

Verken de merkbeleving die je klant ervaart tijdens zijn klantreis



Challenge 3 TOPreis



Jouw customer journey map

03.

RESERVED

FOR

CUSTOMER



Jouw customer journey map

voor een TOPreis voor jouw merk

Wil je de uitdaging aangaan om een TOPreis te creëren voor jouw merk? Ga dan aan de slag met een handige customer journey map.

Met een customer journey map breng je de ervaringen van je klant tijdens de verschillende contactmomenten in de customer journey in kaart.

Customer journey mapping is vooral handig als je vooraf enkele keuzes maakt in wat je met een klantgerichte mindset precies wil gaan onderzoeken. Bepaal dus eerst heel goed het kader van waaruit je wil vertrekken aan de hand van de volgende vijf vragen.

03.

DE IMPACT VAN JE
TOUCHPOINTS

“Elk touchpoint in de klantreis heeft een positieve of negatieve impact op de totale beleving van je klant. En bepaalt dus of die klant opnieuw iets zal aankopen of niet.

En of hij positieve zaken over je merk de wereld in zal sturen of niet.”

- Katlijn Voordeckers,
Auteur van TOPgeMERKt

03

■ De weg naar een TOPreis in vijf vragen

#1

A. Welke concrete aanleiding heb je om je klantreis onder de loep te nemen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

B. Welke doelstelling(en) wil je met je inspanningen bereiken?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

■ De weg naar een TOPreis in vijf vragen

#2

A. In welk focuspunt wil je excelleren en in welk focuspunt wil je differentiëren (prijs, toegankelijkheid, product/dienst, service of klantrelatie)?



Tip: Neem je merkidentiteit als leidraad om te oordelen welke touchpoints voor jouw merk heel belangrijk zijn.

Excelleren:.....

Differentiëren:

B. Op welke specifieke touchpoints heeft deze positionering een grote invloed?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

03

De weg naar een TOPreis in vijf vragen

#3

Voor welk relevant klantprofiel wil je deze customer journey map maken?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

#4

Verfijn je klantprofiel naar je strategische klant. Wie zou dit zijn?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

03

■ De weg naar een TOPreis in vijf vragen

#5

Hak de klantreis in stukjes en vertrek vanuit een kleinere, relevante situatie of een deel van de klantreis (pre purchase, purchase of post purchase fase).

Op welk deel van de klantreis wil je focussen?

.....

.....

.....

.....

.....

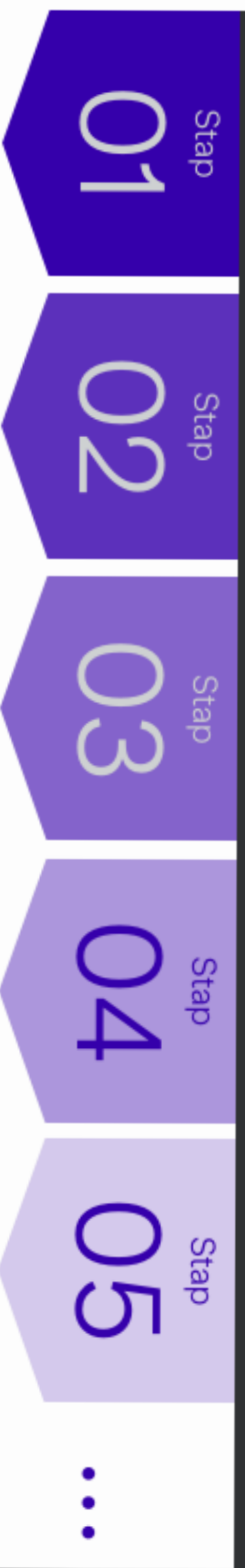
.....

.....

.....

03

Jouw customer journey map



Missies

Welke drijfveer heeft de klant?

Touchpoints

Welke zijn de belangrijkste touchpoints per stap?

Emotie

Welke emotie ervaart de klant in deze touchpoints?

-  Uitmuntend
-  Goed
-  Neutraal
-  Onvoldoende
-  Slecht

TOPmomenten

Welke TOPmomenten vinden er plaats?

03.

“

Misschien steek je veel tijd in klanten die je amper iets opbrengen en laat je veel potentieel liggen bij klanten die voor (extra) omzet zorgen.

Bestudeer je cijfers. Want je ideale strategische klant kennen, is een must voor elke ondernemer!

”



Graag meer leren over hoe je een
Opmerkelijke customer journey
verzekert voor je klanten?

Ontdek alles over ons customer
journey traject via [deze link](#).



@opmerkelijk.agency



@Opmerkelijk



@opmerkelijk.agency



Opmerkelijk