

Samenvatting van onderzoeksverslag: E-mail coaching

- **Samenvatting en conclusies**
- **Opzet van het onderzoek**
- **Discussie**

Samenvatting en conclusies

In 2011 heeft coachings- en trainingsbureau HET KAN ANDERS een onderzoek uitgevoerd naar verschillende vormen van E-mail coaching. Het onderzoek is in eerste instantie bedoeld om de gegevens voor de eigen coachingspraktijk te gebruiken. Door het beschikbaar stellen van de geanonimiseerde gegevens kan het mogelijk ook een aanzet geven om meer onderbouwd onderzoek te doen naar de effectiviteit en efficiency van methoden van coaching in het algemeen en van E-mail coaching in het bijzonder.

Aan het onderzoek hebben 8 personen deelgenomen die een coachtraject hebben gevolgd in één van de volgende drie vormen:

- A: Uitsluitend E-mail coaching gedurende 3 weken.
- B: Eén kennismakingsgesprek en vervolgens 3 weken E-mail coaching.
- C: Eén kennismakingsgesprek, na twee weken een tussentijds gesprek en na weer 2 weken een eindgesprek. In de tussenliggende periode van in totaal 4 weken is er bij deze deelnemers gecoacht via de mail.

In dit onderzoek blijkt dat de coachtrajecten kort waren, met name vorm A en B.

Ondanks dat de trajecten kort waren hebben alle deelnemers hun gewenste resultaten geheel of gedeeltelijk bereikt. Er was voldoende tijd om inzicht betreffende de coachvraag te bereiken, er was weinig tijd voor oefenen met en transfer van het geleerde.

Als voordelen van E-mail coaching worden genoemd: bepalen van eigen tijd en tempo, op papier zetten dwingt tot goed nadenken en nalezen, stok achter de deur, intensief betrokken, snelle reactie coach, resultaatgericht, positief / constructief.

Als nadelen van E-mail coaching worden genoemd: missen van persoonlijk contact (voor groep A), forse tijdsinvestering in korte periode.

Conclusies:

- E-mail coaching is effectief.
- Een E-mail coachtraject is voor de coachee ten minste zo efficiënt als een regulier coachtraject.
- Een E-mail coachtraject is voor de coach niet efficiënter in coachtijd dan een regulier coachtraject, wel efficiënter in reistijd en gebruik locatie.
- Alle vormen van E-mail coaching in dit onderzoek blijken effectief. Het is afhankelijk van de voorkeur van de coachees en van de lengte van het coachtraject welke vorm als het meest effectief wordt ervaren.
- De beoordeling van de efficiency van E-mail coachtrajecten met of zonder gesprekken is erg afhankelijk van de beleving van de coachee.
- De meeste deelnemers vinden het voeren van minimaal één gesprek zinvol bij een E-mail coachtraject.

Gebruikte termen:

- E-coaching: coaching via E-mail, chat, telefoon of skype.
E-mail coaching: coaching via E-mail.
Reguliere coaching: coaching via persoonlijke gesprekken, ook wel face-to-face coaching genoemd.

Opzet van het onderzoek

De onderzoeksvragen zijn:

1. Hoe effectief is E-mail coaching?
2. Hoe efficiënt is E-mail coaching?
3. Is er verschil in effectiviteit bij verschillende vormen van E-mail coaching?
4. Is er verschil in efficiency bij verschillende vormen van E-mail coaching?
5. Naar welke vorm van E-mail coaching gaat de voorkeur uit van coachee?

Er hebben in totaal 8 personen deelgenomen aan het E-mail coaching onderzoek. De deelnemers zijn geworven via LinkedIn groepen. Zij zijn gecoacht op serieuze werkgerelateerde coachvragen. De deelnemers hebben vooraf een symbolische bijdrage van €25 betaald voor het coachtraject.

De coach was steeds dezelfde: Marga Spaanjaars, de coach van HET KAN ANDERS.

2

De deelnemers zijn in 3 groepen ingedeeld:

- A: Vier deelnemers zijn uitsluitend gecoacht via de mail gedurende 3 weken.
B: Twee deelnemers hebben één kennismakingsgesprek gehad en vervolgens 3 weken E-mail coaching.
C: Twee deelnemers hebben één kennismakingsgesprek gehad, na twee weken een tussentijds gesprek en na weer 2 weken een eindgesprek. In de tussenliggende periode van in totaal 4 weken is er bij deze deelnemers gecoacht via de mail.

