



Consultants in Quantitative Methods

De verhalen achter de cijfers

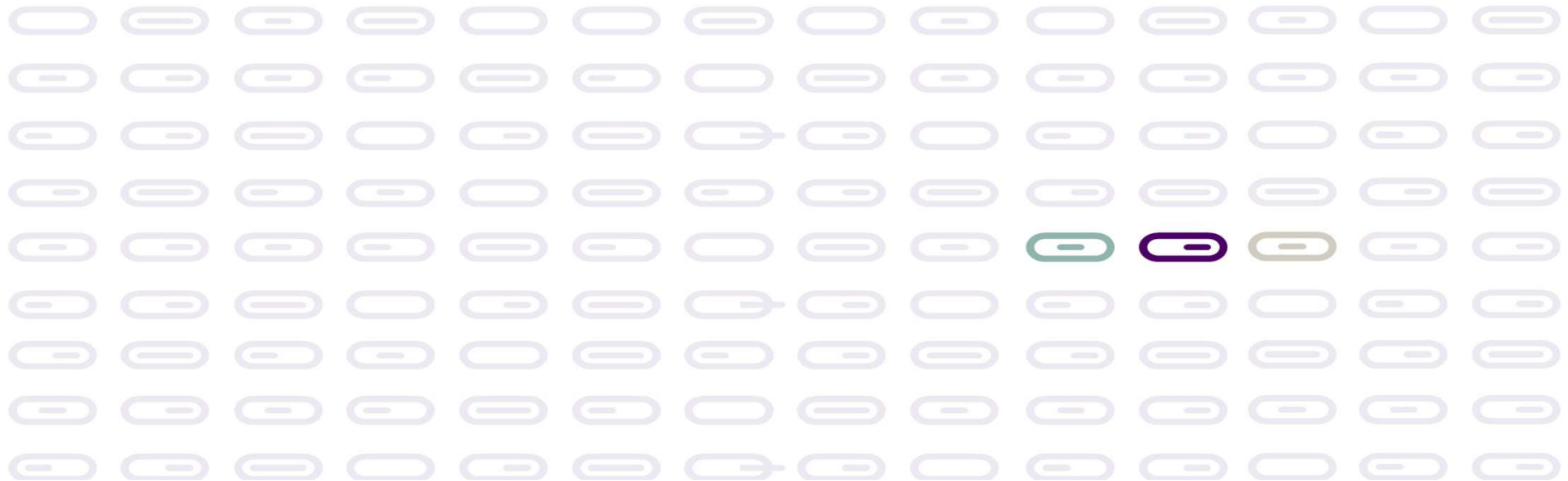
Marieke Koningen – CQM



marieke.koningen



06-16072346



Customer Stories: De kracht van verhalen

- ☞ Verhalen worden al verteld sinds mensenheugenis, de wijze waarop verhalen verteld worden is door de eeuwen heen heel vaak van vorm verandert.
- ☞ Maar het verlangen om verhalen te vertellen en ernaar te luisteren is nog steeds aanwezig, en heeft grote impact op de manier waarop we naar het leven kijken.



Copyright © CQM

CQM
Consultants in Quantitative Methods

Customer Stories: Richting

- ⇨ Iedere dag worden de **prestaties** van merken, producten en diensten **gerapporteerd** in verschillende dashboards
- ⇨ **KPIs** geven een **indicatie** van de **beweging** die gemaakt wordt
- ⇨ Maar er zit zoveel meer **achter** deze cijfers. Welke **verhalen** helpen begrijpen wat er precies gebeurt?

