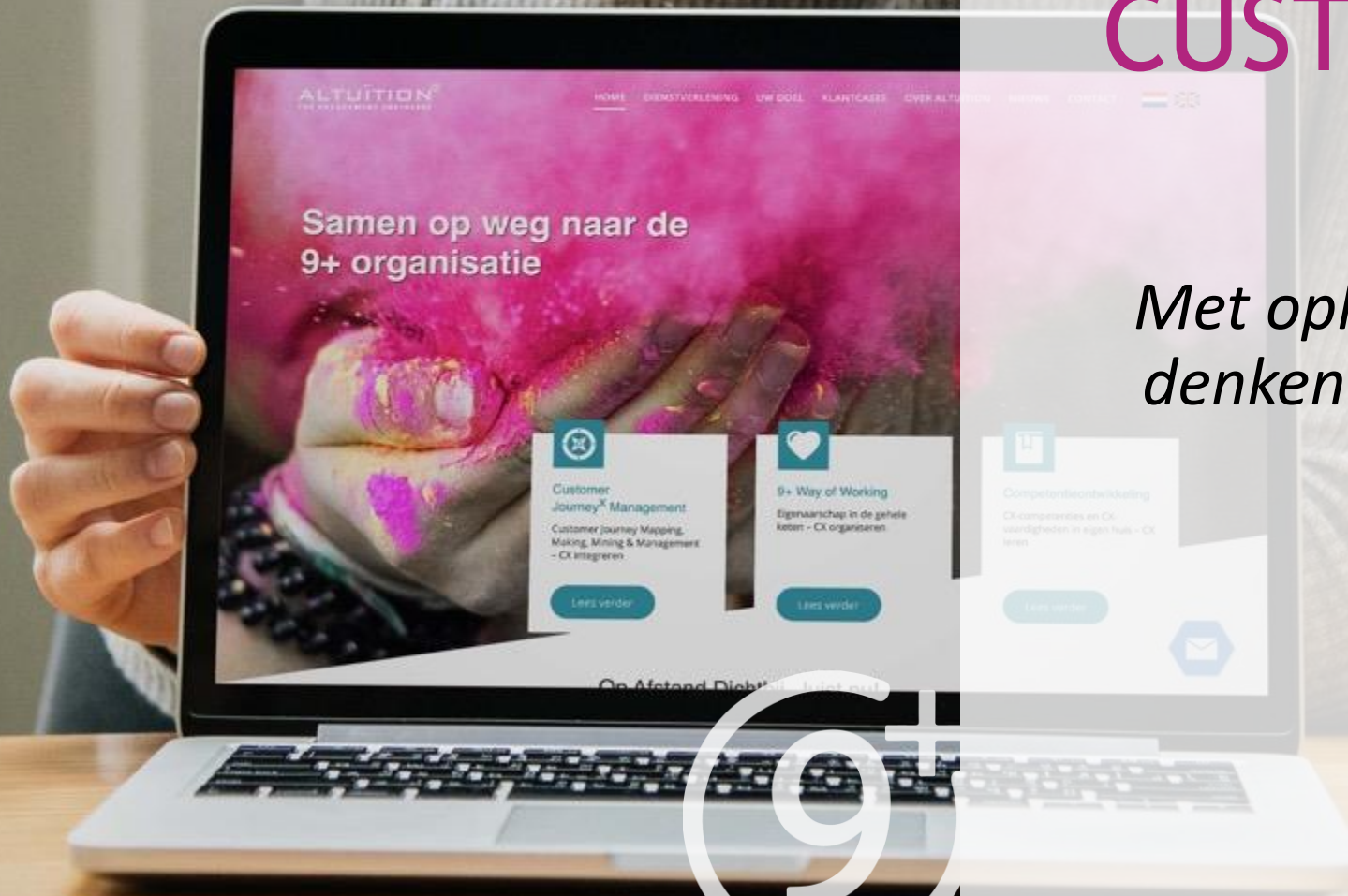


OPLEIDING TOT CUSTOMER JOURNEY DESKUNDIGE

*Met opleider Altuïtion leren kijken,
denken en doen vanuit klantreizen*

Maart 2024, 's-Hertogenbosch

ALTUÏTION⁹⁺
THE ENGAGEMENT ENGINEERS



INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding
2. Opleidingsprogramma
3. Investering
4. Bijlagen



