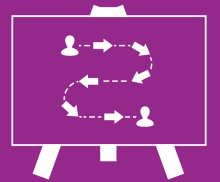




CUSTOMER JOURNEY



Gebruik van de tool
Template
Voorbeeld

Customer Journey

De Customer Journey helpt je om te begrijpen hoe je klanten de interactie met je bedrijf of een specifiek product of dienst ervaren. Het begrijpen van de ervaring van je klant tijdens deze interactiemomenten kan je helpen je product of dienst te verbeteren. De Customer Journey tool helpt je een goed beeld te krijgen van de ervaringen van jouw klanten en biedt ondersteuning in het vergroten van de klanttevredenheid.

Tips voor gebruik

Je hebt waarschijnlijk meer interactie met je klanten dan je denkt. Als je een breed aanbod van diensten en producten hebt is het makkelijker om voor ieder product of dienst individueel een Customer Journey te maken.

Print de template van de Customer Journey groot uit om te gebruiken in een brainstorm. Gebruik Post-its om iets in de Customer Journey te zetten. Zo kun je er gemakkelijk iets bij zetten of iets verplaatsen indien nodig. Voor inspiratie en een voorbeeld van een praktische toepassing van de Customer Journey kun je naar het voorbeeld voor IKEA kijken.

Gebruik van de tool

Selecteer een product of dienst waar je de Customer Journey voor wilt maken en beschrijf deze in de template. Kies de specifieke doelgroep waarvoor je de Customer Journey maakt. Wees zo specifiek mogelijk, dit helpt je om je beter te

verplaatsen in de positie van die klantgroep en zo een accurater inschatting van diens gedachtes en gevoelens te maken.

Contactmomenten

Bedenk elk mogelijk contactmoment tussen je klanten en je bedrijf. Bij het doen van een aankoop doorloopt een klant 5 fases. Probeer voor elk van de 5 volgende fases minimaal een contactmoment te vinden:

- Oriëntatie: wanneer de klant voor het eerst van het bestaan van het product of de dienst afweet;
- Vergelijking: wanneer de klant onderzoek doet om wel of niet jouw product of dienst af te nemen;
- Kopen: wanneer je klant het product koopt;
- Gebruik: wanneer je klant het product of de dienst gebruikt;
- After Sales: wanneer je klant vragen of een klacht heeft na de aankoop van de dienst of het product.

Communicatiekanalen

Je bedrijf kan gebruik maken van een of meerdere communicatiekanalen om contact te hebben met de klant. Kijk naar de lijst met communicatiekanalen en bedenk welke er door jouw bedrijf worden gebruikt voor contact met de klant.

- Face-to-face: gaat je klant naar een fysieke locatie, bijvoorbeeld een winkel waar deze contact heeft met een werknemer van je bedrijf?;
- Telefoon: bellen je klanten je bedrijf of worden ze wel eens gebeld?;
- Website: bezoekt de klant je website?;
- E-mail: ontvangt of schrijft de klant e-mails van of naar je bedrijf?;
- Nieuwsbrief: leest de klant je nieuwsbrief?;
- Sociale Media: gebruikt de klant sociale media voor interactie met je bedrijf?;
- Televisie: ziet en hoort de klant over je bedrijf op de televisie?;
- Radio: hoort de klant over je bedrijf op de radio?;
- Krant: leest je klant over je bedrijf in de krant?

Door elk van deze vragen te beantwoorden krijg je een betere indruk van wanneer en waar de contactmomenten plaatsvinden. Schrijf alle contactmomenten in chronologische volgorde in de template. Het eerste contactmoment als eerste het laatste contactmoment als laatste.

Klantervaring

Geef voor ieder contactmoment aan, wat je klanten denken tijdens dit contactmoment? Zijn deze gedachten positief of negatief? Dit kun je op twee manieren doen:

- Vraag je klanten naar hun ervaringen;
- Plaats jezelf in hun schoenen en stel je voor hoe het is om je eigen klant te zijn.

Op basis van wat je klanten denken kun je de emotie van je klanten tijdens de contactmomenten afleiden. Bijvoorbeeld gelukkig, tevreden, geïrriteerd, teleurgesteld, boos of een combinatie hiervan.