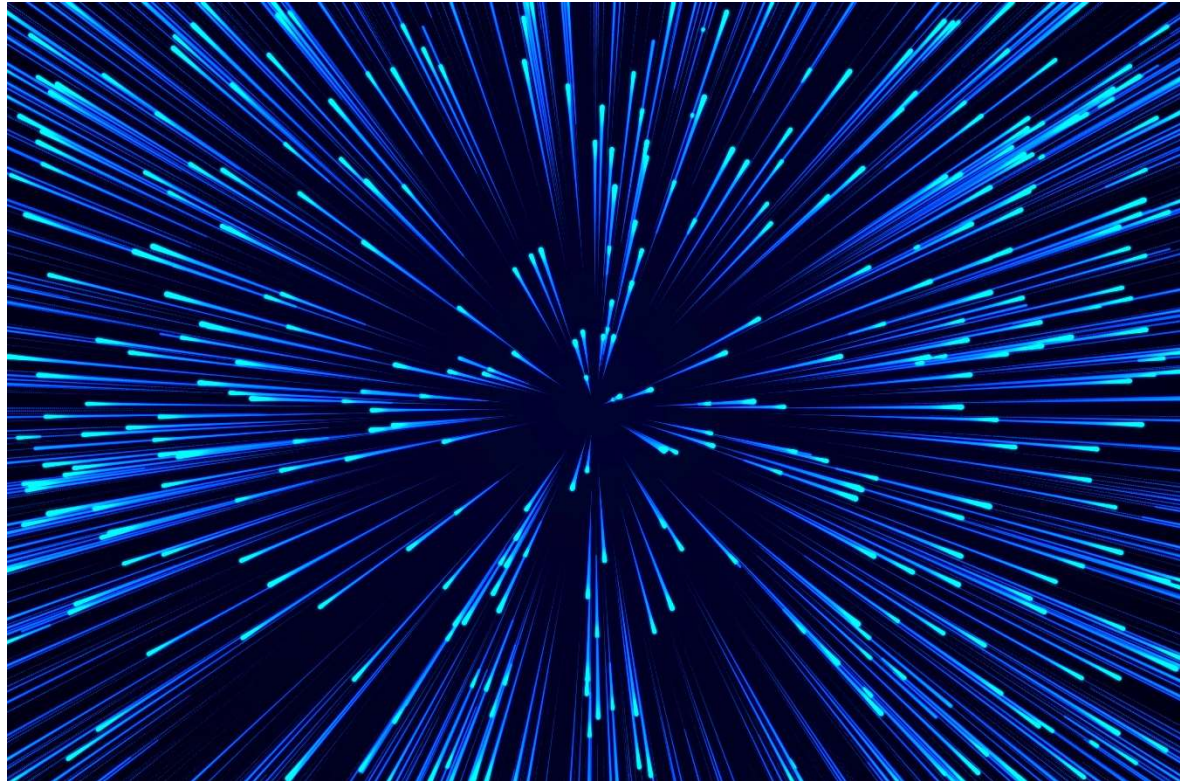


Copyright © CQM

CQM
Consultants in Quantitative Methods

Customer Stories: Sporen achterlaten

- Elke dag laten consumenten **sporen van informatie achter**, dat kan in zoekgedrag zijn, maar ook door het schrijven van een review. Deze informatie **kan** bedrijven **helpen** om producten, dienstverlening en **customer experience** te verbeteren.
- De kernvraag is hoe krijg je al deze **ongestructureerde data** op een **gestructureerde wijze** bij de juiste mensen in de organisatie?



Copyright © CQM

Door de ogen van de consument

⇒ Voorbeelden:

- Marktsegmentatie
- Communicatie strategie
- Valideren van customer journeys
- Reviews & ratings



Case – Review website Vakantiepanel.nl



Hoe beantwoord je deze vraag?



