





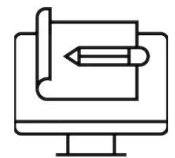
## In 5 stappen naar een Royal Customer Journey Pak je koffers en reis met ons mee.

Met een Customer Journey kijk je als het ware door de ogen van de klant naar jouw organisatie. Je krijgt inzicht in de beleving en gevoelens van jouw klanten als ze in contact zijn met jouw organisatie.

Het resultaat levert direct bruikbare concepten op waarmee de beleving van jouw klant significant verbeterd kan worden. 'Royal' wordt het als de klant zelfs WOW-ervaringen beleeft die helemaal aansluiten bij de merkwaarden van je organisatie.

De Royal Customer journey is dé randvoorwaarde voor een scherpere positionering, een goede product introductie, betere acquisitie, een betere 'customer experience' of hogere loyaliteit.

Wil je een introductie training, een maatwerk workshop of weet je nog niet precies hoe je het aan wilt pakken? We helpen je graag! Bel of mail met Barbara ([barbara@marketing-queens.nl](mailto:barbara@marketing-queens.nl), 06-51514499) of Sybella ([sybella@marketing-queens.nl](mailto:sybella@marketing-queens.nl), 06-53185141) voor meer informatie.

Stap 1.	Stap 2.	Stap 3.	Stap 4.	Stap 5.
<b>Inzichten</b>	<b>Scope</b>	<b>Uitwerken huidige journey</b>	<b>Verbeter punten</b>	<b>Plan van aanpak</b>
				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Creëer inzicht met externe en interne data.</li> </ul> <p>Bijv. klant-, omzetcurn analyse, data marktonderzoek, webcare, missie, visie, persona's,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Op basis van de inzichten keuze maken in doelgroep, ik-vraag, fase in de Customer Journey</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stel een multi-disciplinair team samen</li> <li>Doorloop de huidige journey (interacties en emoties)</li> <li>Keuze royal WOW-momenten obv merk</li> <li>Bepaal ideale journey</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificeer verbeterpunten</li> <li>Prioriteer deze verbeterpunten</li> <li>Stel quick-wins vast</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Werk quick-wins concreet uit</li> <li>Duidelijkheid over betrokkenen, verantwoordelijkheid timing, budget</li> <li>Aan de slag!</li> </ul>
<b>Resultaat</b>	<b>Resultaat</b>	<b>Resultaat</b>	<b>Resultaat</b>	<b>Resultaat</b>
1. Inzichten duidelijk om Customer Journey te kunnen starten	2. Scope duidelijk; wat gaan we wél en niet doen in de Customer Journey	3. Inzicht in klantemoties in de huidige klantreis en de WOW-momenten	4. Belangrijkste verbeterpunten in de Customer Journey	5. Keuze van impactvolle verbeteringen waarmee je direct kunt starten