

“ Het ontwikkelen van het Multi Channel design heeft onze organisatie echt verder geholpen door meer structuur in de projecten te brengen

”



Multichannel Design

Klantbehoeften als basis voor een vernieuwd e-commerce programma

Ambitie

AFKLM wilt haar dienstverlening en kanalen aansluiten op de behoefte van de klant. Een omslag naar e-commerce is hierdoor essentieel. Initiatieven genoeg in de organisatie, maar de ‘bigger picture’ ontbreekt. Het is tijd voor een richtinggevende visie, een eenduidige strategie als drijfveer voor échte verandering.

Aanpak

De aanpak van EarlyBridge richt zich op een multichannel design gebaseerd op inzicht in huidig kanaalgebruik en klantvoorkeuren, welke wordt vertaald naar een vernieuwd e-commerce programma.

- ✦ 1. Ik-vragen van de klant in kaart brengen
 - ✦ Belangrijkste klantvragen identificeren in de pre-sales, sales, service en after-service fase
- ✦ 2. Traffic analyse
 - ✦ Helikopterview op huidige kanaalactiviteit- en voorkeuren van de klant
 - ✦ Samenhang kanalen en klantvragen bepalen

- ✦ 3. Multichannel design
 - ✦ Ambitie en kernwaarden vaststellen
 - ✦ Guidelines; wat zijn de randvoorwaarden voor verandering?
 - ✦ Strategische keuze en prioritering voor design
- ✦ 4. Activiteit & impact
 - ✦ Vertaling naar projectactiviteiten
 - ✦ Impact bepalen op het bestaande e-commerce programma

Resultaten

Samenwerking vanuit een visie waarin de klant centraal staat

Vernieuwd, klantgericht e-commerce programma

Efficientieslag in project resources en processen

Gebruikte methodieken

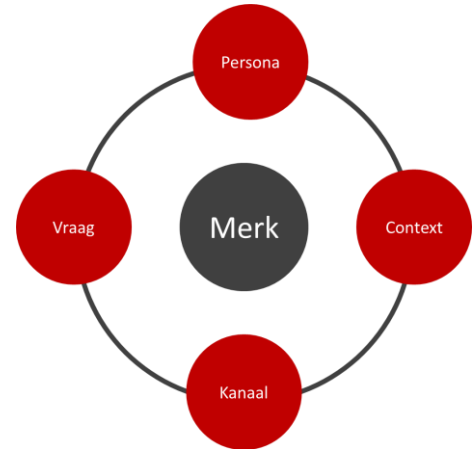
Ik-vragen van de klant als basis van het design

Klantvragen zijn door een multidisciplinair team vastgesteld en gelieerd aan de verschillende fases in de klantrelatie (pre-sales, sales, service en after-service). Vervolgens is er per klantvraag een kanaal geselecteerd dat het meest geschikt is om de vraag te beantwoorden, zodat er een multichannel design is ontstaan waarbij een optimale klantbeleving het uitgangspunt is.



Klantinteractiemodel

Het Klantinteractiemodel maakt gebruik van vijf bouwstenen voor de juiste klantbeleving. Het model maakt de relatie tussen klanttypologieën en klantbehoeften inzichtelijk om de organisatie te ondersteunen in het maken van de juiste multichannel customer journey voor de klant.



Kritische succesfactoren

Werken vanuit visie

Met een gezamenlijk referentiekader en eenduidige strategie naar het doel werken

Heldere projectactiviteiten

Geen overlap van deliverables door vaststellen en prioriteren van projectactiviteiten

Business architectuur

Efficiëntieslag in project resources en processen door aanstellen business architecten



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:

'GGN – Klantdenken'

www.organisatiesoppad.nl