AANLEIDING

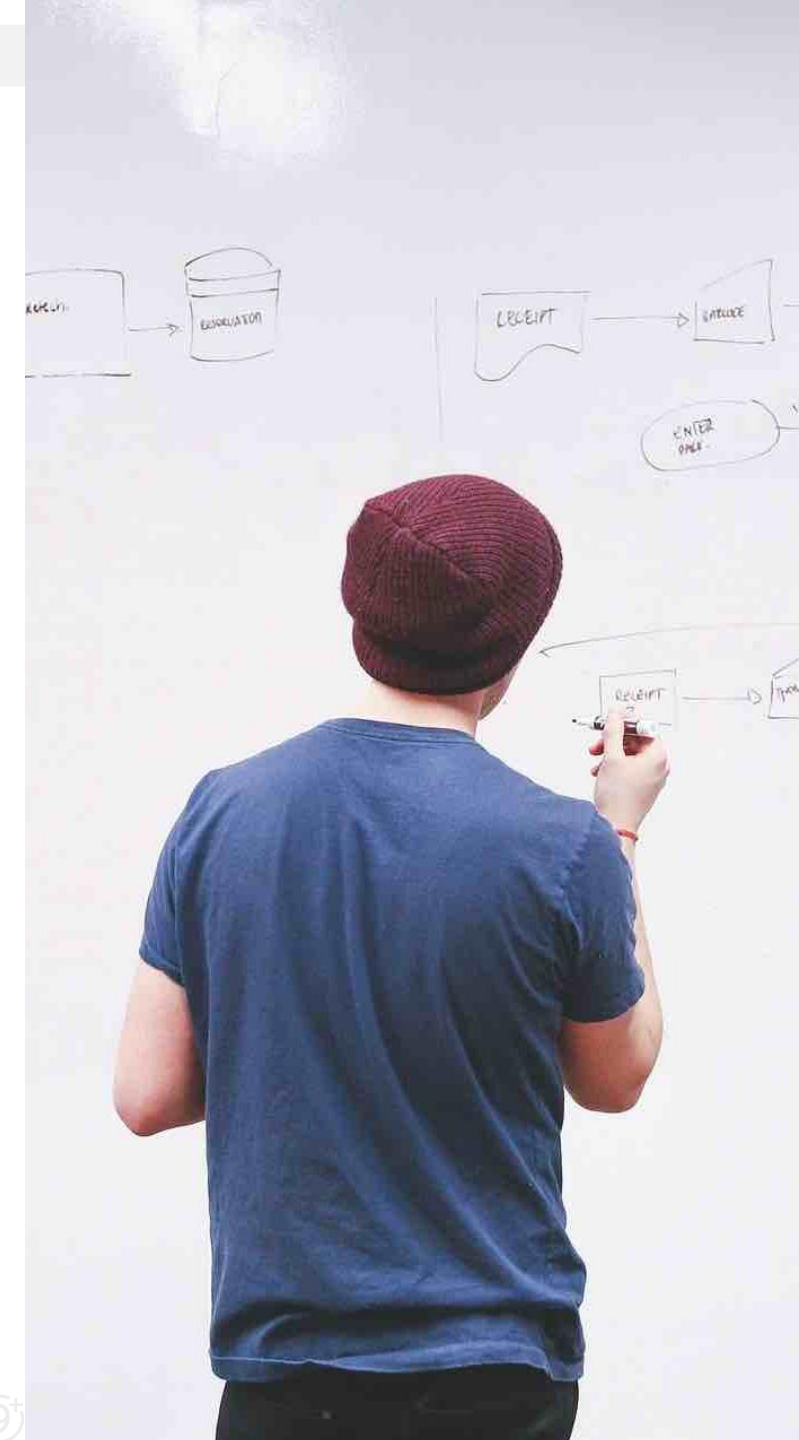
Context opleiding tot Customer Journey Deskundige

Organisaties zijn volop in beweging om **klanten beter te bedienen**, waarbij 'gewoon' doen wat er verwacht wordt (en dus inspelen op de functionele beleving) in veel gevallen al lang niet meer genoeg is.

Een organisatie wil graag promotors en om deze voor je te winnen, zul je een **emotionele connectie** moeten maken op de momenten die er voor jouw klanten echt toe doen: de **Momenten van de Waarheid**.

Dit verwachten klanten niet en het geeft bovendien aan dat je aan hen denkt, er voor hen wil zijn, en wil meedenken als klanten daar (vooral ook) **onbewust behoefte** aan hebben. Dat geldt zowel in de online als offline reis van de (potentiële en bestaande) klanten.

Om deze Momenten van de Waarheid te achterhalen, zul je allereerst **de Customer Journey bloot moeten leggen**. Tijdens de opleiding tot Customer Journey Deskundige ontdek je hoe.



VOOR WIE IS DE OPLEIDING?

Doelgroep opleiding

De opleiding Customer Journey Deskundige is bedoeld voor onder andere marketeers, communicatiespecialisten, CX-professionals, projectmanagers en Lean Six Sigma-experts die veel meer willen begrijpen van Customer Experience en meer specifiek van Customer Journeys en hoe ze de methodiek (beter) kunnen toepassen.

