

# The customer journey

INCLUSIEF VOOR  
ELKE DEELNEMER



Hoe brengt u de klantenreis in kaart,  
over afdelingen, functies en  
departementen heen?

Onder de deskundige leiding van:

**Els Dhaeze**  
Customer Excellence Consultant  
PITOPIA



**IFBD**  
Institute for Business  
Development



# WAAROM DIT PROGRAMMA?

## IEDEREEN IS 15 KEER PER DAG KLANT ...

U bent gemiddeld vijftien keer per dag klant. En u weet perfect hoe u als klant behandeld wilt worden. Toch blijken velen dat in hun eigen professionele activiteit totaal te vergeten. Dat komt omdat ze zelf niet rechtstreeks in contact komen met de klant, omdat de processen of systemen in het bedrijf klantgerichtheid tegenwerken of omdat ze andere doelstellingen krijgen die soms strijdig zijn met klantgericht gedrag.

## MAAK EEN FAN VAN UW KLANT

Het maken van een klantenreis – of het in kaart brengen van alle contactpunten van uw klanten over afdelingen, functies en departementen heen – is een must indien u van uw klanten echte fans wilt maken. Want het bieden van excellente productkwaliteit en goede service is niet meer voldoende in onze hyper competitieve economie. Klantbeleving staat vandaag centraal. En die optimale klantbeleving maakt een “die hard fan” van uw klant.

## CONSISTENT KLANTGERICHT GEDRAG OVER DE AFDELINGEN HEEN

Maar klantbeleving creëren en betaalbaar houden in een wereld waar de klant steeds meer verwacht en steeds meer communicatiekanalen gebruikt, is niet eenvoudig. Bij de bedrijven die hierin slagen, weten alle medewerkers als geen ander wat de klanten willen bereiken, verwachten en ervaren op elk moment van de klantenreis. Deze bedrijven zetten niet alleen in op goede contactmomenten met de klant, maar proberen vooral consistent ervaren te worden gedurende de hele klantenreis.

Klanttevredenheid daalt namelijk met 40% over de klantenreis als de klant geen coherent verhaal ervaart tijdens de verschillende contactmomenten of via verschillende communicatiekanalen. Dit met meer klantverloop en dalende omzet als direct gevolg.

## DE WRITER'S CLASS

### Unieke & inspirerende workshops over leiderschap, management en communicatie.

“Uit liefde voor de klant” maakt deel uit van de Writer's Class. Het IFBD selecteert voor u de beste managementboeken, maar ook de beste schrijver-trainers.

Na deze Writer's Class gaat u uitgedaagd, gemotiveerd en geïnspireerd terug aan de slag met nieuwe inzichten, nieuwe energie en nieuwe haalbare doelstellingen.

## KLANTEN ZIJN ER NIET ALLEEN VOOR DE SALES EN MARKETING AFDELING ...

Niet alleen de sales en marketing afdeling heeft impact op de klantbeleving. Elke medewerker uit elke afdeling in elk bedrijf heeft op één of ander moment directe impact op die klantbeleving. Klantbewust en –gericht denken en handelen geldt immers voor iedereen: van board tot vloer.

Het uittekenen van de klantenreis en deze gebruiken om de klant te begrijpen en er een langetermijn relatie mee op te bouwen, is een noodzakelijke tool. Hierdoor realiseert u niet alleen quick wins, maar geeft u vorm aan langetermijn actieplannen die de groei van uw organisatie blijven garanderen.

### Voordelen van het gebruik van “klantenreis mapping”:

- Buy-in krijgen van directie en top management om meer in te zetten op klantbeleving;
- Buy-in krijgen van collega medewerkers om de klant continu centraal te zetten in alles wat ze doen;
- De klant beter leren begrijpen tijdens de verschillende interacties met het bedrijf;
- Alle medewerkers laten beseffen welke impact ze zelf hebben op de klant;
- Klant-denken laten evolueren van momentopnames naar beleving gedurende de volledige klantenreis;
- Iedereen kunnen aligneren in functie van de klant;
- Out-side-in denken creëren in plaats van in-side-out;
- Medewerkersmotivatie verhogen door iedereen te laten werken voor de klant, meer dan voor hun baas;
- Begrijpen welke processen overbodig zijn of de klantgerichtheid tegenwerken;
- Medewerkers meer houvast geven in het nemen van toekomstige beslissingen in functie van de klant;
- Afdelingen beter laten samenwerken in functie van de klant.

### Voor wie is deze klantenreis onmisbaar ...

- Relevant voor mensen uit ALLE afdelingen (en niet alleen voor marketing of sales).
- Essentieel voor managers en iedereen die een project begeleidt rond klantgerichter denken en handelen.
- Interessant voor alle sectoren zowel B2B als B2C, service als overheid.



