
Een klantgericht bibliotheekconcept: het benaderen van vragen in hun context (deel 1)



Edwin Van Troostenberghe
Bibliothecaris openbare
bibliotheek Middelkerke
Populierenlaan 16
8430 Middelkerke
Tel.: 059 31 99 10
e-mail:
edwin.vantroostenberghe
@middelkerke.be

ARTIKEL

Ruim tien jaar heeft de bibliotheekwereld de mond vol van gebruikersvriendelijkheid. Het is verwonderlijk dat zo weinig onderzoek gedaan werd naar de vraag hoe de bibliotheek de gebruiker de beste service kan geven. Veel ingrepen in het kader van gebruikersvriendelijkheid zijn veeleer marginaal. In wezen zijn veel bibliotheken nog erg collectiegericht. Het is tijd dat wordt uitgekeken naar een fundamenteel nieuw concept rond informatiebemiddeling.

Wat volgt is een strategie om de klant te benaderen vanuit de vraagcontext waarmee hij de bibliotheek binnenwandelt.

Een bezoeker vroeg een collega waar de boeken over recht stonden. Na een kort gesprek bleek dat de klant van plan was te scheiden. Hij zocht eigenlijk een gids over de verschillende mogelijkheden bij een echtscheiding.

Een mevrouw informeerde naar de boeken over honden en ging buiten met het adres van een plaatselijke hondenclub waar zij terecht kon om haar hondje te laten trainen.

DE VRAAG ACHTER DE VRAAG

Waarom stelt de klant een vraag? Voor een schoolopdracht? Omdat hij voor een belangrijke keuze staat? Is hij 'zomaar' geïnteresseerd in het onderwerp? Zoekt hij een oplossing, advies, hulp voor een probleem? Heeft zijn vraag met zijn beroep te maken?

Een klant komt de openbare bibliotheek binnen met een vraag. Die vraag zit altijd in een context. Er is een reden waarom de klant die vraag stelt. De vraag is vaak slechts het topje van de ijsberg. Achter de vraag zitten mogelijk een hele reeks andere vragen verborgen.

Als je de context kent van waaruit de klant zijn vraag stelt, kun je hem ook adequater bij een gepaste informatiebron brengen.

Een voorbeeld: een klant vraagt naar informatie over ADHD. Betreft het een scholier die een werkstuk moet maken, dan zal hij misschien best gediend zijn met enkele eenvoudige tijdschriftartikels. Is het een moeder die vermoedt dat haar kind aan die stoornis lijdt, dan zal informatie gezocht worden over symptomen van de stoornis, oorzaken, gevolgen, geneeskansen, waar je terecht kan...

Als je al die informatiebronnen bijeenbrengt – in het rek, in een folder, in de



Alle klanten stellen vragen in een bepaalde context. Foto: Paul Van Wouwe.

catalogus... – die relevant kunnen zijn in een bepaalde context, dan bied je de klant een belangrijke meerwaarde. Je attendeert hem op allerlei materialen die in zijn situatie bruikbaar kunnen zijn.

Nog een voorbeeld: een klant is zwanger en vraagt of er boeken zijn over bevallen onder water. Wellicht zit de vrouw met veel meer vragen: hoe ziet het kindje er na vier maanden uit, hoe noem ik mijn kindje, zou ik best borstvoeding geven, hoe richt ik de babykamer in, waar kan ik terecht voor prenatale oefeningen...

Niet alle vragen worden geformuleerd. Niet alle vragen worden duidelijk geformuleerd. Onze informatiebemiddeling zal er dus op gericht moeten zijn de klant te helpen bij het formuleren van zijn vragen.

VRAAGCONTEXTEN IN KAART BRENGEN

Als je een vraaggerichte strategie wilt ontwikkelen, zul je moeten proberen de vraagcontexten in kaart te brengen. Je moet dus een lijst maken van contexten waarvoor de bibliotheek antwoorden wil bieden (tabel 1).

Kun je al de contexten in kaart brengen? Het lijken er wel oneindig veel. Je zult nooit volledig zijn. Maar er is wel beperkt aantal contexten van waaruit in alle bibliotheken vragen gesteld worden. Vragen over je rechten als huurder mag je zowel verwachten in Alveringem als in Antwerpen. Alleen zullen die in Antwerpen veel vaker gesteld worden.