Verbeter de Customer Journey

Het is mogelijk dat je niet ieder aspect waar een klant ontevreden over is kunt aanpakken. Uiteraard houdt niemand ervan om geld uit te geven. Desondanks kun je overwegen wat je kunt veranderen om de interactie met je klant te verbeteren. Begin met jezelf af te vragen waarom een klant een bepaalde emotie heeft bij elk klantcontact. Is de klant ontevreden over het niveau van expertise bij een werknemer, het niveau van de geleverde service of de kwaliteit van het product of de dienst zelf? Overweeg dan hoe je elk van deze aspecten kunt verbeteren.

customer journey

naam _____

product/dienst

klanten

contact moment

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

klant ervaring

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

emoties



--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

te verbeteren

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

datum _____

Voorbeeld IKEA

industrie	Retail
producten & diensten	Goedkope en goede meubels voor iedereen
bedrijfs-grootte	194.000 werknemers (2017)
omzet	€32,6 miljard
locatie	Leiden



IKEA is een van origine Zweeds meubelbedrijf. Ze werden groot met de verkoop van goedkope meubelen. Door klanten zelf de meubels uit het magazijn te laten halen en in elkaar te laten zetten bespaart het bedrijf op leverings- en montagekosten. Zo kan IKEA een zeer goede prijs-kwaliteitverhouding hanteren. Inmiddels heeft het bedrijf een breed aanbod en kun je je hele huis inrichten met enkel producten van de IKEA.

IKEA's customer journey

In het voorbeeld worden alle contactmomenten die de klant heeft bij het kopen van een nieuwe PAX-kast bij IKEA benoemd. De customer journey zorgt ervoor dat IKEA vanuit het perspectief van de klant kan kijken naar deze contactmomenten. Zo kan IKEA erachter komen wat de ervaring van de klant is als hij in contact komt met IKEA. Zelfs een succesvolle onderneming als IKEA zal regelmatig moeten onderzoeken of verbetering mogelijk is in het klantcontact. Uit de customer journey van IKEA hieronder blijkt dat het contactmoment 'bezorgen' verbeterd kan worden doordat nieuwe technologieën het volgen van bezorgers makkelijker maken. Het voorbeeld laat zien waar klanten bij Ikea blij van worden, maar dat er ook verbeterpunten zijn.

customer journey

naam Ikea

product/dienst

PAX-kasten

klanten

Tom, 26 jaar, man, samenwonend

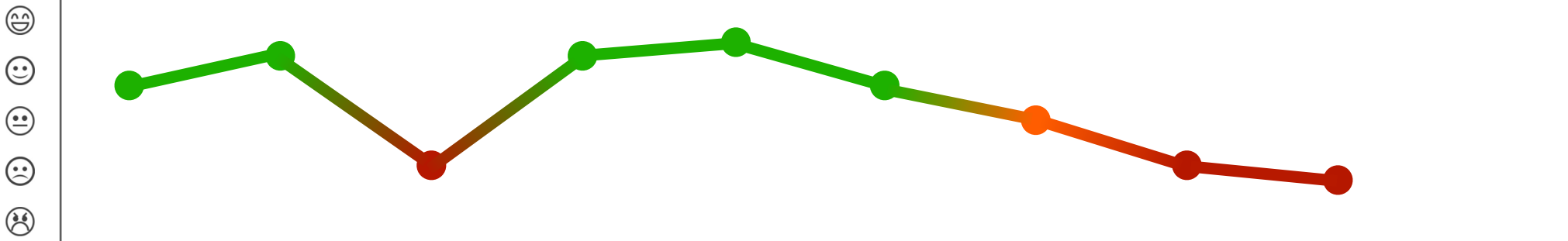
contact moment

De IKEA-folder wordt thuis bezorgd.	Op de website zoeken naar verschillende ontwerpen en prijzen.	Een eigen PAX-kast ontwerpen in de online PAX-planner.	Inspiratie opdoen in de winkel.	De kast ontwerpen samen met een IKEA-medewerker.	De onderdelen voor de kast ophalen in het magazijn.	De kast kopen, betalen aan de kassa.	Bezoek aan de klantenservice, de kast past niet in de auto.	Bezorging van de PAX-kast.	
-------------------------------------	---	--	---------------------------------	--	---	--------------------------------------	---	----------------------------	--

klant ervaring

Dit zou interessant kunnen zijn.	Er is veel keus. De prijs loopt wel snel op.	Wow, dit is lastig. Het duurt ook heel lang om het ontwerp te laden.	Super, dit ziet er perfect uit. Wel druk hier.	Dit is veel makkelijker.	Makkelijk te vinden. De onderdelen zijn zwaar en het is veel.	Dit is veel te duur.	Ik had eerder van de bezorgservice af willen weten.	Nu moet ik thuisblijven om op de kast te wachten.	
----------------------------------	---	--	--	--------------------------	---	----------------------	---	---	--

emoties



te verbeteren

		De online PAX-planner beter maken.	Laten zien wanneer het rustiger is in de winkel.		Mensen met grote orders moeten makkelijker hulp kunnen vinden.	Transpananter worden met de kosten.	Klanten beter informeren over het formaat van de items.	Flexibele levertijden en verbeterde informatie voor klant.	
--	--	------------------------------------	--	--	--	-------------------------------------	---	--	--

datum _____