

Klantreisonderzoek in B2B

Klantreizen als sleutel voor een klantgerichtheidsprogramma.



Uitdaging

Hoe bouw je aan de klantgerichtheid van een not-for-profit organisatie, waar een groot deel van de diensten een verplichting zijn voor de klanten, mét gedwongen winkelnering? Dat is de uitdaging waar Naktuinbouw mee worstelde, als sleutelelement in hun strategisch plan. Het begint bij goed en breed gedragen inzicht in de leefwereld van de klant, een gezamenlijk klantreisonderzoek bracht dit Naktuinbouw.

Naktuinbouw is een Zelfstandig Bestuursorgaan, gericht op de kwaliteit van zaaizaad en plantmateriaal van verschillende gewassen. Ze voeren bij de boer op het veld systematisch verplichte keuringen uit, en keuren ook op afroep plantmateriaal voor export. Voor veredelaars van nieuwe rassen doen ze onderzoek waarna kwekersrecht kan worden toegekend. En ze beschikken over een gespecialiseerd laboratorium met toetsen op ziekten en plagen.



Aanpak

In deze complexe B2B omgeving, met erg verschillende klanten en diensten begint het uitbouwen van klantgerichtheid met een grondige interne verkenning. Wie bedoelen we eigenlijk met 'klant', wat verstaan we onder 'klantgericht', wat is onze ambitie en waarom werken we eigenlijk aan klantgerichtheid? Wat moet het opbrengen en waaraan herkennen we succes?

Vanuit deze discussies werd duidelijk dat de organisatie onvoldoende inzicht had in de leefwereld van de klanten en hun beleving van de dienstverlening. En ook dat één klantreisonderzoek nooit kon volstaan om de diversiteit van diensten en klanten te dekken. Vanuit het doel structureel meer klantgericht te werken en denken is ervoor gekozen om een aantal medewerkers van Naktuinbouw te laten deelnemen aan de klantreisonderzoeken. Deze medewerkers zijn door ons getraind in de onderzoeksmethode en -tools, hebben de interviews samen met ons gedaan en zo stap voor stap zich het doen van klantreisonderzoek eigen gemaakt.

Dit had direct effect op werksessies waar de resultaten van het klantreisonderzoek werden gebruikt als input om de klantreis en de touchpoints vanuit de klantenbril opnieuw vorm te geven. De Naktuinbouw medewerkers die zelf ook interviews deden, brachten steeds weer met authentieke klantverhalen de klant tot leven.

Resultaat

De aanpak voor Naktuinbouw leverde resultaat op op vijf niveau's.

- De organisatie bepaalde een eenduidig startpunt rond 'klant, klantgerichtheid, ambitie en doel'.
- De klantreisonderzoeken leverden een rijkdom op aan inzicht in de leefwereld van de klant. Voor de ene reis betekende dit: het begrip dat de dienstverlening van Naktuinbouw weliswaar vele maanden in beslag neemt, maar in de beleving van de klant maar een heel kleine fase is in een veel langere reis. In het andere geval dat de klant maar één moment herkent in een klantreis die volgens Naktuinbouw 7 stappen telt.



- Daar liggen ook de kansen om de reizen meer waardevol voor de klant te maken. Zowel initiatieven die 'per direct' doorgevoerd kunnen worden, als kiemen voor langeretermijn plannen.
- De verhalen die de Naktuinbouw medewerkers uit de interviews meebrengen, blijven de band versterken tussen medewerker en klant. Er is een gemeenschappelijke taal ontstaan om over de klant te praten.
- Parallel aan al deze inhoudelijke resultaten, is gewerkt aan de 'klantreis-competentie' binnen de organisatie. Hierdoor is het geen eenmalig project, maar is echt een basis gelegd voor een blijvend meer klantgerichte organisatie.

Bernanda Groot Nibbelink, Communicatieadviseur bij Naktuinbouw: *“Wat ik met name erg waardeer aan de aanpak van Lobster Company is dat ze continue blijven anticiperen op wat er voor onze organisatie nodig is. Waar liggen knelpunten, waar zit de weerstand? Meedenken vanuit strategie maar waar nodig ook operationeel. Niet bang om ons een spiegel voor te houden die vanuit hun jarenlange ervaring met allerlei relaties een waardevolle spiegel is om in te kijken.”*

Graag vrijblijvend van gedachten wisselen hoe uw organisatie klantgerichter kan worden? Bel Kris (06/454.18.325) of Dorien (06/163.88.054)

LOBSTER COMPANY

KIJK VOOR MEER INSPIRATIE OP
WWW.LOBSTERCOMPANY.NL



DORIEN



KRIS



ROY



STEPHANIE



YOUSRI

