

Innovatiesessie klantreizen

10 april 2025

Welkom



Doel en programma



Digitale huisregels



Even voorstellen: Kernteam Innovatie SPN



Ivo Steenbergen

Projectleider bij
Innovatiebieb

Projectleider kernteam
innovatie
Innovatiemanager bij Studio
Noordkaap

E-mail

LinkedIn



Beau Kramer

Communicatieadviseur
Innovatiebieb

Communicatieadviseur bij
BKMC

E-mail

LinkedIn



Ilse Keune

Innovatiecoach bij
Innovatiebieb

Projectleider Probiblio

E-mail

LinkedIn



Tessa van Helden

Innovatiecoach bij
Innovatiebieb

Adviseur bij Cubiss

E-mail

LinkedIn



Froukje Stuursma

Innovatiecoach bij
Innovatiebieb

Senior adviseur provinciale
ondersteuning bij Biblionet
Drenthe

E-mail

LinkedIn



Jeroen de Graeve

Innovatiecoach bij
Innovatiebieb

Lid en secretaris van de
stuurgroep
Strategisch adviseur bij
Rijnbrink

E-mail

LinkedIn

Wat doet het Kernteam?

- Fieldlabs
- Innovatiebieb
- Landelijke Innovatiedag
- Innovatienetwerk
- Innovatieklimaat

Kernteam innovatie SPN



Waarom innovatiesessies?

- Ontmoeting
- Kennisdeling
- Inspiratie

Samen geven we innovatie in de sector een boost!



Kennismaken

Wat is een moment waarop je als klant écht positief of negatief verrast werd? Bij je bibliotheek, een webshop of een winkel. Wat gebeurde er, en waarom bleef juist dát moment je bij?