De volgende gegevens zijn voor dit onderzoek verzameld:

- A. Antwoorden op vragen aan de deelnemers bij aanvang van het coachtraject.
- B. Leerstijltest bij aanvang van het coachtraject.
- C. Evaluatieformulier ingevuld door de deelnemers na afloop van het coachtraject.
- D. Evaluatievragen aan de coach na afloop van het coachtraject.
- E. Registratie van de tijdsinvestering van de coach.
- F. Het aantal contacten met de deelnemers.

Discussie:

1. Hoe effectief is E-mail coaching?

De coachtrajecten waren kort: 3 of 4 weken. Hierdoor was er weinig tot geen tijd voor de transfer van het geleerde. Ondanks dat de periode kort was hebben alle deelnemers hun gewenste resultaten geheel of gedeeltelijk bereikt. Daarnaast worden de coachtrajecten met gemiddeld een 7,9 beoordeeld. Deze beoordeling heeft op meerdere factoren betrekking, maar verondersteld kan worden dat het effect van het coachtraject een onderdeel van deze beoordeling is.

Als voordelen van het effect van E-mail coaching worden genoemd: stok achter de deur, resultaatgericht, op papier zetten dwingt tot goed nadenken, nalezen.

Uit bovenstaande kan worden geconcludeerd dat in dit onderzoek de E-mail coaching als effectief is ervaren door de deelnemers.

2. Hoe efficiënt is E-mail coaching?

De deelnemers zijn niet allemaal specifiek in de hoeveelheid tijd die zij in het coachtraject hebben gestoken. Dit varieert van 30 minuten per contactmoment tot totaal 15 uur. De verhouding tussen het geleerde en de tijdsinvestering wordt door de deelnemers als voldoende tot goed beoordeeld. De tijdsinvestering is in korte tijd vrij hoog (ook vanwege de korte duur van het coachtraject), maar het rendement is ook hoog. Dit weegt voor de deelnemers tegen elkaar op, of wordt zelfs als gunstig ervaren.

De coach heeft gemiddeld bijna 9 uur per coachtraject geïnvesteerd. De verwachting is dat deze tijd kan worden gehalveerd, en mogelijk nog lager uit kan komen op het moment dat de coach meer ervaren is en er minder tijd hoeft te worden gestoken in ontwikkelen van digitaal materiaal. Ook het uitwerken van de leerstijltest ten behoeve van dit onderzoek heeft vrij veel tijd gevraagd. In dit onderzoek was de tijdsinvestering van de coach ongeveer gelijk aan de tijdsinvestering voor een regulier coachtraject met 6 gesprekken. Het rendement in dit onderzoek is vermoedelijk vergelijkbaar met een regulier coachtraject van 6 gesprekken. Bij een coachtraject van 6 gesprekken kan er meer tijd zijn voor de transfer.

Als de coach vaardiger wordt en meer direct inzetbaar materiaal ter beschikking heeft, is de verwachting dat het coachen via de mail een vergelijkbare tijdsinvestering van de coach vraagt, als een regulier coachtraject. Het is interessant dit bijvoorbeeld over een jaar nog eens te toetsen.

Voor zowel deelnemers als coach geldt dat niet of slechts beperkt sprake is van reistijd en het beschikbaar hebben van een gespreksruimte.

Ook het reageren in eigen tijd en tempo wordt als voordeel genoemd.

Een voorzichtige conclusie betreft de efficiency van E-mail coaching in dit onderzoek kan zijn: een E-mail coachtraject kan voor de coachee efficiënter zijn dan een coachtraject uitsluitend bestaand uit gesprekken, afhankelijk van de tijd die hij er zelf insteekt. Een E-mail coachtraject is voor de coach niet per definitie efficiënter in de tijd, maar wel in het gebruik van een gespreksruimte en wat betreft eventuele reistijd.