## Wie gidst u door uw klantenreis ...

Els Dhaze startte haar carrière bij Procter & Gamble als Brand Manager Pampers (Brussel en Rotterdam). Na 2 jaar stapte ze over naar Reckitt Benckiser om als Sr. Product Manager diverse brands op de kaart te zetten. Zo was zij onder meer verantwoordelijk voor het merk Calgon-Calgonit en kreeg zij de prijs van de beste product launch in 2000. In 2001 stapte zij over naar Yves Rocher en werd zij Commercieel Directeur Benelux voor 5 jaar, verantwoordelijk voor 130 winkels en verkooppunten. In 2006 werd Els Global Retail Director bij Neuhaus verantwoordelijk voor de wereldwijde commerciële retailstrategie van de groep. Zij was hier evenzeer verantwoordelijk voor de customer service strategie, voor +100 winkels en +600 verkooppunten. Hiernaast was zij ook directeur training voor de groep.

Sinds 2013 begeleidt Els in samenwerking met het IFBD bedrijven die willen groeien naar customer excellence, hiervoor Customer Service Indicatoren en de klantenreis in kaart willen brengen. Customer Centricity staat dan ook in al haar opdrachten centraal.

In 2014 publiceerde zij haar eerste boek 'Uit liefde voor de klant' dat u als deelnemer ook mee naar uw organisatie krijgt.

# Programma

## Opening van de training: wat verwacht u van deze klantenreistraining?

### BLOK 1: BELANG VAN KLANTGERICHTHEID EN KLANTKENNIS ALS BASIS VOOR ELKE STRATEGIE

- Wanneer is een organisatie "Customer Excellent"?
  - Basiselementen die aanwezig moeten zijn.
  - Sprekende voorbeelden van hoe het wel kan en hoe het niet moet.
  - Enkele drastische statistieken over klantgerichtheid.
- Belang van klantgerichtheid in denken en handelen van alle werknemers in alle departementen en op elk niveau.
  - Voorbeelden van goede en slechte klantenervaringen met medewerkers uit alle afdelingen en niet alleen uit de verkoopafdeling.

### BLOK 2: HOE STELT U EEN KLANTENREIS OP?

- 1 reis of vele deelreizen?
- Voor alle klanten of voor specifieke klanten, profielen of segmenten?
- Hoe integreert u klantinteractie en klantwaarden?
- Welke klantmetingen kunnen de klantenreis verrijken?
- Hoe visualiseert u het resultaat en de outcome van de klantenreis?

### BLOK 3: KLANTENREIS OEFENING

De deelnemers worden in 2 groepen ingedeeld en krijgen een case van een telecombedrijf waarvan ze voor een specifieke klantengroep de klantenreis moeten uittekenen. Elke deelnemer vertegenwoordigt een afdeling uit het bedrijf en moet garanderen dat alle stappen in de klantenreis waarop zijn afdeling impact heeft ook zeker goed uitgetekend worden.

De deelnemers stellen samen een actieplan op waarbij quick-wins en langetermijn doelstellingen duidelijk naar voor komen. De deelnemers noteren welke informatie ze missen en hoe ze die in real-life zouden verzamelen om in de klantenreis mapping te integreren.

- Wrap-up van de oefening: De klantenreis van de 2 groepen worden met elkaar vergeleken. Waar verschillen ze? Waarom? Wat leren we hieruit?
- Hoe en waarom kan je de klantenreis mapping intern gebruiken, over departementen heen?
- Wat zijn de hefbomen en barrières voor succes bij implementatie van het in kaart brengen van de klantenreis?

## Afsluiting van de training - vragen of bedenkingen: uw actieplan en uw persoonlijke customer journey.



## VERLOOP VAN DE CURSUSDAG

- 08.30 Ontvangst , registratie & koffie.
- 09.00 Start van de cursusdag met voorstelling van de docent.
- 12.30 Lunch.
- 17.00 Einde van de cursusdag.

Zowel in de voor- als namiddag wordt een korte (koffie-)pauze gehouden.

## Uit liefde voor de klant



INCLUSIEF VOOR  
ELKE DEELNEMER

*'Klantgerichtheid is de taak van iedereen in het bedrijf, de taak van alle medewerkers. Dankzij de vele praktische voorbeelden en inzichten is dit boek meteen bruikbaar in elke organisatie.'*

**Steven Van Belleghem - auteur van o.a. De Conversation Manager, De Conversation Company**

Op basis van meer dan 50 bedrijfsinterviews en gesprekken met meer dan 200 consumenten ontstond het boek 'Uit liefde voor de klant, maak al je medewerkers klantbewust'. Iedereen is meerdere keren per dag klant, maar gedraagt zich niet altijd klantgericht op het werk. Hoe beslis je als klant welk bedrijf echt klantgericht is? En hoe maak je als werkgever je organisatie echt klantgericht? Het boek (voor 1/3e bestaande uit oefeningen en vragen) geeft je voldoende inzichten en tools om direct aan de slag te gaan. Direct bruikbaar ook na deze training.

### Output:

- U begrijpt het verschil tussen "touch moments" en "moments of truth"; tussen "life cycle mapping" en "customer journey mapping";
- U leert hoe u een klantenreis opstelt met uw eigen afdeling of met een team van mensen uit verschillende afdelingen;
- U leert welke klantinteracties en klantmetingen de klantenreis nog kunnen / moeten verrijken;
- U weet hoe u de klantenreisoefening intern kunt gebruiken om afdelingen beter te laten samenwerken in functie van de klant;
- U leert de hefbomen maar ook de barrières voor optimale klantenbeleving.