Break Out

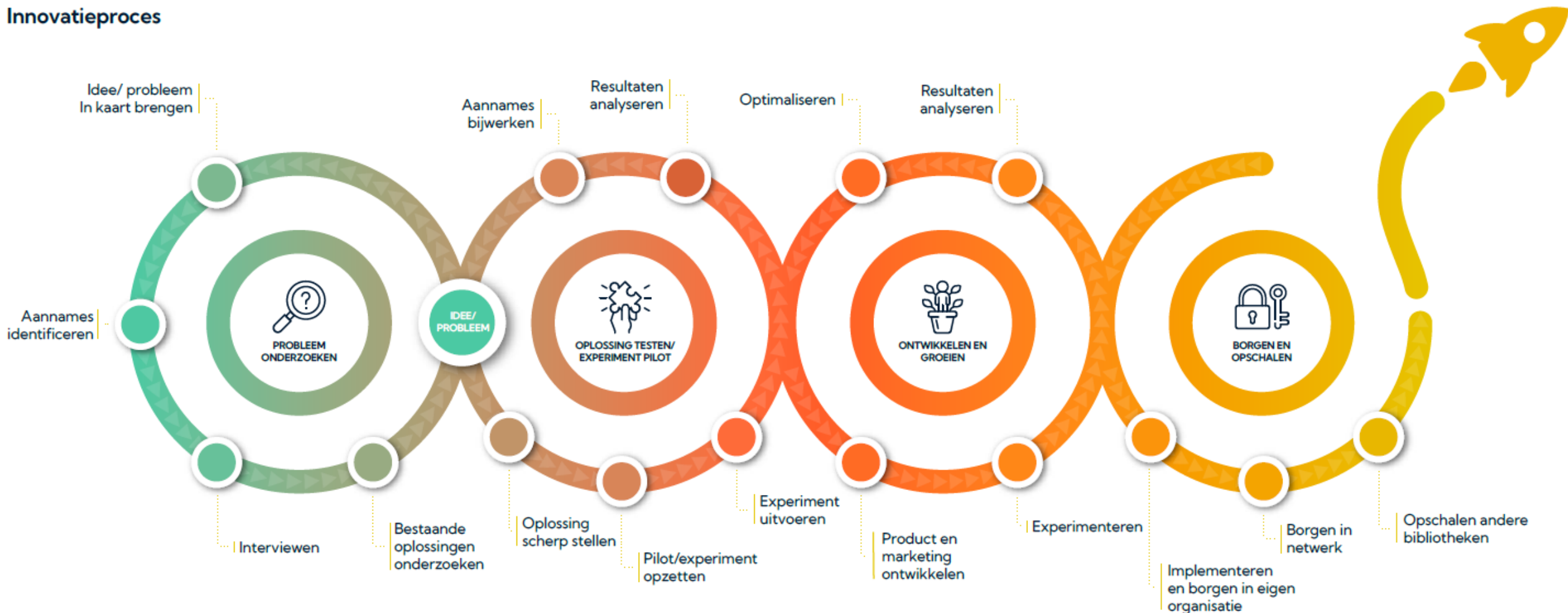


Wat is een klantreis?

- Een klantreis beschrijft de **stappen die een klant doorloopt** bij het gebruik van een bepaald product of dienst. Het gaat dan om de verschillende momenten waarop de klant in **contact** komt met dat product of die dienst, en wat de klant dan **ervaart en voelt**.
- Door de klantreis in kaart te brengen, kunnen bedrijven of organisaties beter **begrijpen** wat hun klanten doormaken. Dit stelt hen in staat om **producten en diensten** te verbeteren en de **relatie** met de klant te versterken.

Klantreizen binnen het innovatieproces

Innovatieproces



Presentatie

Monique van der Loo

Expert klantreizen



De klantreis als bron voor innovatie

SPN innovatiesessie, 10 april 2025

Pro
biblio



Wie ben ik?

- Monique van der Loo
- Marketingadviseur bij Probiblio
- Sinds 2018 bezig met klantreizen en optimale klantbeleving (in bibliotheken)
- O.a. Klantreisonderzoek, mystery guest onderzoek, workshops Denken vanuit de klant.



Denken vanuit de klant

- Wie zijn je klanten en wat verwachten ze?
- En sluit je aanbod en dienstverlening daarop aan?
- Klantreis als tool



**De klantreis is álles
wat een klant ervaart
rondom een bepaalde
dienstverlening.**





Waarom aan de slag met klantreizen?

- Echt denken vanuit de klant, geen aannames
- Visuele tool
- Maakt kansen zichtbaar om klantervaring te verbeteren
- Efficiëntere processen
- Afdelingen werken samen aan verbetering voor de klant.
- Helpt keuzes maken en prioriteren

Voor klanten:

- Leidt naar een betere en consistente ervaring
- Blijve klanten



Fasen in de klantreis

Van bewustwording tot behoud

Bewustwording

De klant wordt zich bewust van een bepaald probleem / behoefte.

Oriëntatie

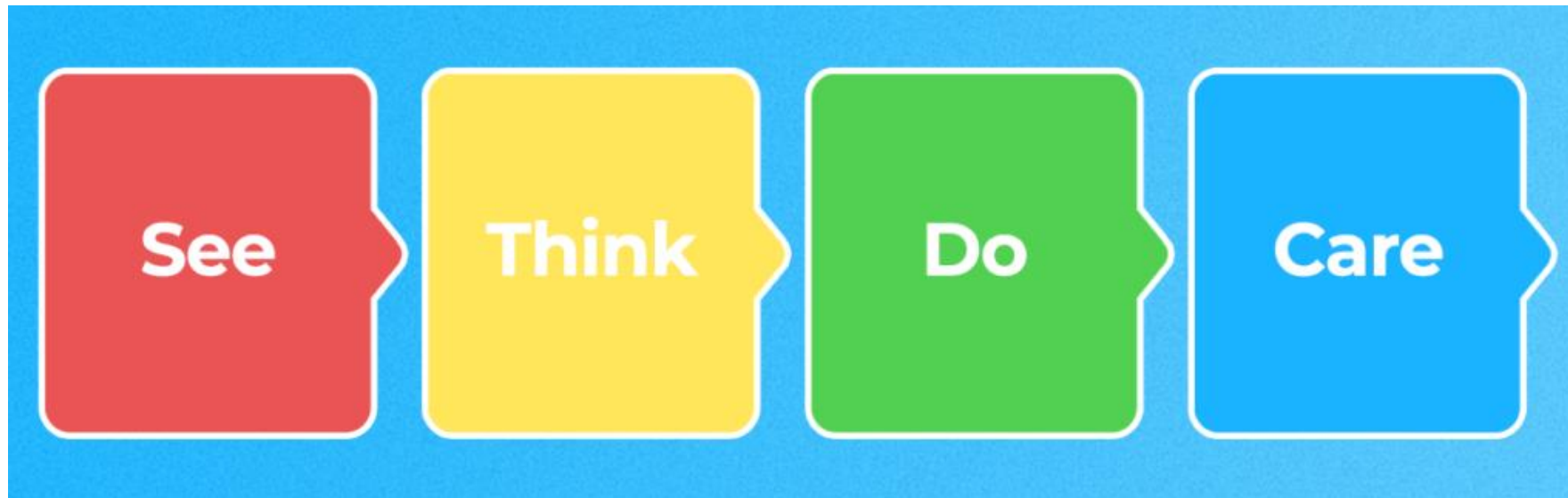
De klant heeft interesse / zoekende naar mogelijke invulling van de behoefte.