8.0 Eva van de Water op 02.03.2016: 👍 0 🗨️ 1

Goede service

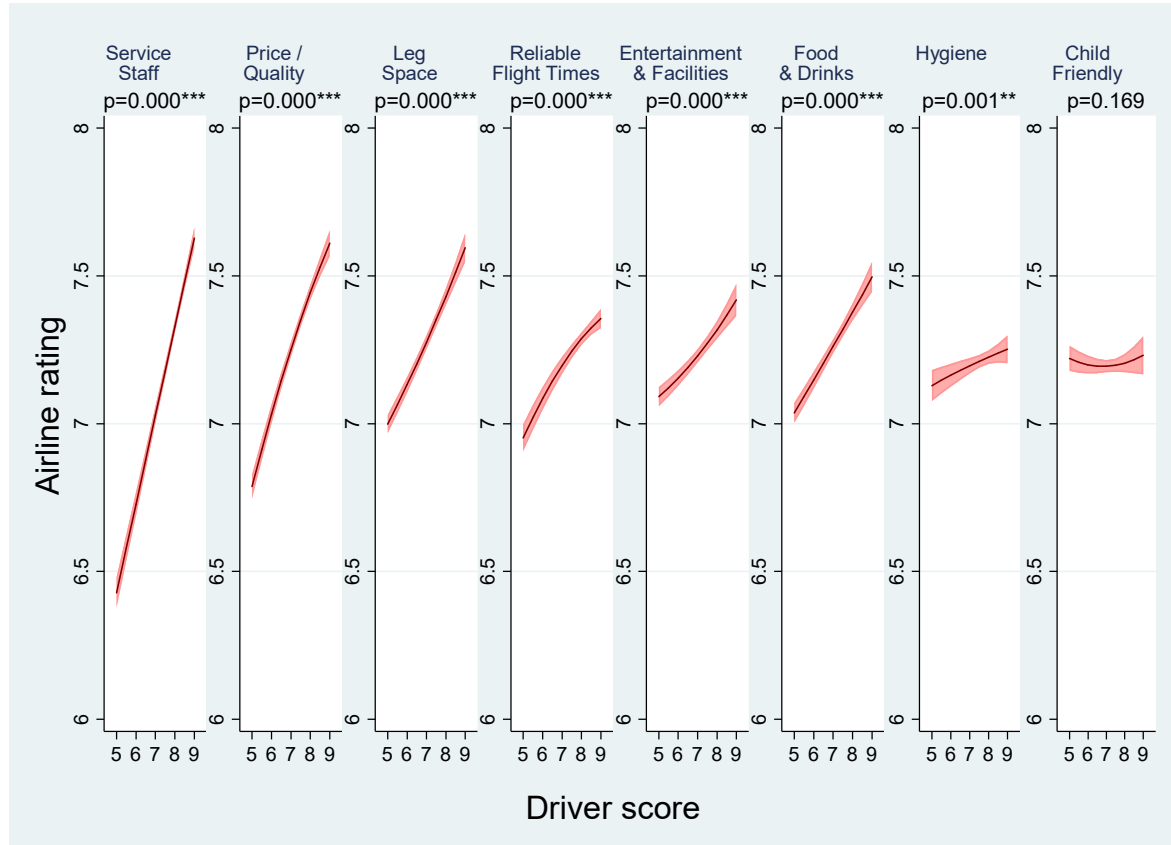
Ik heb een prettige vlucht gehad met Transavia. Purser Reinier bood mij consumpties aan , nadat bleek dat ik mijn portefeuille had verloren op weg naar het vliegveld. Zijn humor, positieve klantgerichte en daarnaast professionele houding valt zeer te prijzen!

[Meld misbruik](#)

| | | |
|------------------------------|------|--------------------------|
| Beenruimte | 7.0 | <input type="checkbox"/> |
| Betrouwbaarheid vluchttijden | 9.0 | <input type="checkbox"/> |
| Hygiëne | 8.0 | <input type="checkbox"/> |
| Service personeel | 10.0 | <input type="checkbox"/> |

Soms heb je gedetailleerde scores

- Brengt inzicht in relatie tussen score op een driver en de overall score
- Grote verschillen tussen drivers



Waar staan we ten opzichte van onze concurrenten? Waar kunnen we winnen? Waar kunnen we innoveren?