## THE CUSTOMER JOURNEY

### DATUM & LOCATIE:

>>> zie hiertoe onze website  
[www.ifbd.be](http://www.ifbd.be)

### KOSTPRIJS:

€ 795 excl. BTW

### BEDRIJFSINFORMATIE

FIRMA:

STRAAT / NR. / BUS: .....

PC / GEMEENTE: .....

Alg. TEL-nr.: /..... FAX-nr.: /.....

ACTIVITEIT:  industrie-productie    groothandel & import    kleinhandel    horeca  
 bouwondernemers    transport    diensten    overheid

SECTOR: ..... AANTAL WERKNEMERS: .....

### FACTURATIEGEGEVENS

Facturatie-adres: .....

Uw referentie: .....

BTW-nummer:

### DEELNEMERS

Dhr. / Mevr.:

Functie: .....

E-mail: .....

DATUM DEELNAME: .....

---

Dhr. / Mevr.:

Functie: .....

E-mail: .....

DATUM DEELNAME: .....

### HOTELOVERNACHTING OP DE LOCATIE VAN DE TRAINING

U kan op onze diverse trainings-  
locaties veelal een overnachting  
boeken om zodanig de cursus op  
een ontspannen manier te kunnen  
aanvatten en/of afsluiten.

Meer informatie hieromtrent vindt  
u op onze website of via volgende  
link:  
[www.ifbd.be/nl/over-ons/  
algemene-voorwaarden](http://www.ifbd.be/nl/over-ons/algemene-voorwaarden)

## INSCHRIJVINGSMODALITEITEN

### DEELNAMEKOSTEN

De deelnameprijs aan dit programma bedraagt **795 Euro** excl. 21 % BTW. Dit bedrag is inclusief koude/warme dranken en een uitgebreide lunch tijdens de cursusdag(en). U ontvangt bovendien een **documentatiemap** die u als naslagwerk kunt raadplegen. Los van de eventuele subsidiëring van de Vlaamse Overheid (zie verder) geeft het IFBD per extra deelnemende collega **5 % extra korting** op het **totaalbedrag** met een maximale **korting van 20 %** (= 5 deelnemers of meer).

### De Vlaamse Overheid investeert in opleiding: tot 40% korting!

Het IFBD is erkend als **gecertificeerd opleidingsinstituut**. Dit maakt dat u onze trainingen gedeeltelijk kunt betalen met de subsidies toegekend door de Vlaamse Overheid via het systeem van de "KMO-portefeuille". Indien uw bedrijf voldoet aan de vooropgestelde criteria kan u tot 40% besparen op de opleidingskost. Meer informatie omtrent het systeem kan u vinden op de website van de Vlaamse Overheid: [www.kmo-portefeuille.be](http://www.kmo-portefeuille.be).

### INSCHRIJVING

- U kan zich op diverse wijzen inschrijven:
- Bij voorkeur via onze website [www.ifbd.be](http://www.ifbd.be) of via e-mail: [info@ifbd.be](mailto:info@ifbd.be)
  - U faxt uw inschrijving op +32 50 31 04 21
  - Via de post: nv IFBD, Zeeweg 155, 8200 Brugge

U kan steeds uw reservatie telefonisch op het nr. +32 50 38 30 30 doorgeven. Een schriftelijke bevestiging echter blijft vereist. Na ontvangst van uw inschrijving krijgt u een **deelnamebevestiging** en een factuur. Een tweetal weken voor de cursus ontvangt u een **herinnering met nog enige praktische informatie** en een **routebeschrijving**. **Annulatie**.

We begrijpen dat andere prioriteiten kunnen optreden tussen uw inschrijven en de cursus. Indien wij **2 weken voor de cursus** uw schriftelijke annulatie mogen ontvangen wordt u 75 Euro annulatiekost doorgerekend. **Minder dan 2 weken voor de eerste cursusdag** bent u ons het integrale bedrag verschuldigd. Wij zijn uiteraard steeds verheugd een collega te mogen verwelkomen in uw plaats.

### IFBD-DATABASE & GDPR

We houden u graag op de hoogte van de laatste evoluties binnen uw sector. Daarom hebben we uw gegevens opgenomen in onze database. Uw informatie is voor eigen gebruik, wordt beveiligd en nooit aan derden doorgegeven. Hiertoe nemen we alle nodige maatregelen. Te allen tijde heeft u - overeenkomstig de wet "verwerking persoonsgegevens" van 8/12/1992 en de "AVG-reglementering" van 24/5/2016 - recht op inzage, wijziging of verwijdering van uw gegevens.

Meer informatie via onze webpagina [www.ifbd.be/nl/GDPR](http://www.ifbd.be/nl/GDPR) of via e-mail: [DPO@ifbd.be](mailto:DPO@ifbd.be).