

Verwachtings-fase

Service-fase

Beoordelings-fase

ADVERTENTIES

Welke verwachtingen worden er geschept met adverteren?

SOCIAL MEDIA/ GOOGLE/ ONLINE

Welke informatie kan jouw klant online vinden over de dienst?

MOND-OP-MOND

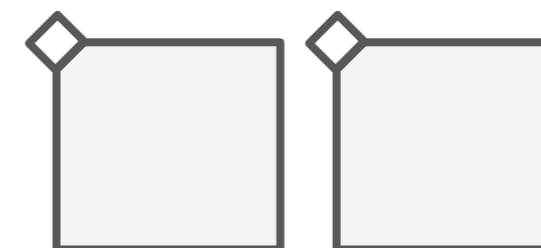
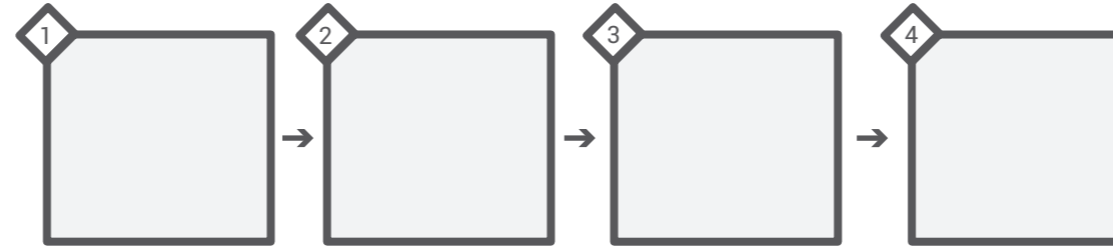
Wat zeggen vrienden, collega's en familie tegen elkaar over de dienst en jouw organisatie?

EERDERE ERVARINGEN

Welke eerdere ervaringen hebben klanten met jouw dienst of vergelijkbare diensten?

KLANTREIS

Wat zijn de touchpoints (plekken waar de dienst en de klant elkaar raken) die klanten ervaren? Zijn er stappen die vaak mis gaan? Of stappen die uitzonderlijk goed gaan?



OPVOLGING/ NAZORG

Wat wordt er na het afnemen van de dienst nog gedaan richting de klant?

SOCIAL MEDIA

Wat communiceren klanten over de service en jouw organisatie op social media/ Google/ Online?

MOND-OP-MOND RECLAME

Wat vertellen klanten hun vrienden, collega's, en familie over de service en organisatie?

VERWACHTING

Op basis van bovenstaande, wat verwacht de klant van jouw dienst?

ERVARING

Wat is de ervaring van de klant met de service en organisatie?

(ON)TEVREDENHEID

De klant trekt zijn conclusie over tevredenheid of ontevredenheid. Als zijn verwachtingen zijn ervaring overtroffen zal hij ontevreden zijn. Overtroffen de ervaringen de verwachting? Dan is de klant tevreden.