Getallen alleen zijn niet genoeg, verhalen zijn nodig om die te duiden

2.0 

 **onvriendelijk personeel**

Zeer onvriendelijk personeel. Bij binnenkomst van het vliegtuig staan ze de mensen aan te staren maar er wordt niet gegroet. Het cabine personeel stond te klagen dat mensen geen geld meer hadden tegenwoordig en dat ze daarom geen ruimbagage meer konden betalen. Vreselijk arrogant personeel wat aan hun ouders moet vragen of ze een opvoeding kunnen krijgen.

 1  1

 Meld misbruik

2.0 

 **Nooit meer. Onbetrouwbare vluchttijden en onvriendelijk personeel**

Ik vlieg nooit meer met deze maatschappij. Een 100% score met vertragingen. Ben met deze maatschappij nog nooit optijd vertrokken. Daarbij is het personeel onvriendelijk en het comfort van de stoelen minimaal. Gewoon niet meer overwegen in de toekomst.

 0  0

 Meld misbruik

8.0 

 **Goede service**

Ik heb een prettige vlucht gehad met Transavia. Purser Reinier bood mij consumpties aan, nadat bleek dat ik mijn portefeuille had verloren op weg naar het vliegveld. Zijn humor, positieve klantgerichte en daarnaast professionele houding valt zeer te prijzen!

 0  1

 Meld misbruik

10 

 **Prima maatschappij**

Wij vliegen al jaren met transavia helemaal tevreden, onze laatste vlucht 15 juni met een zeer komische piloot en leuk vriendelijk cabine personeel. Er werd veel over gesproken maar dan zeer positief, hulde hulde

 0  0

 Meld misbruik



Vanuit de teksten brengen we in kaart waar het verschil gemaakt wordt

Vrije tekst

Wij vliegen al jaren met transavia helemaal tevreden, onze laatste vlucht 15 juni met een **zeer komische piloot en leuk vriendelijk cabine personeel**. Er werd veel over gesproken maar dan zeer positief, hulde hulde

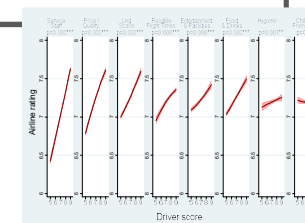
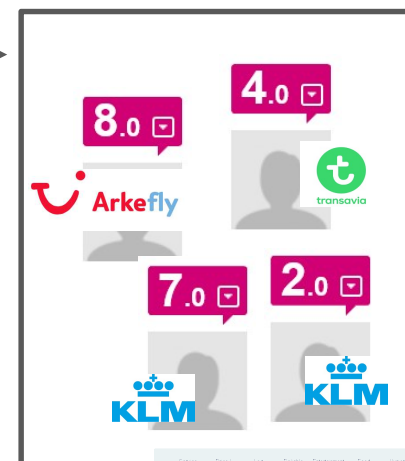
Onaardig en onvriendelijk personeel. Een uitermate onprettige ervaring. aangekomen onaardig **niet meedenkend personeel, die de 'regels' zoals ze zelf zeggen verdraaien.** Niet aan te raden.

annotatie

Drivers & Sentimenten

| | Leg space | Reliable flight times | Entertainment & Facilities | Food & Drinks | Hygiene | Chief Friendly | Service staff |
|--|-----------|-----------------------|----------------------------|---------------|---------|----------------|---------------|
| | -1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | -1 | 1 | -1 | -1 | -1 | -1 | -1 |
| | 1 | 1 | 1 | -1 | 1 | 1 | 1 |

Review scores



Klant centraal stellen is een gezamenlijke effort

- ⇒ Gezamenlijk proces
- ⇒ Geautomatiseerde analyses zijn een starpunt
- ⇒ Samen lezen, samen ervaren, samen vertellen



CQM Customer Stories

- ⇒ Bij CQM helpen we bedrijven door structuur aan te brengen in grote hoeveelheden ongestructureerde data en de relevante verhalen naar boven te halen
- ⇒ Hiermee helpen we bedrijven om te begrijpen wat hun consumenten drijft en hoe ze hun producten en diensten hier nog beter op kunnen laten aansluiten.