Daarnaast zijn er enkele vraagcontexten die niet in alle bibliotheken relevant zijn. In sommige bibliotheken zijn bijvoorbeeld bepaalde beroepsgroepen en opleidingsgroepen belangrijk. Zij kunnen niet steeds terugvallen op een vakbibliotheek en stappen daarom naar de openbare bibliotheek. Denk bijvoorbeeld aan verplegend personeel of lesgevers.



Vragen in kaart brengen

Bij elke context hoort een reeks vragen. We kunnen niet alle vragen opsommen, maar voor elke context kunnen we wel de types van vragen in kaart brengen (tabel 2 en 3).

Bronnen in kaart brengen

Zodra je weet vanuit welke context klanten vragen stellen, en je zicht hebt op de types van vragen die gesteld worden, kun je nagaan hoe vraaggericht je collectie wel is. Het uitgangspunt bij collectievorming is hier niet: 'Heb ik een aanbod dat representatief is voor wat op de markt verschijnt?', maar wel: 'Beschik ik over een aanbod dat antwoord geeft op de vragen van mijn klanten?'

Met andere woorden:

- Heb ik in mijn collectie bronnen die het antwoord geven op de types van vragen die ik in kaart gebracht heb?
- Zijn die bronnen representatief?
- Zijn die bronnen betrouwbaar?
- Zijn die bronnen actueel?
- Wat zijn de toppers?
- Hoe spoor ik extra bronnen op?
- Moet ik extra bronnen in huis halen?
- Hoe kan ik geattendeerd worden op bronnen die ik niet via de klassieke kanalen verwerf?

Voor een aantal vragen vind je geen antwoord in het gewone boekenaanbod. Aanvullingen via minder voor de hand liggende distributiekanaalen zullen noodzakelijk zijn. Bepaalde informatie

zul je enkel op cd-rom of op het internet vinden. Je moet de bronnen actief opsporen.

Voorbeeld: voor klanten die postzegels verzamelen zul je catalogi moeten bestellen in een speciaalzaak.

Je kunt voor elk type van vraag een overzicht maken van bronnen die de klant kunnen helpen. Soms gaat het over een specifieke bron (bv. Literom), soms over een type van bron (bv. een boek over leven met een bepaalde kwaal) (tabel 4).

Informatiebemiddelaars in kaart brengen

In de bibliotheek heb je nooit alles in huis. Op een bepaald moment moet je kunnen doorverwijzen. De vraag is: 'Welke organisaties of particulieren geven informatie aan het publiek op een bepaald domein en hebben (onder andere) mijn gemeente als werkgebied?' (tabel 5).

Op welke vragen kunnen deze organisaties of personen een antwoord geven? Wanneer en op welke manier kunnen onze klanten daar terecht?

Vaak beperken deze organisaties zich niet tot informatiebemiddeling. In bepaalde gevallen geven ze ook advies, begeleiding of hulp.

Voor informatie in de context van studie (eindwerken bijvoorbeeld), kun je doorverwijzen naar andere biblio-

Een klantgericht bibliotheekconcept:
het benaderen van vragen in hun context

theken of documentatiecentra. Daarvoor is het nodig zicht te hebben op de instellingen die voor het publiek makkelijk bereikbaar zijn. Als een klant in Middelkerke technische informatie nodig heeft, verwijst ik hem door naar de bibliotheek van de technische hogeschool in Oostende. Studenten maatschappelijk werk stuur ik vaak naar de welzijnsbibliotheek van de provincie te Brugge en binnenkort kan ik moeilijke

vragen over kunst doorschuiven naar de bibliotheek van het Provinciaal Museum voor Moderne Kunst te Oostende.

In deze voorbeelden ligt de vraagcontext op het niveau van het hoger onderwijs. Voor een kleine bibliotheek is dit geen uitdrukkelijke doelgroep. In een grotere bibliotheek is dat wel het geval.

ZOEKSTRATEGIEËN ONTWIKKELEN, TRAJECTEN IN KAART BRENGEN

Tabel 1: Voorbeelden van vraagcontexten

De klant is een actief sportbeoefenaar
De klant wil aan zijn persoonlijkheid werken
De klant doet aan lokale geschiedschrijving
De klant is actief rond het milieu
De klant gaat een auto kopen
De klant wil een eigen zaak starten
De klant stelt een familiestamboom samen
De klant heeft een huisdier gekregen
De klant zoekt een job
De klant bespeelt een muziekinstrument
De klant wil een rijbewijs halen
De klant heeft een seksueel probleem
De klant heeft een sterfgeval in de familie
De klant moet een studiekeuze maken
De klant een taal leren
De klant gaat bouwen
De klant gaat erven
De klant gaat scheiden
De klant gaat trouwen of samenwonen
De klant is geïnteresseerd in militaria
De klant belegt geld
De klant knutselt graag
De klant volgt de sportactualiteit
De klant is huurder
De klant is verhuurder
De klant is in kunst geïnteresseerd
De klant is lesgever
De klant is met elektronica bezig
De klant zal met pensioen gaan
De klant gaat op reis
De klant is ouder van twee adolescenten
De klant verzamelt postzegels
De klant zoekt religieuze verdieping
De klant wil afslanken
De klant is ziek of heeft een kwaal