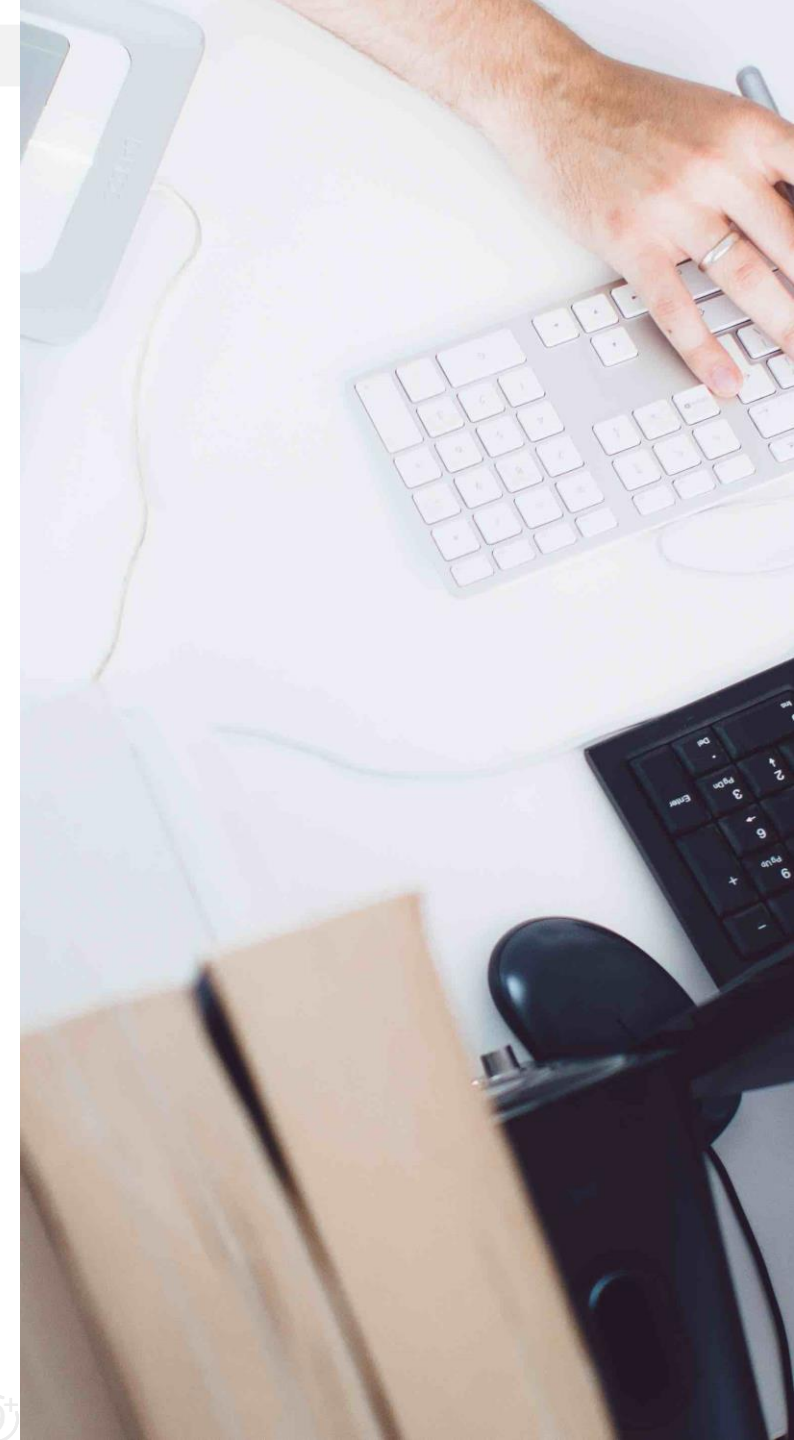
Geen losse boodschappen meer, maar een reis met digitale, menselijke en fysieke omgevingscontactmomenten die de doelgroep écht raken. Ofwel, voor alle professionals die binnen hun organisatie niet langer vooral willen laten 'zenden', maar de connectie en relatie met de klanten aan willen gaan.

Na een succesvolle afronding van de opleiding ontvangen de deelnemers een officieel certificaat.



LEERDOELEN

- Kennis van wat een (ideale) Customer Journey is en het gebruik ervan in de praktijk.
- De meerwaarde begrijpen van Customer Journeys en klant- en medewerkersbeleving.
- De sprong leren maken van functionele klant- en medewerkersbeleving naar (ook) emotionele klant- en medewerkersbeleving.
 - Leren hoe je belevingsonderzoek uitvoert om je journey te toetsen;
 - Leren hoe je met behulp van Belevingsklassiekers™ je idee-generatie sterk kunt richten op wat er écht toe doet.
- Leren hoe je goede ideeën kunt versterken tot 9+ ideeën die de klant écht raken.
- En daarmee écht het verschil maken in de beleving van jouw klanten en medewerkers.



INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding
2. Opleidingsprogramma
3. Investering
4. Bijlagen



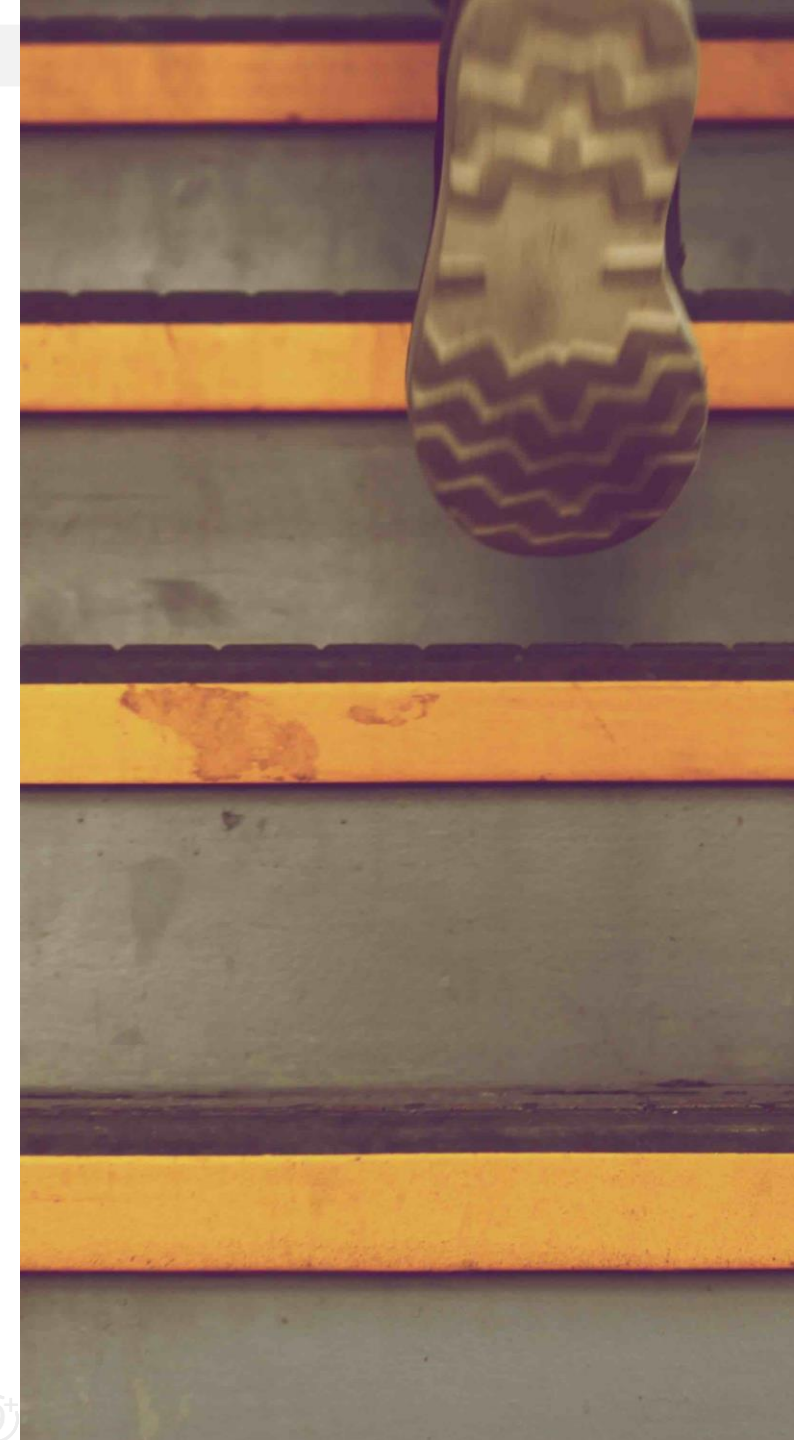
WAT GAAN WE DOEN?

Bewezen succesvolle opleiding in 5 stappen

Customer Journeys inzetten leer je niet alleen uit een boek – alhoewel Altuition's Basisboek Customer Journey daar een heel goede basis biedt en niet voor niets bij ruim 30 hoger onderwijs-opleidingen in het curriculum staat – je moet het vooral zelf ervaren. Zodoende bestaat het programma van de opleiding tot Customer Journey Deskundige uit een gebalanceerde mix van theorie en praktijk in de vorm van vijf modules.

Tijdens de sessies staat het vergroten van kennis en inzicht rondom Customer Journeys centraal. Natuurlijk zorgen we naast de theorie ook voor tal van praktische voorbeelden.

Gelijktijdig zullen de deelnemers aan de slag gaan met het uitvoeren van een eigen Customer Journey. Ofwel: geen 'case op papier', maar een 'live case'.



HOE ZIET HET PROGRAMMA ERUIT?