Activatie

Concrete interesse.
De klant is geactiveerd waarna deze overgaat tot actie.

Behoud

Service en aanvullend aanbod leidt tot loyale klanten.





Keuze klantreis

- Welke doelgroep / segment?
 - Klantprofiel
 - Bestaande klanten!
- Welke klantreis?
 - Welke vraag / klantbehoefte?
 - Welk aanbod?
 - Hoe specifiek, hoe meer details
- Wat is je doel?
 - Wat ga je met uitkomsten doen?
 - Wie verwacht je daarbij nodig te hebben?



Mét klanten

Zonder input van klanten blijven het aannames!

Geen geld voor duur bureau?

Starten zonder klanten:

- Wat weet je al?
Onderzoek, FAQ's, etc.
- Testen: Hoe ervaar je het zelf? Hoe doen andere organisaties dit?
- Collega's vanuit verschillende disciplines en profielen, etc.

➤ Ideeën toetsen bij klanten

Levert veel inzichten



- Waar gaat het al helemaal top (en waarom)?
- Waar ervaren klanten drempels (en waarom)?
- Waar zijn onderdelen niet in lijn met elkaar?
- Waar kun je de klantervaring verbeteren? (Hoe dan?)
- Kun je je merkwaarden beter laten uitkomen in deze klantreis?

Kennis naar actie vertalen: Wat ga je verbeteren?