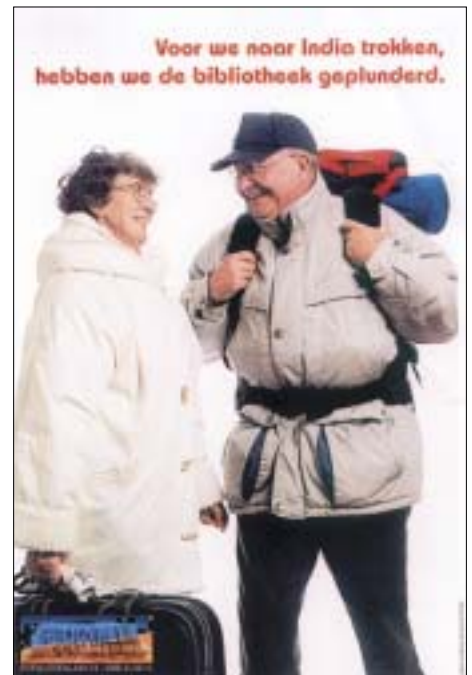
Ooit al meegemaakt dat een scholier informatie over een auteur vroeg en dat je de stakker imponeerde met encyclopedieën, auteursmappen, referenties van sites, hem tussen de volwassenafdeling en de jeugdafdeling heen en weer slingerde, tot de betrokkene aangaf dat hij slechts een paar regeltjes moest opschrijven?

Je hoeft dus niet meteen alle registers open te trekken. Wil de klant veel informatie of beperkt? Heeft hij heel gedetailleerde vragen of zoekt hij eerder algemene informatie?. Wil hij vooral tekst of zoekt hij illustraties?

Welke route ga je volgen om de vraag te beantwoorden? Welke bronnen ga je eerst aanboren? Welk traject ga je afleggen?

Voorbeeld: een klant wil informatie over een schilder.

Er zijn heel veel verschillende bronnen over schilders. Het gemakkelijkst is het als je een monografie in huis hebt over die bepaalde schilder. Maar er zijn ook naslagwerken. Er zijn boeken die een bepaalde periode behandelen, een bepaalde stijl, een bepaald thema, een bepaald land, een bepaald museum. Er



Hoe concreter de klant zijn vraag stelt, hoe beter de bibliotheek in staat is gerichte informatie aan te reiken.

zijn cd-roms en er zijn veel sites op het internet. Welke stappen ga je zetten om om zo snel mogelijk resultaat te boeken?

Uiteraard kun je niet alle gevallen vooraf in kaart brengen. Veel vragen vergen alle mogelijke creativiteit in het zoeken. Intuïtie en doorzetting zijn hierbij onontbeerlijk. Het gaat er om typevragen aan typestrategieën te koppelen. Bij vragen die regelmatig terugkeren moet niet telkens opnieuw nagedacht worden over waar je moet beginnen. Bij een vraag naar auteursinformatie kan het gemakkelijker zijn als je een scenario voorbereid hebt, bijvoorbeeld:

In geval A kijk je eerst in bron 1, dan in bron 2, ...

In geval B kijk je eerst in bron 2, dan...

Je kunt voor de verschillende types van vragen trajecten beschrijven om stap voor stap bij de interessantste bronnen te komen.

DE 'TRECHTERTHEORIE'

Op welke manier zoekt de klant? In de vakliteratuur maakt men er zich vaak gemakkelijk van af: er zijn gras-

Tabel 2: Voorbeeld 1: de klant belegt geld

Oriëntatie	Hoe werkt het beursmechanisme? Wat is een obligatie?
Actuele beursinformatie	Is mijn aandeel gestegen?
Beleggingstips	Waar kan ik best beleggen?