De opleiding tot Customer Journey Deskundige in 5 stappen

MODULES	INHOUD
<p>Module 1 Introductie & Inspiratie 3 uur</p>	<p>Wat is Customer Experience Management en wat is de betekenis hiervan voor de verschillende relevante organisatiedisciplines? Een inspirerende 'eye-opener' sessie met veel cases en discussie.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Waarom bedrijven Customer Experience centraal stellen ▪ Functionele en emotionele beleving ▪ Hoe geef je richting aan (onbewuste) Customer Experience ▪ Wat zijn de effecten voor de organisatie ▪ Bouw klantbeleving in processen: cases ▪ Bouw je eigen Customer Journey <p>Na deze module denk je alvast na over je eigen 'live case' die je parallel aan de modules wil gaan uitwerken.</p>
<p>Module 2 De Customer Journey als basis 3 uur</p>	<p>De basis van Customer Experience Management voor elke organisatie is het in beeld hebben van de (ideale) Customer Journey. Hoe breng je een (ideale) Customer Journey in kaart?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Scope, doel en doelgroepbepaling van een Customer Journey ▪ Hoe zorg je voor maximale aansluiting op de merkwaarden? ▪ Achterhalen en analyseren/structuren informatie over klanten in de Customer Journey ▪ Integrale touchpoint- en non-touchpointanalyse <p>Deze module sluit je af met een overzicht van alle stappen in de Customer Journey (of Employee Journey), onderbouwd met beschikbare data. Tussen module 2 en 3 volgt een persoonlijk coachingsgesprek waarin jouw Customer Journey gereviewd wordt en we je van handige tips voorzien. Houd rekening met een tijdsinvestering van 1,5 à 2 dagen tussen module 2 en 3.</p>

HOE ZIET HET PROGRAMMA ERUIT?

De opleiding tot Customer Journey Deskundige in 5 stappen

MODULES	INHOUD
<p>Module 3 Outside-in 3 uur</p>	<p>We willen niet varen op aannames die inside-out gemaakt zijn. Daarom ga je tussen module 3 en 4 een viertal klanten interviewen om de beleving te toetsen. Belevingsonderzoek is een vak apart. We zullen je meenemen in wetenschappelijk onderbouwde technieken om onbewuste beleving van jouw klanten bloot te leggen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hoe werkt beleving? ▪ Inzicht in de irrationele beslissingen die mensen nemen in aankoop- en serviceprocessen ▪ Zelf inzicht krijgen in de belevingswereld van een klant: <ul style="list-style-type: none"> ▪ In kaart brengen gemeenschappelijke drijfveren, emoties (laddering, metaforen) ▪ Inzicht in inzet van belevingsinstrumenten (Belevingsinterviews en -panels) <p>Tussen module 3 en 4 voer je 4 belevingsinterviews uit met klanten. De resultaten daarvan verwerk je in je Customer Journey. Houd rekening met een tijdsinvestering van 2 dagen tussen module 3 en 4.</p>
<p>Module 4 Belevingsklassiekers 3 uur</p>	<p>Om écht het verschil te maken in de beleving van de klanten, moeten we de Momenten van de Waarheid herkennen. Een belangrijke tool die we hiervoor gebruiken zijn de Belevingsklassiekers™.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wat is een Moment van de Waarheid? ▪ Wat zijn Belevingsklassiekers™? ▪ Hoe gebruiken we Belevingsklassiekers™? ▪ Hoe selecteren we de Momenten van de Waarheid? ▪ Hoe formuleer je de brainstorm(kern)vraag op het Moment van de Waarheid om tot passende ideeën voor verbetering te komen? <p>Na module 4 bereid je jouw pitch voor de slotdag voor. Hierin investeer je naar verwachting 0,25 dag.</p>

HOE ZIET HET PROGRAMMA ERUIT?

De opleiding tot Customer Journey Deskundige in 5 stappen

MODULES	INHOUD
Module 5 Slotdag 5 uur	<p>Tijdens de slotdag zullen de deelnemers hun eigen – parallel aan de eerste 4 opleidingsmodules ontwikkelde – Customer Journeys aan elkaar pitchen. Daarna werken we samen om voor een aantal (gekozen) klant- of medewerkersreizen oplossingen te bedenken en een verdiepings- en verrijkingsslag te maken. Hiermee tillen we de Customer Journeys naar een (nog) hoger niveau.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Brainstormen;▪ Ideeën kiezen;▪ Ideeën/componenten versterken tot waardige 9+ ideeën;▪ Definiëren Minimal-Lovable-Product;▪ Pitch aan management <p>Je ontvangt een certificaat als bewijs van je opgedane kennis en vaardigheden.</p>

NB Tijdsduur van de modules

De eerste vier modules duren 3 uur per module.

De laatste module (module 5) zal een volledige dag in beslag nemen.

Additioneel houd je rekening met 3,5 tot 5 dagen voor het uitwerken van je eigen casus.

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding
2. Opleidingsprogramma
3. **Investering**
4. Bijlagen



INVESTERING

Opleiding tot Customer Journey Deskundige

OPLEIDING TOT CUSTOMER JOURNEY DESKUNDIGE

(prijs excl. BTW en excl. out-of-pocket kosten)

INVESTERING

Altuition is bereid de opleiding tot Customer Journey Deskundige aan te bieden voor een prijs van € 2.100,- per deelnemer.

In de prijs inbegrepen zijn de gebruikte formats, het Basisboek Customer Journey van Altuition en de kaartenset Belevingsklassiekers™.

Indien er meer dan twee deelnemers van één organisatie aan de opleiding deelnemen, zullen we een staffelkorting toepassen.