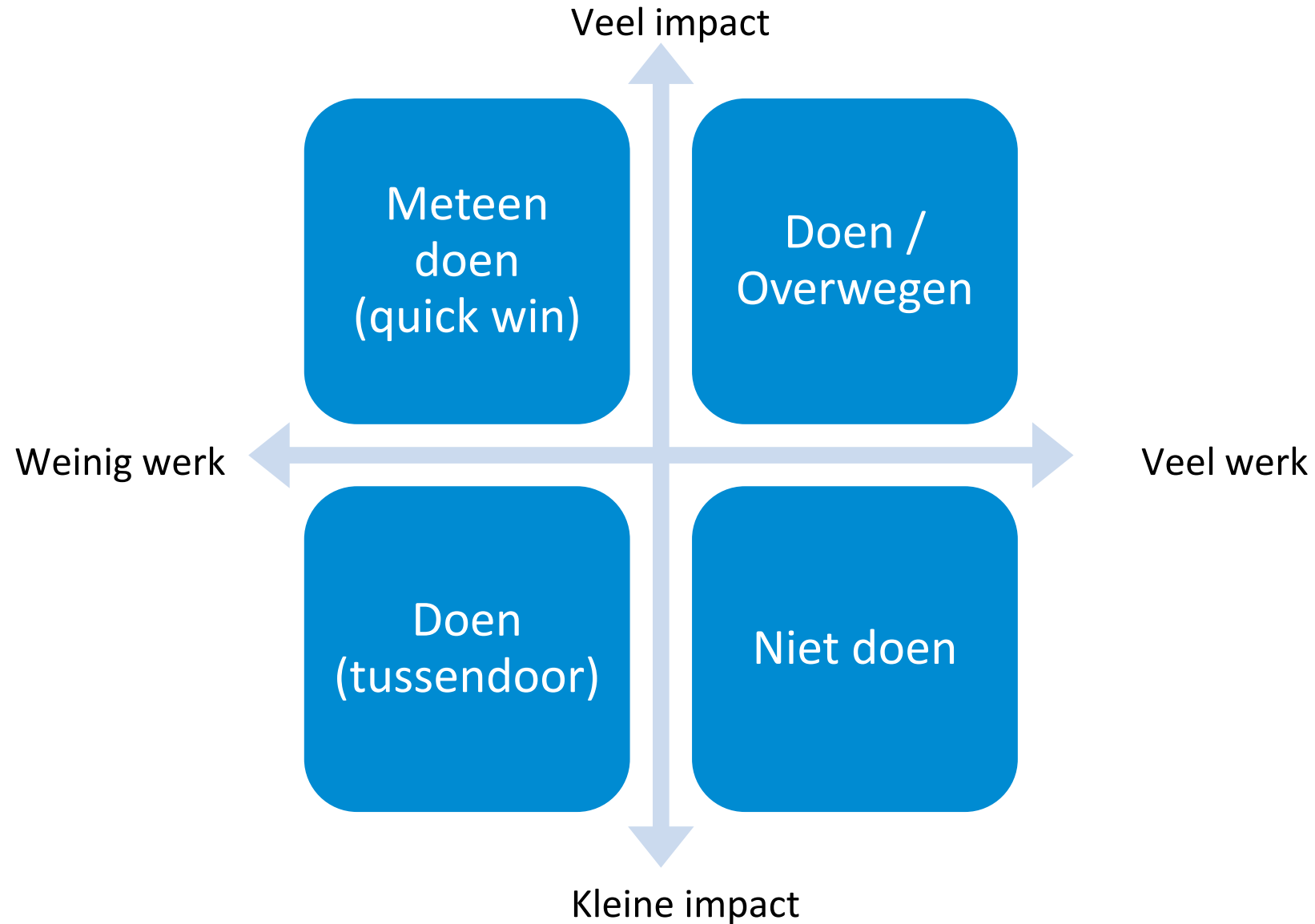
- Brainstorm met multidisciplinaire teams
- Hoe Kunnen We-vragen
- Vanuit merkwaarden naar de klantreis kijken
- Hoe zou X deze klantervaring verbeteren?
- Etc.



Prioritering van verbeterideeën

- Prioritering o.b.v. belevingscurve
 - Drempels weghalen
 - Positieve ervaringen toevoegen
- Wat wil de klant nu echt (job-to-be-done)? Wat nodig?
- Klant vs organisatie: Welke verbeterideeën zijn het meeste in lijn met je visie en merkwaarden?
- Welke verbeterideeën zijn ook realistisch om aan te pakken?
- Waar zit de meeste energie op?

Ease & Effect Matrix



Keuzes gemaakt?

- Idee uitwerken
- Wie & wat heb je nodig?
- Wie is verantwoordelijk?
- Toetsen bij klanten
- Aan de slag!



Case: Klantreis Opzeggen abonnement

Gestart met huidige situatie bekijken (bij enkele bibliotheken)

Aantal mensen betrokken die niet bekend zijn met proces en gevraagd te testen.

- Hoe zoeken ze? Is optie vindbaar?
- Welke gegevens vraag je aan de klant?
- Is het een warm afscheid?
- Zijn schrijfstijl en aanspreekvorm over kanalen heen constant?
- Etc.

Beste Eva Bruinsma,

Het abonnement vervalt per 1 januari.

Met vriendelijke groet,

Leren van al onderzochte klantreizen

9 Klantreizen onderzocht:

- Het zoeken naar boeken
- Inschrijven nieuwe leden
- Digitale hulpvragen
- De taalleerder (NT2) en het Taalhuis
- Aanmelden voor activiteiten
- Schoollezers (12 t/m 16 jr)
- Ontmoetingen door & met ouderen
- Deelname door scholen aan activiteiten
- Jongeren met een gratis lidmaatschap (18 t/m 22 jr)

Eén verbetering per klantreis uitgelicht:

- Boekentips pas ná inlevermachine plaatsen.
- Inschrijfbevestiging verbeterd
- Bewegwijzering waar je met welke vragen terecht kunt
- ‘Huiswerkboekje’ om leervraag helder te krijgen
- Overgestapt van ticketingsysteem
- Kast kwartslag gedraaid (niet associëren met kinderhoek)
- Minder strakke planning inloop/uitlooptijd
- Aanpassingen in communicatie
- Niet alleen bij aanvang delen wat nog meer kan met abo

www.probiblio.nl/laat-je-inspireren-door-klantreizen

Let wel op: Klantbehoeften veranderen en deze onderzoeken zijn al enkele jaren oud.