Tabel 3: Voorbeeld 2: de klant gaat op reis

Oriëntatie	Naar welk land zou ik gaan?
Planning	Wat is de interessantste weg ernaartoe? Waar vind ik een goed logement? Wat is daar te bezien, te beleven? Heb ik een visum nodig? Heb ik inentingen nodig?

duiners en er zijn mensen die gericht zoeken. De werkelijkheid is een stuk complexer. De gerichte zoeker weet ook niet altijd zo precies wat hij wil. En de grasduiner zoekt niet altijd zo vrijblijvend. Latent zit hij met veel vragen in zijn hoofd. De bibliotheek kan hem op ideeën brengen, kan nieuwe vragen oproepen en/of vragen expliciet maken (tabel 6).

Buiszoeken

Een klant komt met een specifieke vraag. Je biedt hem de kortste weg naar het antwoord.

Voorbeelden

- Waar vind ik een statistiek over het aantal verkeersdoden in België in 2000?
- Is 'De overbodige man' van Anthony Clare binnen?
- Waar staat 'De Financieel Economische Tijd'?
- Ik zoek ideeën om alcoholvrije cocktails te maken.

Trechtersoeken: verengen

Een klant heeft een bepaalde vraag waar je verschillende richtingen mee uit kan. Je helpt de klant de vraag te specificeren zodat je de meest passende bron kunt aanbieden.

Voorbeeld: een klant wil Italiaans leren

Om de meest geschikte bron te vinden moet je de vraag beter in zijn context kunnen plaatsen:

- Kan de klant een cd-rom afspelen, video, geluidscassette?
- Wil hij een snelcursus voor zijn vakantie of wil hij de taal grondig leren?
- Wil hij vooral woorden en uitspraak inoefenen of gaat het veeleer om de grammatica?
- Heeft de klant een visueel of een auditief geheugen?
- Heeft hij al een voorkennis van de taal of van een verwante taal?
- Is hij geïnteresseerd om een taalcursus te volgen?

Stap voor stap kom je bij de bron die in de gegeven context het meest geschikt is.

Trechtersoeken: verruimen

Achter een vaag geformuleerde of specifieke vraag van de klant schuilt een cluster van vragen. Je reikt hem enkele mogelijkheden aan binnen zijn belangstellings sfeer. Je attendeert de klant op het bestaan van bronnen die in zijn vraagcontext relevant kunnen zijn.

Voorbeeld: een klant wil op reis naar Rome

- Weet de klant dat je daarover ook een video hebt?
- Weet hij dat je in de catalogus verhalen kunt opsporen die zich in Rome afspelen?
- Weet hij dat er een boekje is dat een aantal begrippen in het Italiaans uitlegt voor toeristen?
- Weet de klant dat je op het internet kunt zien welke festiviteiten er in Rome plaats grijpen tijdens zijn verblijf?
- Weet hij dat er een kunstboek in de collectie zit over de Sixtijnse kapel?

Bij de informatiebemiddeling is buiszoeken niet altijd de meest aangewezen weg. Soms moeten we een algemeen en vaag geformuleerde vraag verengen en de juiste context achterhalen. En moeten we daarna weer ver-

Tabel 4: Een overzicht van de bronnen voor elke type vraag

Informatiedomein	Context	Type vraag	Bronnen
Beeldende kunst	Klant heeft kunstwerk in huis	over een minder bekend kunstenaar	Ik wil iets weten Thieme/Becker Jacobs
Literatuur	Klant moet werk maken voor school	Ik zoek informatie over een Vlaams auteur	Lexicon... Encyclopedie... Literom Internet
Gezondheid	Klant heeft last van een chronische kwaal	Ik zoek informatie over diabetes	Boeken over diabetes Boeken over 'leven met diabetes' Dieetboeken Medische encyclopedie (op cd-rom?) Internetsite? Gids zelfhulpgroepen

Een klantgericht bibliotheekconcept:
het benaderen van vragen in hun context

Jongereninfo	Gemeentelijke jeugddienst Jac
Bedrijfsinfo	Vizo Kamer van koophandel
Juridische info	Notarissen
Jobinfo	VDAB Vakbonden
Onderwijs	CLB
Reisinfo	Reisagentschappen
Evenementen	Gemeentelijke cultuur dienst Toeristische dienst
Sport	Gemeentelijke sportdienst