Kun je door overmacht één of meerdere modules van de opleiding niet bijwonen, dan ben je zelf verantwoordelijk om (eventueel middels hulp van andere deelnemers) de gemiste informatie te verwerven. Altuition kan in overleg een poging doen om je aan te laten sluiten bij een volgende groep, maar is hier niet toe verplicht.

€ 2.100,-

FACTURATIE

Facturatie zal plaatsvinden in 1 termijn. Altuition factureert 100% bij de start van de opleiding.

VOORWAARDEN

Op dit voorstel zijn de voorwaarden van Altuition van toepassing. De startdatum wordt in onderling overleg vastgesteld.

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding
2. Opleidingsprogramma
3. Investering
4. Bijlagen



WAAROM ALTUITION?

Altuition is in Nederland een leidend Customer & Employee Experience Management-bureau en combineert voor opdrachtgevers intensieve en praktische kennis van veel verschillende sectoren met brede en diepe kennis en ervaring op het gebied van Klantreizen en Medewerkersreizen én specifieke kennis vanuit de overheidssector.

Altuition gaat in Klantreizen veel verder dan een touchpointanalyse die velen al als Klantreis betitelen. We brengen zowel de bewuste als de onbewuste overwegingen, drijfveren, blokkades, behoeften als ook de onuitgesproken verwachtingen van de doelgroep in kaart. Altuition geeft inzicht in het overheersende onbewuste, intuïtieve breinsysteem 1, dat verantwoordelijk is voor 95% van onze beslissingen en ons gedrag.

Altuition maakt onderscheid tussen 9+ factoren en 7+ factoren en tussen emotionele en functionele doelgroep-beleving: waar en hoe kun je écht het verschil maken voor (nieuwe) klanten, waar kun je zorgen voor merkwaardige klantbeleving, waar kun je commercieel effectiever worden, en waar kun je geld besparen?

We hebben de Customer Journey-methodiek in Nederland geïntroduceerd, hebben ruim 580 Klantreis- en Medewerkersreis-projecten en -programma's mogen verzorgen, we hebben vele honderden professionals op mogen leiden tot Klantreis ESPE™ Master en Klantreis ESPE™ Deskundige. En ieder jaar krijgen duizenden studenten in het hoger onderwijs les uit ons derde boek 'Basisboek Customer Journey'.

Altuition's aanpak is compliant met de nieuwe NEN-richtlijn: de Europese richtlijn voor Service Excellence.

Altuition heeft een krachtige onderzoeksdiscipline, en tegelijkertijd zijn we er als consultancyboutiek - samen met onze opdrachtgevers - enorm op gebrand om de rijke inzichten en 9+ concepten écht te laten slagen in de praktijk. Met relatie(uit)bouw en commercieel succes van onze opdrachtgevers als natuurlijk resultaat.



WORK FOR A
No Dea

BERRY VELDHOEN

D
orga
Van ma
naar n



Berry Veldhoen & Stephan van Slooten

KLANT HELDEN

IN DE 9+ ORGANISATIE

Excelleren in emotionele
klantbeleving

VAN DUUREN MANAGEMENT

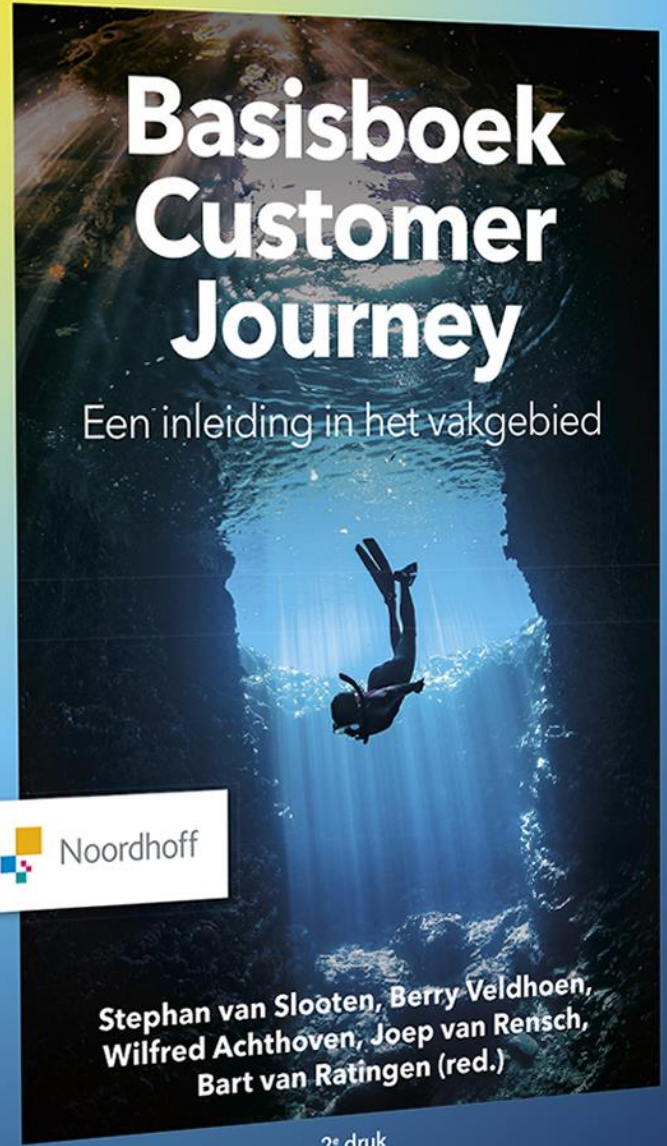
LIFE



Basisboek Customer Journey

Een inleiding in het vakgebied

Noordhoff



Stephan van Slooten, Berry Veldhoen,
Wilfred Achthoven, Joep van Rensch,
Bart van Ratingen (red.)