Vragen?

Korte break/
video



Interview Fatima Essabani

Bibliotheeknetwerk

Flevoland

**Ervaringsdeskundige
klantreizen**



WIE BEN IK?

Adviseur Leven Lang Ontwikkelen bij Bibliotheeknetwerk Flevoland
basisvaardigheden, programmering, mbo, gezinsaanpak



basisvaardigheden, programmering &
gezinsaanpak

VOORLEZEN IN DE BIBLIOTHEEK

Hoe kunnen we de klantreis 'Voorlezen in de bibliotheek' op de locaties Lelystad (FMB) en Almere Stad (DNB) optimaliseren voor laagtaalvaardige opvoeders met kinderen tot 8 jaar?

DE 'REIS' IN TEKENINGEN



1

Hoort vanuit VE-groep over voorlezen in de bieb

2

Gaat op zoek:

- Wat, waar, wanneer, hoe laat?
- Mag broertje/zusje mee?
- Is het gratis?

3

Zet datum en tijd mama-café in agenda.

4

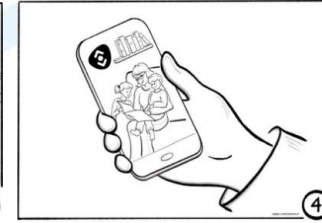
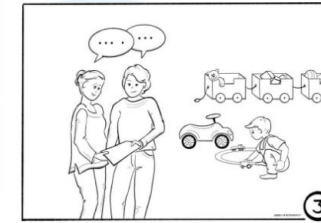
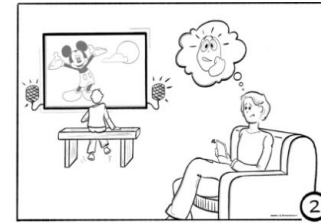
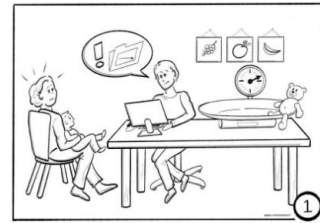
Regelt vervoer om naar bieb te gaan.

5

Medewerker bibliotheek heet welkom en **laat zien waar**.

6

Laagtaalvaardige opvoeder met kind(eren) van 18 mnd tot 8 jaar



Doet met kind mee aan het voorleesmoment



Hoort van het CJG dat haar kind een lage woordenschat heeft en dat voorlezen goed is.

Krijgt de tip om ook naar de bieb te gaan: 'gratis en belangrijk'

Checkt via instanties en/of via familie en kennissen: doe jij dit ook? Is het iets voor mij?

Belt met de bieb hoe het werkt

Komt bij de balie. De lieve medewerker **nodigt** haar **uit** om mee te doen met het voorleesmoment.