3. Is er verschil in effectiviteit bij verschillende vormen van E-mail coaching?

De beoordeling van het coachtraject in het algemeen is gemiddeld lager bij groep A (7,5), hoger bij groep B (8) en het hoogst bij groep C (8,5). Ook in de bereikte resultaten zijn de deelnemers van groep C het verst gekomen. Daarbij moet worden aangemerkt dat zij gemiddeld genomen 3 contactmomenten meer hebben gehad. Deelnemers van groep B waren ook redelijk tevreden over het bereikte resultaat in de korte tijd die beschikbaar was. In groep A hadden de deelnemers het meest de ervaring dat er wel een start was gemaakt, maar dat er nog behoefte was aan meer oefening en transfer.

Op de vraag welke vorm van E-mail coaching de deelnemers het meest effectief vinden, antwoorden 2 deelnemers van groep A en de deelnemers van groep C dat zij de vorm van E-mail coaching in combinatie met 3 gesprekken het meest effectief vinden. Eén van de deelnemers van groep A heeft geconcludeerd dat E-mail coaching voor hem niet geschikt is omdat hij zich veel makkelijker mondeling duidelijk kan maken dan schriftelijk. Hij vindt coachtrajecten die bestaan uit alleen gesprekken het meest effectief. Eén deelnemer van groep A vindt de vorm waarbij alleen E-mail contact is het meest effectief.

De deelnemers van groep B vonden beide de vorm van B: E-mail coaching en één kennismakingsgesprek het meest effectief.

Opvallend is dat drie van de vier deelnemers de voorkeur geven aan een traject met minimaal één gesprek. Wat mee kan spelen is het gegeven dat drie van de vier deelnemers uit groep A zelf coachen en mogelijk als gevolg van hun ervaring en interesse meer belang hechten aan het persoonlijke contact dan gemiddelde coachees.

De coach vindt coachtrajecten met minimaal één gesprek en een langere periode voor het coachtraject het meest effectief.

Alle vormen van E-mail coaching in dit onderzoek blijken effectief. Het is afhankelijk van de voorkeur van de coachees en van de lengte van het coachtraject welke vorm als het meest effectief wordt ervaren.

4. Is er verschil in efficiency bij verschillende vormen van E-mail coaching?

Als voordelen van E-mail coaching zonder gesprekken worden genoemd de winst op reistijd, de eigen tijd kunnen indelen, en (door de coach) het niet hoeven organiseren (betalen) van gespreksruimte. Toch geeft bijna elke deelnemer aan E-mail coaching met één of meer gesprekken praktischer te vinden.

De deelnemers van groep B en van groep C zijn heel tevreden met de vorm van het coachtraject dat zij hebben gevolgd. De deelnemers van groep A vinden coaching met één of meer gesprekken bijna allemaal niet alleen effectiever, maar ook praktischer. Eén deelnemer van groep A vindt E-mail coaching zonder gesprekken zowel effectiever als praktischer.

De coachtrajecten uit groep A zijn gemiddeld ongeveer even lang geweest als die uit groep B. De coachtrajecten uit groep C waren iets langer. De bereikte resultaten nemen (globaal gezien) rechtevenredig toe met de geïnvesteerde tijd, waarbij het bij groep A langer duurde om het persoonlijk contact op te bouwen tijdens de mailcontacten.

Het lijkt er in dit onderzoek op dat de praktische voordelen van uitsluitend via de mail coachen voor de meeste deelnemers niet opweegt tegen de voordelen van minimaal éénmaal een gesprek voeren met de coach. Verder lijkt de efficiency erg afhankelijk van de beleving van de coachee.

5. Naar welke vorm van E-mail coaching gaat de voorkeur uit van de coachee?

Twee deelnemers van groep A hebben voorkeur voor een E-mail coachtraject met één of drie gesprekken, of een E-mail coachtraject over een langere periode met vijf gesprekken. Eén deelnemer uit groep A heeft de voorkeur voor coachtrajecten die alleen bestaan uit gesprekken. Eén deelnemer uit groep A geeft de voorkeur aan E-mail coachtrajecten zonder gesprekken. De deelnemers van groep B en van groep C hebben de voorkeur voor de E-mail coachtrajecten die ze zelf gevolgd hebben, dat wil zeggen, E-mail coaching in combinatie met één of drie gesprekken.

De conclusie is dat de meeste deelnemers in dit onderzoek minimaal één gesprek zinvol vinden bij een E-mail coachtraject.