2^e druk



OVER ONS

Altuition: bouwer van 9+ organisaties



Opgericht in 1997



9+ organisatie-consultants & engagement engineers
47% reeds CCXP gecertificeerd



Psychologen, sociologen, marketeers, filosofen,
ingenieurs en bedrijfskundigen



Ruim 550 Customer Journeys en Employee Journeys
in kaart gebracht



Meer dan 400 CX-professionals opgeleid



ALTUITION: BOUWER VAN 9+ ORGANISATIES

Enkele van onze gewaardeerde opdrachtgevers in B2C en B2B...



ALTUITION: BOUWER VAN 9+ ORGANISATIES

Minstens 45% van onze opdrachten betreft B2B-vraagstukken



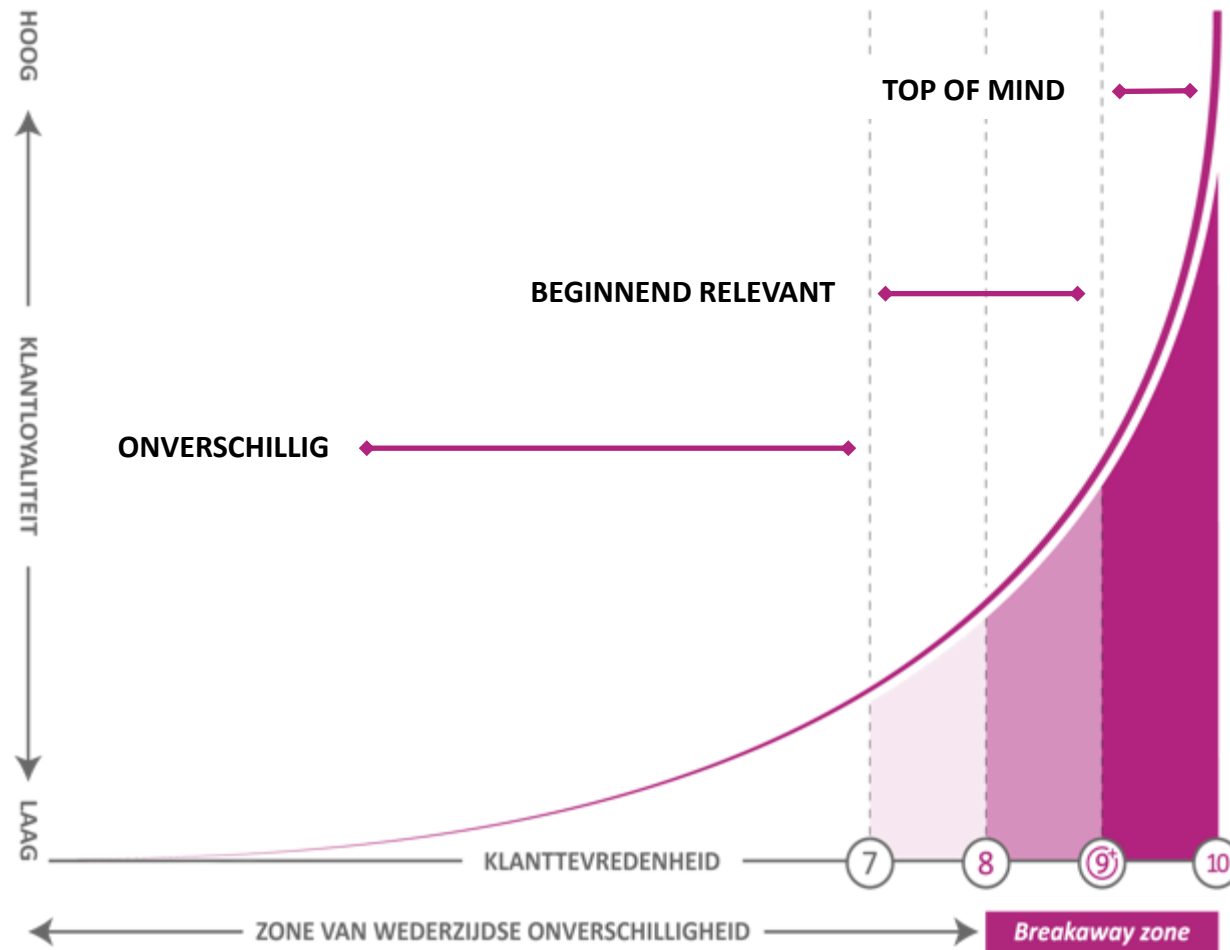
WIJ ZIJN ALTUITION

Ervaren team Engagement Engineers & Associates



ALTUITION⁹⁺
THE ENGAGEMENT ENGINEERS

BREAK-AWAY OP EMOTIONELE BELEVING



Klanttevredenheid:

