

Customer Journey gemaakt, en dan?

Inspiratiesessie PvKO in samenwerking met Koos Service Design
Key take aways 12 september 2019



Jules Prick - Koos

Key take-aways

1. Pak door

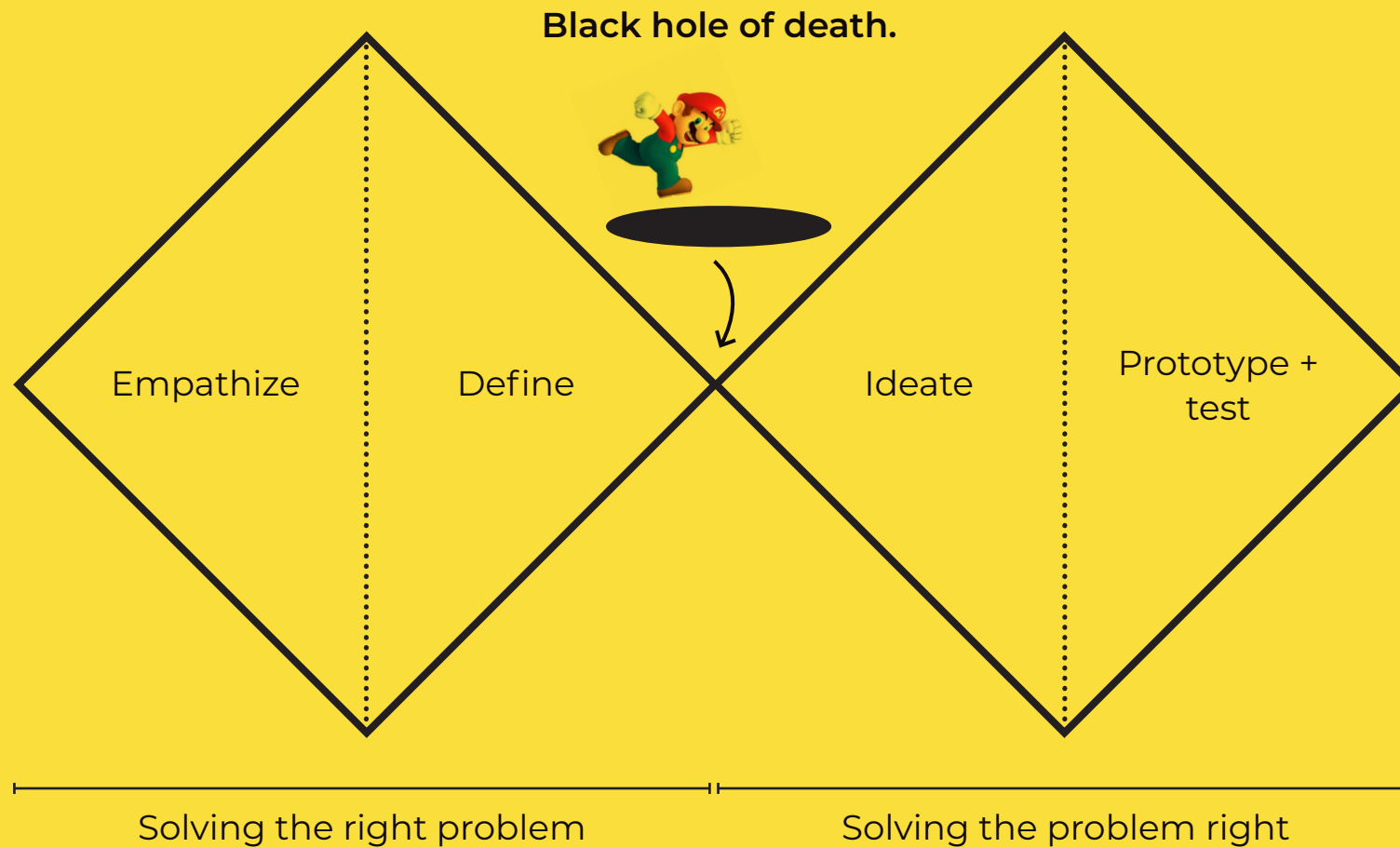
Een journey is geen doel an sich, het is pas een begin. Een journey is een onderdeel van een groter innovatie initiatief dat idealiter uitgevoerd wordt door één multidisciplinair team, van begin tot einde.

2. Klantgericht werken doe je met de gehele organisatie.

Creëer een succesvolle klantgerichte organisatie door service design in de kern van je bedrijf te implementeren. Je zult de resultaten merken.

jules@koos servicedesign.com

Jump, or it's game over! Pak door en maak prototypes!





Elvira Arts - VGZ

Key take-aways

1. Besteed vooraf aandacht aan de borging erna
2. Breng actief en continu klantperspectief
3. Prioriteer gezamenlijk, start klein en houd verbinding

e.arts@vgz.nl



Aanpak 'Medicijnenwissel'



1. Maak een inside-out klantreis

Doe een eerste aanzet voor de klantreis, met alle kennis die aanwezig is.

kernteam



2. Verkrijg inzicht in de klant

Krijg meer inzicht in behoeften, pijnen en winsten middels onderzoek.

kernteam



3. Scherp de klantreis aan

Scherp de klantreis aan op basis van de inzichten van het onderzoek.

kernteam



4. Genereer service verbeteringen

Gebruik de klantreis om je beleving te verbeteren en stroomlijnen.



Peter Cuijpers - NS

Key take-aways

Zorg voor een team dat bij elkaar blijft

Samen de uitdaging aangaan en waardevolle voortgang meemaken is key! Andersom: iedereen die er nieuw bijkomt, gaat weer alles in twijfel trekken (echt).

Blijf in elke stap de klant betrekken

Je kan er niet vroeg genoeg mee beginnen en je moet er nooit mee stoppen. Dit vergroot de kans op success, maar vermindert ook drastisch de kans op iets heel moois bouwen waar niemand op zit te wachten (en alle tijd en kosten die daarmee gepaard gaan).

Luister en leer –en denk niet lineair

Gebruik data om te leren wat er gebeurt en of dat is wat je beoogt. Wees niet bang om een stap terug te zetten om er weer vier vooruit te kunnen. Vernieuwen en innoveren is niet lineair.

peter.cuijpers@ns.nl





Aanpak

- ✓ **Design vanuit de klant**
Start met interviews en onderzoeken, prototypes testen bij klant, A/B-test
- ✓ **Multidisciplinair team**
Visual design, UX, CX, Marketing, eCommerce, Data, Developers, PO's
- ✓ **Datagedreven**
Meten wat het effect is in calls, Google analytics, Usabilla, Hotjar.
- ✓ **Laten zien wat we doen**
Stakeholders meenemen, maar ook andere college's: mooi voorbeeld om te tonen hoe klantgericht te denken en werken – en misschien leer je nog wat!
- ✓ **Faseren**
Get ready phase, Design Sprint, A/B-test, Build





Ben van Stee - ING

Key take-aways

1. Benefits don't come from the tool but from the people using it.
2. Team effort: You can't focus on the customer in any way that has real meaning and impact unless everyone's on board.
3. Test possible solutions to validate what the customer wants

ben.van.stee@ing.com

