

“ Via de workshops kregen we goed inzicht in de emoties van de klant, dit helpt om het nog beter te gaan doen.

”

Marketingstrategie ontwikkelen en realiseren met customer journeys

Leer naar uzelf kijken door de ogen van de klant



Ambitie

De marketingafdeling van Randstad wilde de positionering ten opzichte van professionals versterken. De organisatie ondernam daartoe al veel activiteiten en bekeek de verschillende mogelijkheden om met één gezicht naar buiten te treden. Daarnaast wil de marketingmanager de organisatie bewust maken van de uitdaging en samen met de medewerkers kijken naar de prioriteiten van de organisatie.

Aanpak

Het internationale uitzendbureau vroeg om een Customer Journey Mapping-sessie te organiseren en te begeleiden om zo nieuwe inzichten te krijgen in de marketingstrategie.

Men koos voor een eendaagse Customer Journey Mapping pressure-cookersessie, waarin een aantal management-stakeholders en betrokken medewerkers werd uitgedaagd om de eigen dienstverlening te ervaren door de ogen van de klanten.

De deelnemers onderzochten hoe andere uitzendbureaus de beleving van hun klanten invullen. Al snel bleek, dat die beleving vooral het maken van keuzes in de dienstverlening betreft, gecombineerd met de invulling van de emotionele beleving van de klant.

- ✦ Wat zijn de verwachtingen van de klant?
- ✦ Welke toegevoegde waarde kan het uitzendbureau haar klanten bieden?

Resultaten

Deelnemers worden ambassadeurs van werkwijze

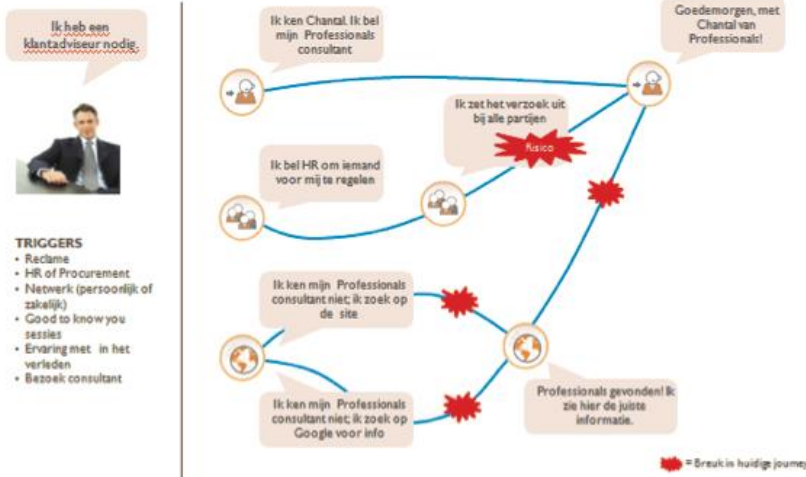
In korte tijd inzichten om strategie te bouwen en quick-wins te genereren

Acties integreren in lopende acties

Gebruikte methodieken

Customer Journey Marcel, de kantoordirecteur

Marcel heeft een klantadviseur nodig.



Customer Journey Mapping

Deelnemers kijken door de ogen van de klant naar hun eigen bedrijf. Hierbij worden een aantal scenario's uitgewerkt met betrekking tot de verwachtingen van klanten. De ultieme methode om de klant te leren kennen.

Kritische succesfactoren

🌟 Durf

Durven kijken vanuit verschillende klantperspectieven en keuzes maken in positionering.

🌟 Denken in mogelijkheden

Creatief zijn in de manier waarop de markt benaderd wordt door de organisatie.

🌟 Quick-Wins

Doorpakken op korte termijn activiteiten zodat winst geboekt wordt en team succesvol kan zijn.



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:

'KLM Cargo: Customer journey beleven in animatiefilm

www.organisatiesoppad.nl