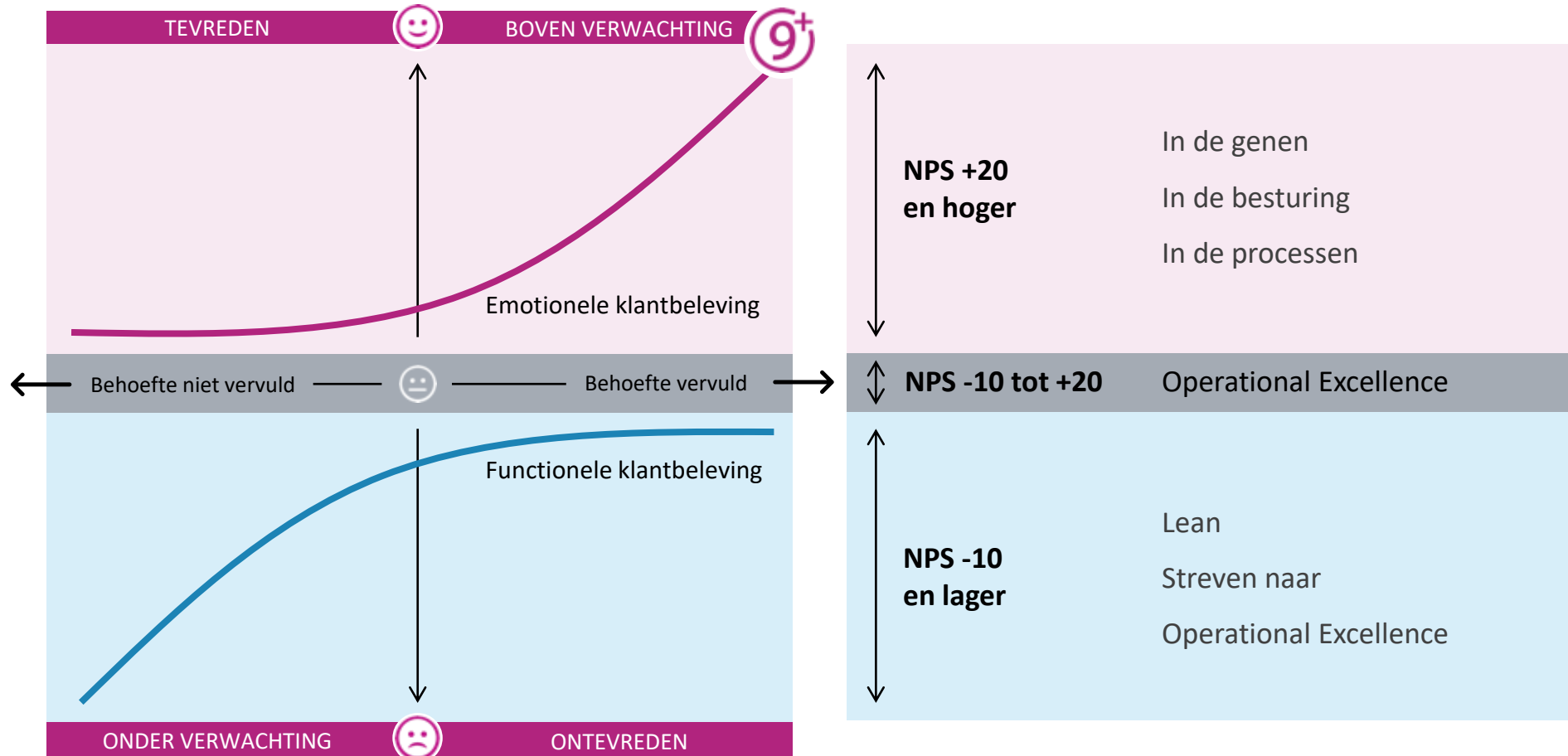
een voldoende is onvoldoende

Met de Customer Journey ESPE™-methodiek kunnen die momenten worden achterhaald die er voor de klant toe doen en kunnen ideeën worden gegenereerd die in de ogen van hen **écht het verschil maken** (9+'en). Tegelijkertijd kunnen kosten worden bespaard: waar kan jouw organisatie volstaan met een 7+?

NB 'ESPE' staat voor 'Emotional Service & Process Engineering'

FUNCTIONELE ÉN EMOTIONELE KLANTBELEVING

De sprong naar succes - Emotionaliseren kun je leren!



Bron: Boek Klanthelden in de 9+ organisatie, 2014; Figuur 2.3 9+ 'kano'-model voor functionele beleving/emotionele beleving gebaseerd op professor Noriaki Kano (Attractive Quality and Must-be Quality, 1984)