



Customer journey beleven in animatiefilm

Storytelling brengt klantbeleving tot leven voor servicemedewerkers

Ambitie

AFKLM Cargo wilt haar dienstverlening en kanalen aansluiten op de behoefte van de klant. Het is daarom essentieel dat klantinzichten worden gedeeld en dat de organisatie wordt uitgedaagd meer focus op de klant te leggen in het dagelijks werk. Het is tijd dat medewerkers van de Customer Service afdeling zelf ervaren hoe het is om klant te zijn van AFKLM Cargo.

Aanpak

De aanpak van EarlyBridge richt zich op het maken van een aantal customer journeys, gebaseerd op ik-vragen van de klant, bijvoorbeeld *"I want to book"*.

Het wereldwijde Customer Service Event stond al op de agenda en men zag dit direct als kans om het klantperspectief duidelijk in beeld te brengen. De CXO organisatie heeft ruimte gekregen in het programma om een workshop te houden over klantgerichtheid- en beleving.

Samen met EarlyBridge zijn door middel van een aantal animatiefilms de customer journeys tot leven gebracht onder het thema *"CSI"* (Customer Scene Investigation). In de video's wordt onderzocht waar het in de klantbeleving misgaat en wat de oorzaak hiervan is.

- ✦ De films hebben deel uitgemaakt van viertal wereldwijde CSI evenementen in Amsterdam, Parijs, Singapore en Atlanta.



Resultaten

Enthousiaste en geïnspireerde medewerkers die het belang van hun rol als service medewerker beter herkennen

Uitgangspunt voor de hele organisatie om meer focus te leggen op de klant

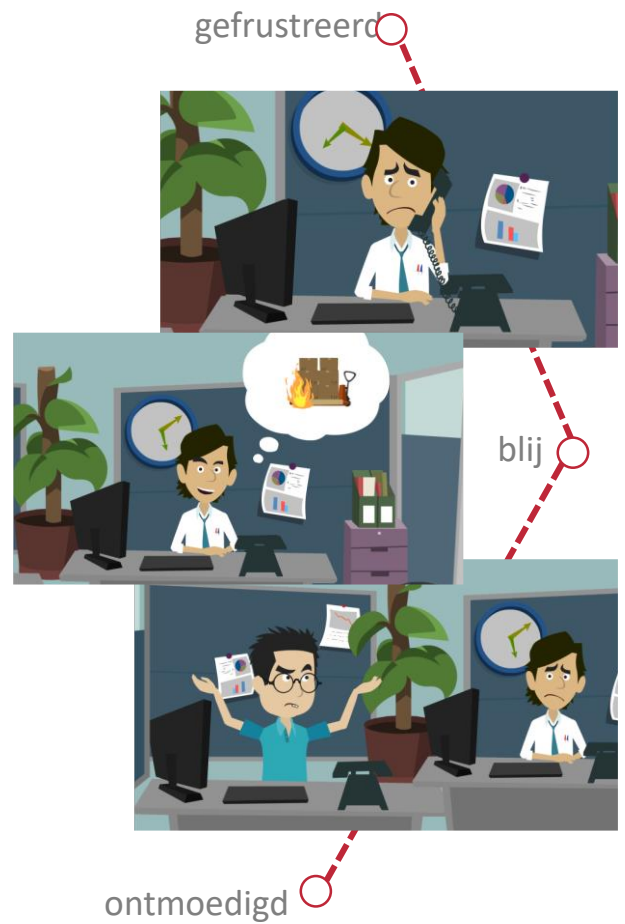
Bewustwording in de organisatie leidt tot betere klantbediening

Gebruikte methodieken

Storytelling & customer journeys

Op basis van de ik-vraag van de klant wordt de customer journey volledig in beeld gebracht. Alle emoties die de klant voelt komen tot leven door de personages in de animatiefilms. Waar gaat het mis in de klantbeleving? Welke momenten hebben extra aandacht nodig, welke processen moeten worden geoptimaliseerd?

Door gebruik van storytelling en de kracht van beeld en geluid is de huidige klantbeleving – en dus de aanleiding voor verandering – écht binnengekomen bij de servicemedewerkers van AFKLM Cargo.



Kritische succesfactoren

✦ Storytelling

Als middel om mensen mee te nemen in het perspectief van hun klant.

✦ Customer journey mapping

Om een scherpe boodschap te kunnen creëren in de video o.b.v. klantinzichten.

✦ Synergie

Tussen beeld en verhaal; keuzes maken in wat wel en niet essentieel is in het verhaal.



Organisaties op Pad is een specialist in customer experience en één-op-één klantcontact. Deze case is uitgevoerd vanuit EarlyBridge.

Wij helpen organisaties om echt klantgericht te worden en marketing-, verkoop-, en serviceresultaten te verbeteren.

Bekijk ook onze case:

'Freo, Inzicht in de emoties van de klant'

www.organisatiesoppad.nl