IFBD
Institute for Business Development

2027

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

The customer journey

- Hoe maakt u klantentevredenheid zichtbaar en meetbaar?
- Welke CPI (Customer Performance Indicatoren) zijn een must?
- Hoe zet u data om tot actie?



Onder de deskundige leiding van:

Lukas Carlier
Associate Partner
BUSINESS MARKERS

>>> **IFBD.BE** /
marketing & sales

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 contact momenten met de klant, maar proberen vooral consistent ervaren te worden gedurende de hele klantenreis. Want 70% van de koopervaring wordt vandaag niet gevormd door het product of de dienst zelf, maar puur door de klantervaring eromheen.

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 lange termijn relatie mee op te bouwen, is een noodzakelijke tool. Hierdoor realiseert u niet alleen quick wins, maar geeft u vorm aan lange termijn actieplannen die de groei van uw organisatie blijven garanderen.

In deze opleiding focussen we op wat customer journeys zijn, hoe u deze in kaart brengt en hoe u dit door vertaalt naar concrete en haalbare actieplannen. U leert hoe u er iedereen binnen de organisatie bij betrekt en in aanstuurt. Dat maakt het verschil.

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

De docent



Lukas Carlier ademt marketing en commerciële strategie. Hij bouwde ruim elf jaar ervaring op bij wereldwijde organisaties als Deloitte en Barry Callebaut, waar hij zich toelegde op commerciële strategie en het versterken van commerciële slagkracht.
Als expert in Customer Experience vertaalt hij strategische inzichten feilloos naar meetbare klantervaringen, commerciële processen en scherpe KPI's – precies de brug tussen strategie en uitvoering die in dit programma centraal staat.

Vandaag is Lukas Associate Partner bij Business Markers. Hij is daarnaast gastspreker aan Vlerick Business School rond digitale transformatie in commerciële organisaties, waardoor hij theorie en praktijk moeiteloos verbindt voor een veeleisend B2B-publiek.

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.



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 klantenreis oefening 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.

Programma

INLEIDING: WAT VERWACHT U VAN DEZE KLANTENREIS-TRAINING

MODULE 1: CUSTOMER JOURNEY ALS VISUELE WEERGAVE VAN DE KLANTEN-ERVARING

- Wanneer bent u 'Customer Excellent'?
- Belang van klantgerichtheid in denken en handelen van alle werknemers in alle departementen en op elk niveau.
- De kracht van storytelling.
- Visueel mappen van klantenervaring.
- Wie komt in contact met klant: van vloer tot board:
  - Verschillende startpunten (niet alleen vanuit sales).
  - Eén reis en/of vele deelreizen.
  - Overlappende reizen doorheen de ganse organisatie.
- Voor welke klant brengt u dit in kaart?

MODULE 2: HOE BRENGT U DIT IN KAART: CONCRETE VISUALISATIE VAN DE KLANTENREIS

- Identificatie van de belangrijke stappen in de klantenreis.
- Bewust worden en bewust maken van de bijdrage aan de klantrelatie doorheen de ganse organisatie als essentiële stap naar klantgerichtheid.
- Durf te kijken naar uw organisatie vanuit de ogen van de klant.
- Hoe visualiseert u het resultaat en de outcome van de klantenreis?

MODULE 3: HOE VERTAALT U DIT DOOR IN ACTIEPLANNEN, DOOR IEDEREEN TE BETREKKEN?

- De customer journey als een zeer effectieve stap in verandermanagement.
- De visuele kaart met de belangrijkste momenten, contactpunten en activiteiten met uw organisatie leidt tot concrete acties,
  - in de front-office.
  - de back-office.
- Identificatie van en focus op de 'moments of truth': kruispunten in de klantenreis.
- Uitwerken en optimaliseren van multifuctionele actieplannen vanuit het klantenperspectief
- Wat zijn de hefbomen en barrières voor succes bij implementatie van het in kaart brengen van de klantenreis?

MODULE 4: HOE STUURT U DE ORGANISATIE OP EEN CUSTOMER JOURNEY?

- Hoe meet u de prestaties van jouw organisatie ten opzichte van de customer journey
- Essentiële metrics (Customer Performance Indicatoren)
- Meten, opvolgen en rapporteren van deze metrics of CPI's
- Hoe (blijvend) de ganse organisatie enthousiasmeren én motiveren om aan de Customer Journey te blijven werken

MODULE 5: UW CUSTOMER JOURNEY EN PERSOONLIJK ACTIEPLAN

Doorheen de training werkt u aan uw persoonlijk actieplan waarbij u zowel de quick-wins als de lange termijn doelstellingen duidelijk in kaart brengt. Zo leert u welke informatie u vandaag heeft maar ook welke u nog mist en hoe u deze in real-life deze kan verzamelen en integreren in de klantenreis mapping.



Timing cursus

08.30	Ontvangst, registratie met koffie/thee.
09.00	Start van de trainingsdag (met voorstelling docent)
12.30	Lunch
17.00	Einde van de cursusdag.

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

Verhoogde interactiviteit

De deelnemers krijgen uitgebreid de kans om hun eigen problematiek ter sprake te brengen. Om dit te realiseren, vragen wij op voorhand een beknopte beschrijving van de probleemstelling te formuleren. Op die manier kunnen wij de cursus volledig opstellen volgens uw eigen informatiebehoefte.
U kunt hiervoor steeds contact opnemen met **Dirk Spillebeen** op het nummer: **+32 50 38 30 30** (e-mail: **dirk@ifbd.be**).

The customer journey

2027

> **Datum & locatie:** zie hiertoe onze website **www.ifbd.be**
> **Kostprijs: € 795** (excl. BTW)

>>> INSCHRIJVEN

E-mail:
info@ifbd.be



klik hier

Via onze website:
ifbd.be



klik hier

Via QR:

Telefoon:
00 32 50 38 30 30



Voor meer informatie omtrent uw inschrijving ...

>>> INSCHRIJVINGSMODALITEITEN

De deelnameprijs aan dit 1-daagse programma bedraagt **795 Euro** excl. 21% BTW. Dit bedrag is inclusief koude/warme dranken en een uitgebreide lunch tijdens de cursusdag. U ontvangt bovendien een **documentatiemap** die u als naslagwerk kunt raadplegen.

Het IFBD geeft per extra deelnemende collega **5% extra korting** op het **totaalbedrag** met een maximale **korting van 20%** (= 5 deelnemers of meer).

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 inschrijving en de cursus. Indien wij minstens **2 weken voor de cursus** uw annulatie ontvangen zoeken we samen met u naar de beste oplossing. **Minder dan 2 weken voor de eerste cursusdag** bent u ons het integrale bedrag verschuldigd en wordt mogelijks een administratieve kost (€ 95) aangerekend. Wij zijn uiteraard steeds verheugd een collega te mogen verwelkomen in uw plaats.

HOTELOVERNACHTING OP DE LOCATIE VAN DE TRAINING

U kan op onze diverse trainingslocaties veelal een overnachting boeken om de cursus op een ontspannen manier te kunnen aanvatten en/of af te sluiten. Meer informatie hieromtrent vindt u op onze website of via volgende link: www.ifbd.be/nl/over-ons/algemene-voorwaarden

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 of via e-mail: DPO@ifbd.be.

ALGEMENE VOORWAARDEN

Op onze website op de pagina **ifbd.be/nl/over-ons/algemene-voorwaarden** vindt u al onze modaliteiten terug.