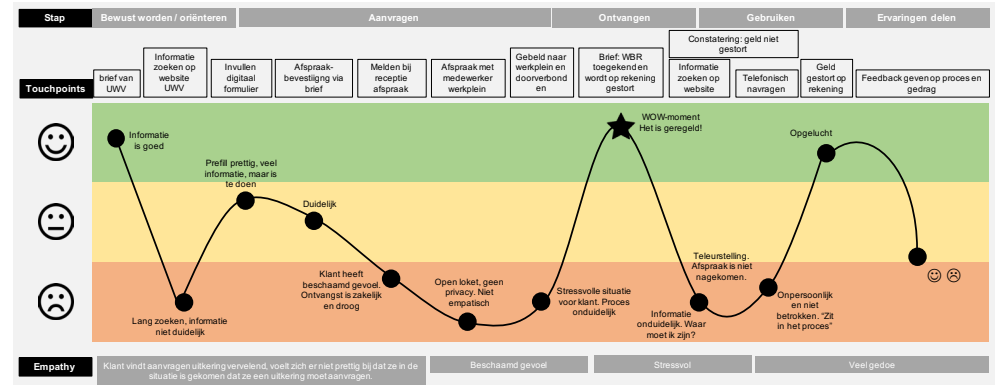


Klantervaringen als startpunt voor het inrichten en verbeteren van uw dienstverlening

Klantreizen

Een klantreis brengt de ervaringen van uw klant in beeld, van de eerste oriëntatie op een product of dienst tot en met het delen van indrukken. Vaak worden de ervaringen van werkelijke klanten met bestaande producten en diensten in kaart gebracht: de analyse van de ervaringen is dan het startpunt om de dienstverlening te verbeteren. Een andere mogelijkheid is om juist de klantreis van de toekomst te ontwerpen: door de gewenste ervaring van een denkbeeldige klant heel concreet te beschrijven, wordt duidelijk waar uw organisatie naar toe wil groeien.



Een klantreis bestaat uit de opeenvolgende momenten waarop een klant contact zoekt of contact heeft met de leverancier of dienstverlener. Per contactmoment worden verwachtingen, irritaties en andere positieve en negatieve emoties in kaart gebracht. Het verzamelen van informatie kan op verschillende manieren plaatsvinden. Sommige contactmomenten hebben meer impact dan andere: juist op de 'Moments of Truth' kan de dienstverlener voor de klant het verschil maken.

Een klantreis geeft zo een compleet beeld van de (gewenste) klantervaring en denkrichtingen voor het verbeteren van de dienstverlening. Leveranciers en dienstverleners zitten vaak vol goede ideeën – maar is de klant er ook echt mee geholpen? Een klantreis maakt dat duidelijk.

Klantreizen

Klantervaringen als startpunt voor het inrichten en verbeteren van uw dienstverlening

Meer weten?

web: www.processspecialisten.nl/service-design

mail: info@processspecialisten.nl

bel: 020 - 44 898 44

Aanpak klantreis

Voor het uitvoeren van een klantreis hanteren we de volgende aanpak. De fasering vormt een leidraad: op basis van doel, context, beschikbare tijd en budget vullen we de stappen verder in.



Dienstverlening verbeteren

De klantreis laat zien welke contactmomenten een klant heeft wanneer deze de dienst afneemt van de organisatie. De ervaringen tijdens die contactmomenten worden gemaakt door wat er - zichtbaar voor de klant en achter de schermen - binnen de organisatie gebeurt. Het doorvoeren van verbeteringen naar aanleiding van de klantreis heeft dan ook bijna altijd gevolgen voor de interne organisatie. Denk bijvoorbeeld aan het wijzigen van rollen en taken of het aanpassen van informatiesystemen. Een Service Blue Print maakt inzichtelijk hoe uw dienstverleningsconcept werkt en hoe de interne processen doorwerken in de klantervaring.

Werken met Persona's

Voor het in kaart brengen van de klantreis kunt u werken met 'echte' klanten, of met zogenaamde persona's. Persona's zijn op maat gemaakte klantprofielen om bepaalde doelgroepen voor uw organisatie tot leven te brengen. Zij geven 'de klant' een naam en een gezicht en waarden, motieven, behoeften en doelen in het leven. Zo worden de drijfveren voor goede en minder goede dienstverlening zichtbaar.

Wanneer schakelt u ons in?

- Als u een procesbegeleider of projectleider zoekt voor het in kaart brengen van klantreizen;
- Als u een training wilt volgen om zelf klantreizen in kaart te brengen;
- Als u de verbeterpunten uit uw klantreizen wilt doorvoeren;
- Als u klantervaringen als basis wilt gebruiken voor verbeteringen;
- Als u op zoek bent naar oplossingen buiten bestaande kaders;
- Als u extra instrumenten zoekt voor uw (lean six sigma) procesbegeleiders.