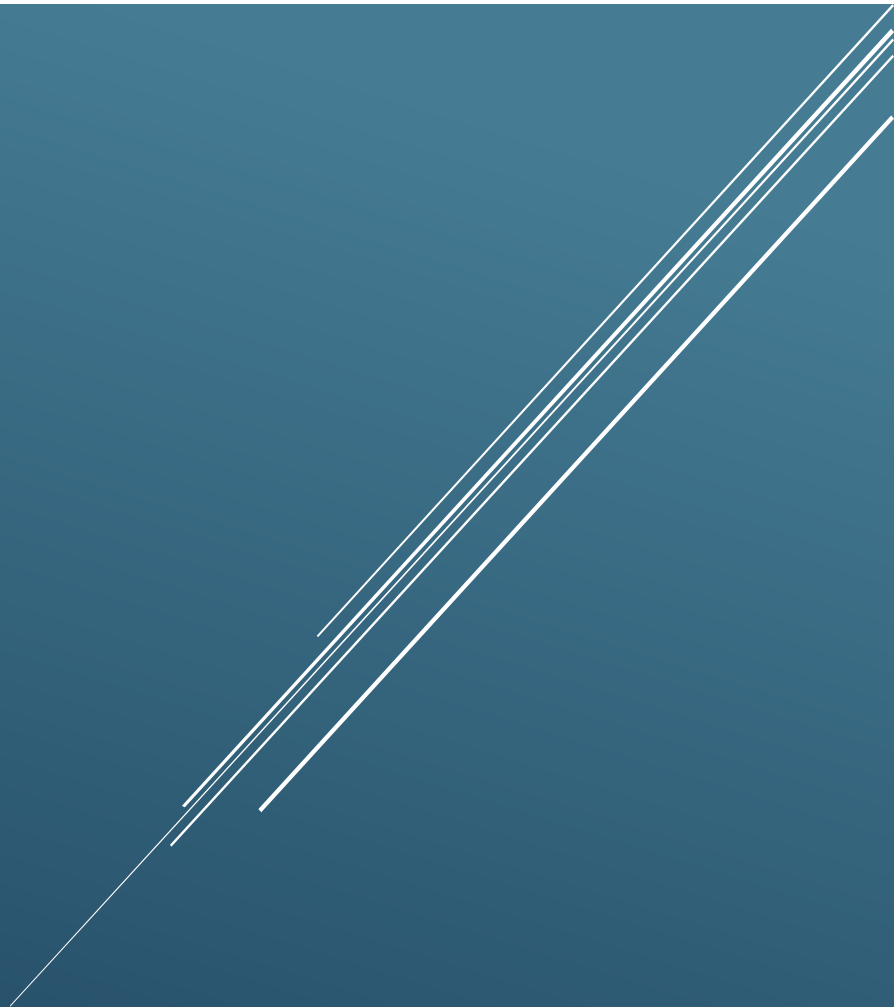




PROCESVERSLAG CUSTOMER JOURNEY PAYANTA

Niels Mol

Inleiding

Voor dit project heb ik een customer journey map gemaakt voor Payanta. In dit verslag leg ik uit hoe ik stap voor stap te werk ben gegaan bij het maken van deze analyse. Ik beschrijf welke keuzes ik heb gemaakt en waarom. Dit verslag laat zien hoe ik van begin tot eind heb gewerkt aan het begrijpen van de klantreis.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
Stap 1: Onderzoek naar het probleem	1
Stap 2: Bepalen van de fases	1
Stap 3: Uitwerken bewustzijnsfase	1
Stap 4: Beschrijven overwegingsfase	2
Stap 5: Uitwerken aankoopfase	2
Stap 6: Analyseren servicefase.....	2
Stap 7: Beschrijven loyaliteitsfase	2
Stap 8: Schrijven conclusie	2
Conclusie van het proces.....	2

Stap 1: Onderzoek naar het probleem

Als eerste ben ik gaan kijken naar het probleem dat klanten ervaren. Ik ontdekte dat veel mensen worstelen met beperkte opbergruimte voor hun koffers. Dit werd duidelijk door te kijken naar wat mensen lastig vinden in kleine appartementen en tijdens het reizen. Door dit probleem als startpunt te nemen, kon ik beter begrijpen waarom mensen op zoek gaan naar een oplossing.

Stap 2: Bepalen van de fases

Na het begrijpen van het probleem heb ik de klantreis opgedeeld in vijf belangrijke fases: bewustwording, overweging, aankoop, service en loyaliteit. Voor elke fase heb ik opgeschreven wat er gebeurt en hoe de klant zich voelt. Dit hielp me om een duidelijk overzicht te krijgen van de hele reis die een klant maakt.

Stap 3: Uitwerken bewustzijnsfase

In deze stap heb ik uitgewerkt hoe mensen voor het eerst in aanraking komen met Payanta. Ik beschreef hoe ze advertenties tegenkomen op sociale media of posts van influencers zien. Ook keek ik naar andere plekken waar mensen de koffer kunnen ontdekken, zoals bushokjes. Dit liet zien hoe mensen van hun probleem naar een mogelijke oplossing gaan.

Stap 4: Beschrijven overwegingsfase

Vervolgens heb ik beschreven wat mensen doen als ze geïnteresseerd zijn in de koffer. Ze gaan naar de website, bekijken foto's en video's, en vergelijken prijzen met andere merken. Ik heb opgeschreven welke informatie ze zoeken en hoe ze reviews gebruiken om een beslissing te maken.

Stap 5: Uitwerken aankoopfase

In deze stap heb ik het aankoopproces beschreven. Ik heb gekeken naar hoe mensen de bestelling plaatsen, wat ze daarbij ervaren en hoe ze zich voelen. Ook heb ik beschreven welke berichten ze krijgen na hun aankoop en hoe dit hen geruststelt.

Stap 6: Analyseren servicefase

Bij de servicefase heb ik onderzocht wat er gebeurt na de aankoop. Ik beschreef het leveringsproces, hoe mensen hun koffer ontvangen en wat ze doen als ze vragen hebben. Ook keek ik naar hoe de klantenservice helpt bij problemen.

Stap 7: Beschrijven loyaliteitsfase

Als laatste fase heb ik gekeken naar hoe Payanta klanten blijft betrekken. Ik beschreef hoe ze reviews vragen, nieuwsbrieven versturen en speciale aanbiedingen doen voor vaste klanten. Dit liet zien hoe Payanta een langdurige relatie opbouwt met klanten.

Stap 8: Schrijven conclusie

Na het uitwerken van alle fases heb ik een conclusie geschreven. Hierin leg ik uit hoe alle stappen samen zorgen voor een complete klantreis. Ook beschrijf ik hoe Payanta niet alleen koffers verkoopt, maar ook relaties opbouwt met klanten.

Conclusie van het proces

Het maken van deze customer journey was een leerzaam proces. Door stap voor stap te werk te gaan, kon ik goed begrijpen hoe klanten Payanta ervaren. Ik heb geleerd dat een klantreis veel meer is dan alleen een aankoop. Het gaat om alle ervaringen die een klant heeft, van het eerste contact tot het worden van een trouwe klant. Deze analyse helpt Payanta om klanten beter te begrijpen en te zorgen voor een betere ervaring op elk moment van de reis.

Het belangrijkste wat ik heb geleerd is dat je heel precies moet kijken naar wat klanten denken en voelen tijdens hun reis. Door dit goed te begrijpen, kan een bedrijf op het juiste moment de juiste dingen doen om klanten te helpen en tevreden te houden.