INTERVIEWS MET OPVOEDERS





INZICHTEN



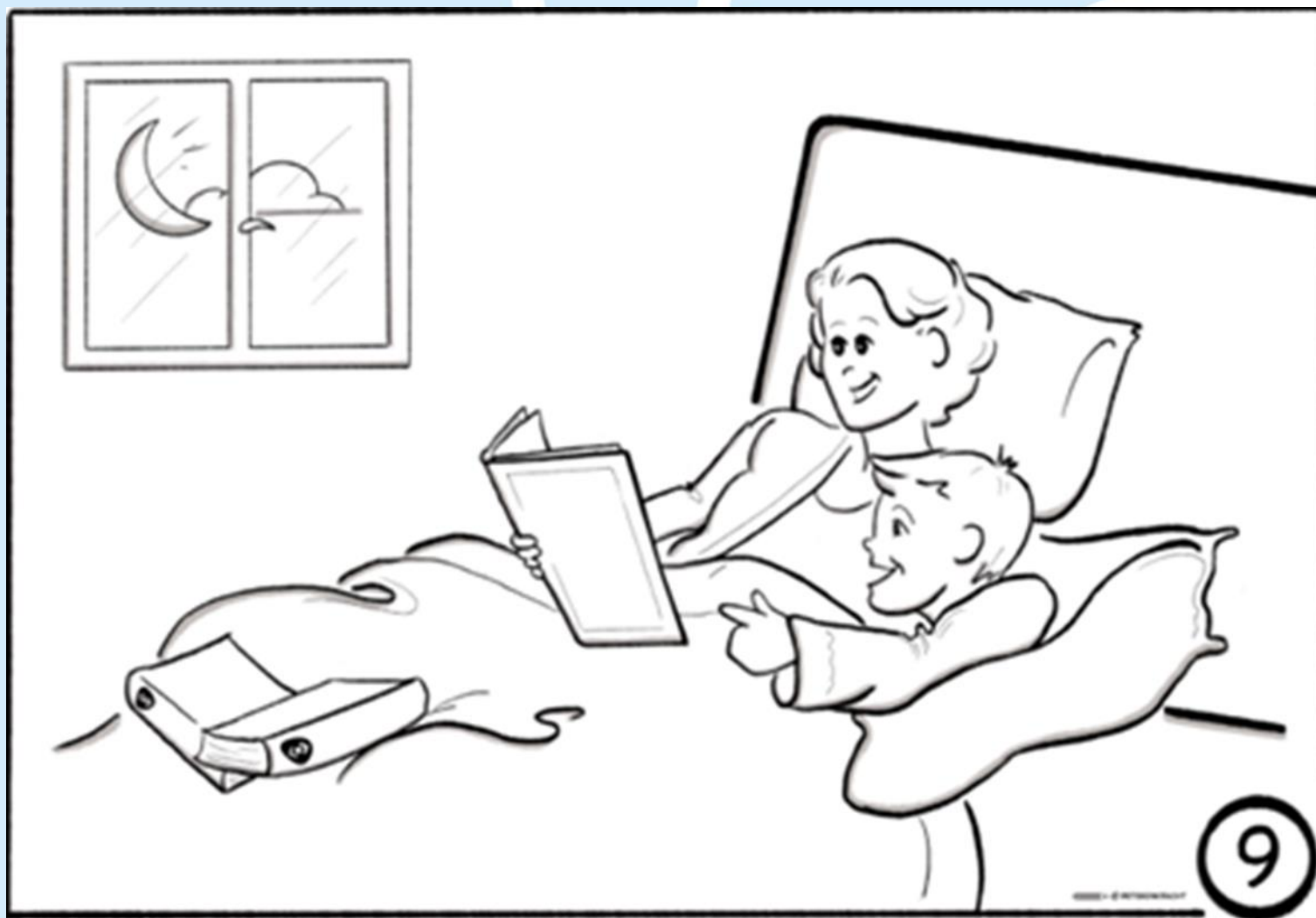
**Haalbaar?
Impactvol?**

WAUW!



**WAUW, MAAR HELAAS OOK
AUW**

MET VERBETERVOORSTELLEN AAN DE SLAG



Ga naar menti.com | en gebruik de code 2894 1294



Mentimeter



Meer over klantreizen?

WaU-traject klantreizen:

<https://www.bibliotheeknetwerk.nl/de-wau-trajecten-een-overzicht/klantreizen-de-gebruiker-centraal>

Behoefte aan een klantreiscommunity?

Meld je aan bij

ivo.steenbergen@stichtingspn.nl



Meer innovatie?

- Innovatiedag: 12 juni
- Volgende Innovatiesessie: oktober
- Volg Innovatiebieb op LinkedIn en Biebtobieb-groep innovatie

Samen laten we de
innovatiecommunity groeien!



The background is a solid orange color. It is decorated with numerous white geometric shapes of various sizes and orientations, including squares, circles, and rounded rectangles, some of which are partially cut off by the edges of the frame. These shapes are scattered across the entire background, creating a modern, abstract pattern.

**Bedankt en tot de
volgende keer!**