

A warm, orange-toned photograph of a young man and woman in a kitchen. The man is holding a laptop, and both are smiling and looking at the screen. The woman has her arm around his shoulder. In the background, a stove with a pan is visible.

underlined

Building Data Driven Customer Experience

PVKO sessie 8 december

Theo van der Steen

A Broad Horizon Company

Update CX Performance Management - Zes cruciale thema's voor een sprong voorwaarts

PLATFORM KLANTGERICHT ONDERNEMEN

VOOR CRM ASSOCIATION NL

1. De NPS alleen helpt je niet verder in CX
2. Pauze
3. Show me the money (onderbouw de CX)

Disclaimer:

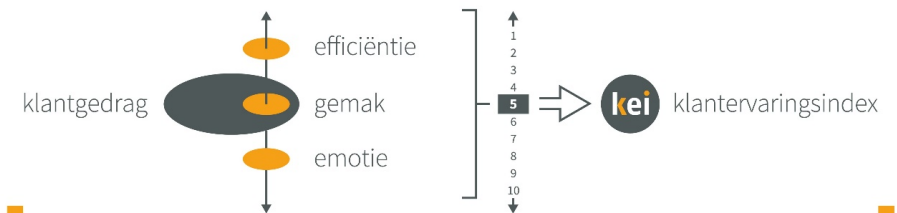
Thema's vertelt vanuit het meetperspectief anno 2020, de wereld van digitaal, data science en artificial intelligence.



3. De NPS alleen helpt je niet verder in CX

Het belang van CX voor ondernemingen?

- Disruptie en Digital voeren de boventoon
- Corona geeft versnelling in digitale adaptatie
- (Data Driven) CXM als onderscheidend voordeel voor dienstverleners;
 - High tech combineren met high touch
 - Gebruiken van data dat ontstaat in samenwerking met klanten
 - Data gedreven CX Management, versterken kwalitatieve methoden, zoals service design
- Co-creatie; CX is zich nog aan het vormen, samen met corporate Nederland en de wetenschap nieuwe methoden ontwikkelen voor de Nederlandse markt



Benchmark programma: kennisdeling, vergelijking, inspiratie

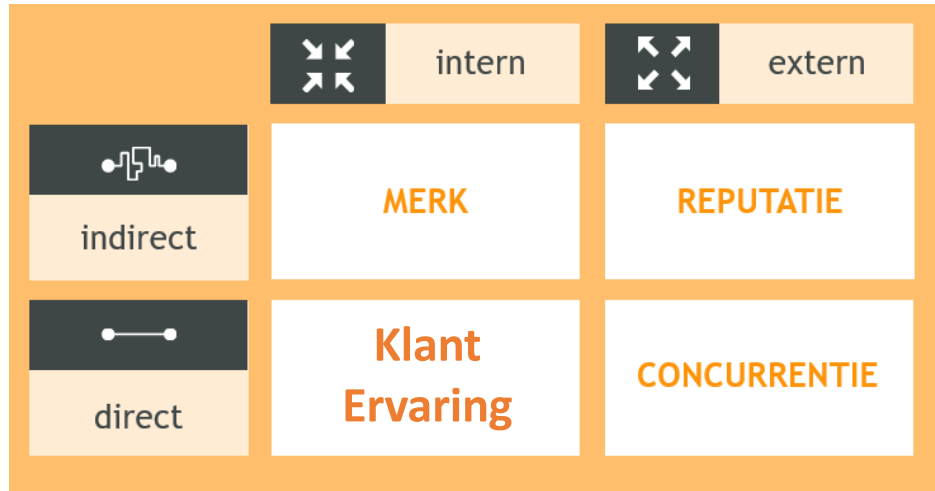
KEI FOUNDING FATHERS Volksbank - Vattenfall - Schiphol - VGZ - Interpolis - a.s.r. - Underlined

De NPS en CX; de gouden combinatie of aan het vervagen?

- De NPS alleen is niet meer voldoende, wat is de impact op de bottom line; Return on Experience.
- De NPS is op relatie niveau slow moving en geeft te weinig houvast om de experience inzichtelijk te maken, laat staan het effect van verbeteringen te signaleren, wat is een betere metric?
- Data Driven werken, inzicht halen uit data meer dan alleen feedback.
- Bedrijfsbrede CX besturing, i.p.v. enkel losse journeys verbeteren.
- De combinatie tussen service design en data driven werken.



Factoren van invloed op de relationele NPS



- Merk: positionering & imago.
- Reputatie: invloed van het nieuws & vertrouwen.
- Klantervaring: Impact van klantcontact en service op de klantbeleving en de daarbij behorende feedback.
- Concurrentie: Waar word je mee vergeleken en hoe goed presteer je?

Onze ervaring: Merk & Klantbeleving lopen hand-in-hand!

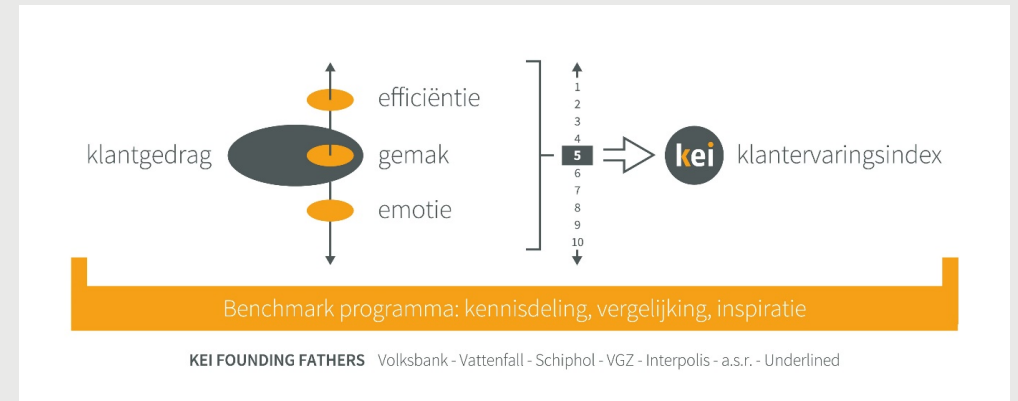
KEI: Klantervaringsindex

Een nieuwe metric geïnspireerd door de Forrester CXI, voor de Nederlandse markt

Eén klantrelatiecijfer dat omnichannel vanuit klantgedrag de overkoepelende klantervaring inzichtelijk maakt én beïnvloedbaar is:

De klantervaringsindex (KEI)

- **Klantrelatie:** De relatie tussen klant en het bedrijf staat centraal – Nederlands equivalent van ‘ervaring’
- **Omnichannel:** klantervaring in alle klantcontactkanalen en afdelingen inzichtelijk
- **Klantgedrag:** klantervaring gemeten door middel van feitelijk gedrag
- **Beïnvloedbaar:** de meting dusdanig opgezet dat het klantcijfer kan worden verbeterd door bedrijf initiatieven. Daarbij is het belangrijk om aan te sluiten bij bedrijfsdoeleinden bij invulling van het klantrelatiecijfer.



KEI: 3 Metrics vormen samen de klantervaringsindex:

- Effectiviteit: Jobs to be done
- Gemak: Was it easy
- Emotie: Positief onthouden

Bij voorkeur gecorreleerd met interne KPI's i.p.v. enkel onderzoek.

Tactisch – Feedback duiding



underlined

Building Data Driven Customer Experience

Underlined.nl

A Broad Horizon Company