeurt er als ik twijfel of ontevreden ben?

Een klacht of onzekerheid past niet in een standaard boekingsroute.

Gevolg voor de website: bied een herkenbare menselijke herstelroute. Eerst luisteren en beeld beoordelen, daarna pas een oplossing voorstellen.

Wat de 1.266 beelden laten zien

BEELDSOORT	AANTAL	AANDEEL
Huidige haarsituatie	574	45,3%
Wens- of inspiratiebeeld	406	32,1%
Salonresultaat of voor-na	114	9,0%
Persoonlijk of overig	66	5,2%
Document	61	4,8%
Onduidelijk	36	2,8%
Product	9	0,7%

In totaal waren **1.094** van de **1.266** bestanden haargericht. Dat is 86,4%.

Aanzichten

AANZICHT	AANTAL
Achterkant	460
Voorkant	329
Zijkant	218
Meerdere aanzichten	93
Onduidelijk of niet toepasbaar	166

De achterkant wordt het vaakst gestuurd. Eén beeld is echter meestal onvoldoende voor een betrouwbare inschatting.

Terugkerende kwaliteitsproblemen

- Haar is afgesneden of niet volledig zichtbaar.
- Screenshots bevatten app-interface of tekstlagen.
- Selfies tonen maar één hoek.
- Binnenlicht geeft een warme of onbetrouwbare kleurzweem.
- Beelden zijn onscherp, klein of zwaar bewerkt.
- Haar is vast, bedekt of sterk gestyled.
- Huidig haar en wensbeeld zijn niet duidelijk van elkaar gescheiden.

Wat we met de fotoanalyse gaan doen

Twee aparte uploads

1. Dit is mijn haar nu.
2. Dit zou ik graag willen.

De technische rol van ieder beeld wordt meteen opgeslagen. Zo hoeft een systeem niet te gokken.

Korte foto-instructies

Voor de huidige haarsituatie vragen we:

- haar los en droog;
- daglicht;
- geen filter;
- rustige achtergrond;
- kruin, aanzet, lengtes en punten volledig zichtbaar;
- bij voorkeur voorkant, zijkant en achterkant.

Veilige automatische controle

Automatisering mag controleren op:

- onscherpte;
- te weinig of te veel licht;
- haar buiten beeld;
- te lage resolutie;
- ontbrekende kijkhoek;
- screenshot of storende interface.

Automatisering mag ondersteunen met eenvoudige zichtbare labels zoals lengteklasse, globale kleurfamilie, aanzicht en steil, slag of krul.

Wat automatisering niet beslist

- de definitieve behandeling;
- de conditie of gezondheid van het haar;
- een medische oorzaak;
- een garantie op het eindresultaat;
- identiteit, leeftijd of andere persoonskenmerken.

De specialist beoordeelt altijd de haalbaarheid en de uiteindelijke behandeling.

Besluit voor de nieuwe website

De onderzoeksuitkomsten worden als volgt verwerkt:

1. **Hoofdroute:** “Wat is er mogelijk met mijn haar?”
2. **Snelle route:** “Ik weet al wat ik wil.”
3. **Vier behoeftekeuzes** vóór de volledige specialiteitenlijst.
4. **Vestiging en medewerker vroeg kiezen** en daarna onthouden.
5. **Tarieven met inbegrepen onderdelen en behandeltijd.**
6. **Huidige-haarfoto en wensfoto apart uploaden.**
7. **Beschikbaarheid en alternatieven duidelijker tonen.**
8. **Alle gekozen context meenemen** tot aan de aanvraag en bevestiging.
9. **Een aparte menselijke route** voor twijfel, correctie en ontevredenheid.

Meetgrens

WhatsApp laat goed zien welke vragen en onzekerheden in echt klantcontact ontstaan.

WhatsApp bewijst niet:

- met welke zoekterm iemand binnenkwam;
- welke pagina de doorslag gaf;
- of een aanvraag uiteindelijk een betaalde afspraak werd;
- wat de exacte omzet per klant was.

Daarom combineren we deze uitkomsten met Search Console, Analytics, Hotjar en afspraakdata.

Privacy

De ruwe gesprekken en beelden blijven in de afgeschermdé privémap op de MacBook.

Dit openbare verslag bevat alleen totalen, patronen en ontwerpbesluiten. Er zijn geen klantbeelden, namen, nummers of letterlijke gespreksteksten gepubliceerd.