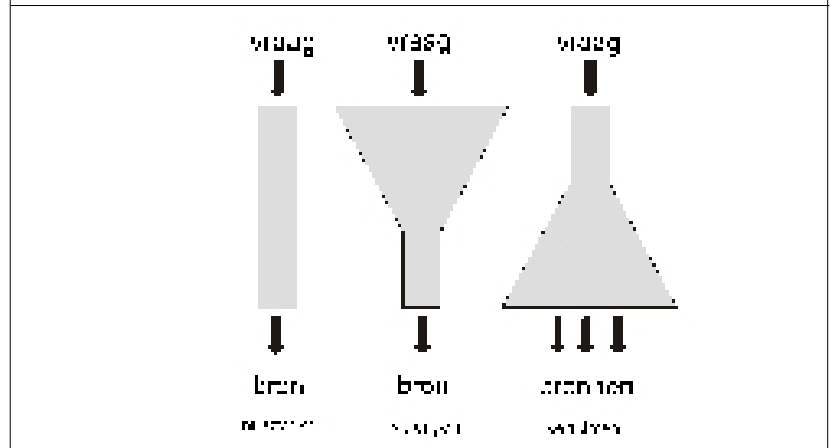
ruimen om de klant alles aan te bieden wat in zijn context nuttig kan zijn.

Iemand vraagt waar de boeken staan over recht. Je kunt de klant de weg naar de betreffende kast wijzen. Maar is hij daarmee geholpen? Als blijkt dat hij in een echtscheiding verwickeld is, is hij misschien meer gebaat met een wegwijzer, het tijdschrift van een organisatie voor gescheiden mannen met kinderen, het adres van een dienst voor echtscheidingsbemiddeling, een getuigenis van ex-partners die co-ouderschap toepassen, een jeugdverhaal dat tot doel heeft echtscheiding bespreekbaar te maken voor jonge kinderen...

SAMENVATTING

Een fundamenteel nieuw concept rond informatiebemiddeling in openbare bibliotheken bestaat erin de klant te benaderen vanuit de context waarin zijn vraag ontstaan is. Als de bibliothecaris die context kent, kan hij de klant adequater bij de juiste informatiebron brengen. Daarvoor moeten de contexten, de vragen, de bronnen en de informatiebemiddelaars in kaart worden gebracht, en moeten zoekstrategieën ontwikkeld worden, of trajecten die gevolgd kunnen worden bij de meest gestelde vragen. De auteur ontwikkelde daartoe een trechtertheorie, een manier om de klant te helpen zijn vraag te preciseren en hem zo bij de juiste bronnen te brengen.

Tabel 6: verschillende methodes om te zoeken



BESLUITEN

In dit artikel wordt gepleit om een strategie voor informatiebemiddeling in de openbare bibliotheken uit te werken op basis van de contexten van waaruit de klant zijn vraag stelt.

De eerste stap om een dergelijke strategie tot stand te brengen omvat het in kaart brengen van die contexten, van de (type)vragen, van de (type)bronnen en van andere informatiebemiddelaars.

De tweede stap omvat het opmaken van 'routekaarten' of trajecten die gevolgd kunnen worden bij de meest gestelde (type)vragen. Daarbij wordt gebruikgemaakt van de 'trechtertheorie', die vooral steunt op de vaststelling dat de meest succesvolle informatiebemiddeling niet noodzakelijk een direct antwoord op de initiële vraag is.

Eenzijds moeten we de klant helpen om zijn vraag te formuleren en te preciseren, en daartoe is het nuttig de context te kennen van waaruit hij zijn vraag stelt. Anderzijds moeten we (indien gewenst) de klant attenderen op alle bronnen die relevant kunnen zijn in de context waarin hij zijn vraag stelt, dus ook op die bronnen die geen antwoord geven op zijn initiële vraag.

Totnogtoe hebben we abstractie gemaakt van de vraag of de klant zijn vraag effectief aan een bibliotheekmedewerker stelt, of dat hij gewoon tussen de kasten loopt. De contextuele zoekstrategie kun je toepassen op:

- het plaatsingssysteem;
- de catalogus;
- de interactie aan de infobalie;
- de digitale bibliotheek.

In een volgende aflevering gaan we daar verder op in.

ABSTRACT

A fundamentally new concept concerning information mediation in public libraries consists in approaching the customer from the context his question is embedded in. If the librarian knows this context, he can bring the customer more adequately to the appropriate information source. Therefore, overviews are to be made of those contexts, the actual questions, the sources and the information brokers, and searching strategies should be developed, or the trajectory to be followed when confronted with the most frequent questions. The author developed the so-called 'funnel theory', a means to help the customer formulate his question more precisely and thus bring him to the right sources.