

# Dragen je producten bij aan de wensen van de klant?

## Tips voor Customer Excellence



Is je business model nog wel relevant genoeg? Morgen ook nog? Bij Boer & Croon nemen we regelmatig de businessmodellen van onze klanten onder de loep. Wij zorgen met een herijking van je businessmodel en verbeterinitiatieven voor de gewenste effecten op je beoogde klanten. Young Executive Jip ging bij een grote Nederlandse Retailpartij aan de slag met een organisatie-breed transformatie programma. Haar missie: transformeren tot een klantgerichte organisatie om de beoogde doelgroep beter te bereiken.

Een **nieuwe doelgroep aantrekken** of een bestaande doelgroep beter bedienen, begint bij het vaststellen van de klantbehoeften en de kloof tussen de huidige en gewenste propositie. Volgens Jip is de gebruikelijke valkuil om aannames te maken over de klantbehoeften op basis van 'buikgevoel' of instinct. Jip vindt dat de kracht juist zit in het **gebruik van klantdata en heldere analyses** van relevante kwantitatieve en kwalitatieve informatie. Tools die hierbij de validatie van de aannames ondersteunden waren onder andere:



**Klantreizen.** Het uitwerken van een [Customer Journey](#) hielp bij de beslissing welke contactmomenten verbeterd konden worden. Op basis hiervan kan je een projectportfolio opstellen met projecten die écht waarde toevoegen voor je klant.



**Design-thinking.** Deze methode stimuleert je om in projecten eerst goed te begrijpen waarom je klant iets bestempelt als pijnpunt. Zo vergroot je de kans dat je initiatief daadwerkelijk een oplossing biedt voor je klant. Ook evalueren en bijsturen zijn belangrijke stappen binnen Design Thinking. Dit stimuleert een organisatie naar een cultuur van continuous improvement.



**Persona's.** Segmenteer klanten op basis van verschillende indicatoren (bv. leeftijd of demografisch profiel) en creëer enkele afgebakende en gedetailleerde klantprofielen. Zo breng je je klant tot leven en kan je deze voortdurend in gedachten houden bij het verbeteren of ontwikkelen van een dienst of product.

## Jip's belangrijkste lessen?

- **Doorgrond wat al goed gaat!** Weet wat je klanten waarderen, waar de kracht van je organisatie ligt en wat je wilt behouden.
- **Baseer en valideer je analyses** op kwalitatieve én kwantitatieve data.
- Blijf je klanten en je medewerkers betrekken in verbeterinitiatieven. Ga niet zelf oplossingen bedenken, maar blijf hierover in gesprek met je klant: toetsen, evalueren en aanscherpen is key!
- **Meten = weten.** Koppel de prestaties van je initiatieven aan indicatoren en de juiste KPI's. Op deze manier worden verbeteringen in de Customer Journey toetsbaar en kan je een continue feedbackloop in de organisatie borgen.
- Je hebt geen grote organisatieverandering nodig om klantgericht te kunnen werken. In gesprek gaan met de klant in combinatie met de aanwezige data zorgen al snel voor positieve uitkomsten van je (propositie)keuzes.

## Over Customer Excellence:

Wil jij ook een nieuwe doelgroep aanspreken? Benieuwd hoe je klanten nu het proces ervaren en waar nog concrete verbeterkansen liggen? Stap samen met ons in de schoenen van je klant en ontdek hoe je het verschil kan maken.

Met onze Customer Excellence solution zetten wij de klant centraal om in te kunnen spelen op diens veranderende behoeften. In de transformatie naar een klantgerichte organisatie zijn wij betrokken vanaf het opzetten van de strategie tot voortdurende verbetering van de beleving.



**Interesse?** Neem dan contact op met: Lianne (06 15 13 65 46) of Jip (06 23 65 16 12)