




CX business case

Hans Molenaar

Daarom Beeckestijn

- ✓ **Praktische opleiding (10 bijeenkomsten)**
- ✓ **Binnen 4 maanden post HBO of post Master diploma**
- ✓ **Je maakt je eigen actieplan (15 slides)**
- ✓ **Registervermelding en alumniprogramma**
- ✓ **Onder begeleiding van coach**



Content basics & fundamentals

De opleidingen van Beeckestijn

Online Marketing

1. [Content Marketing & Cross Media](#)
2. [Digital & Online Marketing](#)
3. [Digital Marketing Strategie & Leiderschap](#)
4. [Digitale Transformatie & Leiderschap](#)
5. [Online Marketeer](#)
6. [Marketing Automation & Campagne Management](#)
7. [Social Media](#)
8. [Digital Marketing Strategie & Organisatie](#)
9. [Digital Transformatie & Organisatie](#)

Customer Management

1. [Customer Centric Strategie & Leiderschap](#)
2. [Customer Experience & Journey Management](#)
3. [Customer Experience Management & Organisatie](#)
4. [Customer Relationship Management \(CRM 2.0\)](#)
5. [Service Excellence](#)
6. [Customer Experience Management](#)

[Clinics, gratis te bezoeken](#)

[Nog meer weten over onze opleidingen en trainingen?](#)

Online Communicatie

1. [Online Communicatie](#)
2. [Online Communicatie Strategie & Leiderschap](#)

Data

1. [Customer Insight & Data Driven Marketing](#)
2. [Data Driven Strategie & Organisatie](#)
3. [Digital & Web Analyst](#)

Gratis clinics en events

20
MEI

WAT IS DE IMPACT VAN DE CORONACRISIS OP JOUW CARRIÈRE?

CLINIC

📍 Live-stream 🕒 09:30 - 11:00 uur

20
MEI

HOE DIGITALE MARKETEERS HUN MERKKRACHT VERSPELEN

CLINIC

📍 Live-stream 🕒 13:00 - 14:00 uur

27
MEI

VOICE MARKETING & CHAT IN 1 DAY

EVENT

📍 Live-stream 🕒 12:30 - 15:30 uur

29
MEI

KLANT- EN MEDEWERKERFEEDBACK IN B2B; HOE VERBETER JE HIERMEE DE CX?

CLINIC

📍 Live-stream 🕒 09:30 - 11:00

29
MEI

SOCIAL EN DIGITALE MEDIA VOOR DE PUBLIEKE SECTOR; EEN PRAKTISCHE BENADERING

CLINIC

📍 Live-stream 🕒 13:00 - 14:30 uur

4
JUN

OPEN AVOND

OPEN AVOND

Nieuw?

„DE COST GAET VOOR DE BAET UYT.”

The Grasshopper

STEAK HOUSE

Agenda

- Waarom business case?
- Business case CX
- Veel gemaakte fouten
- 2 Tips

Wat is het nut van een CX business case?



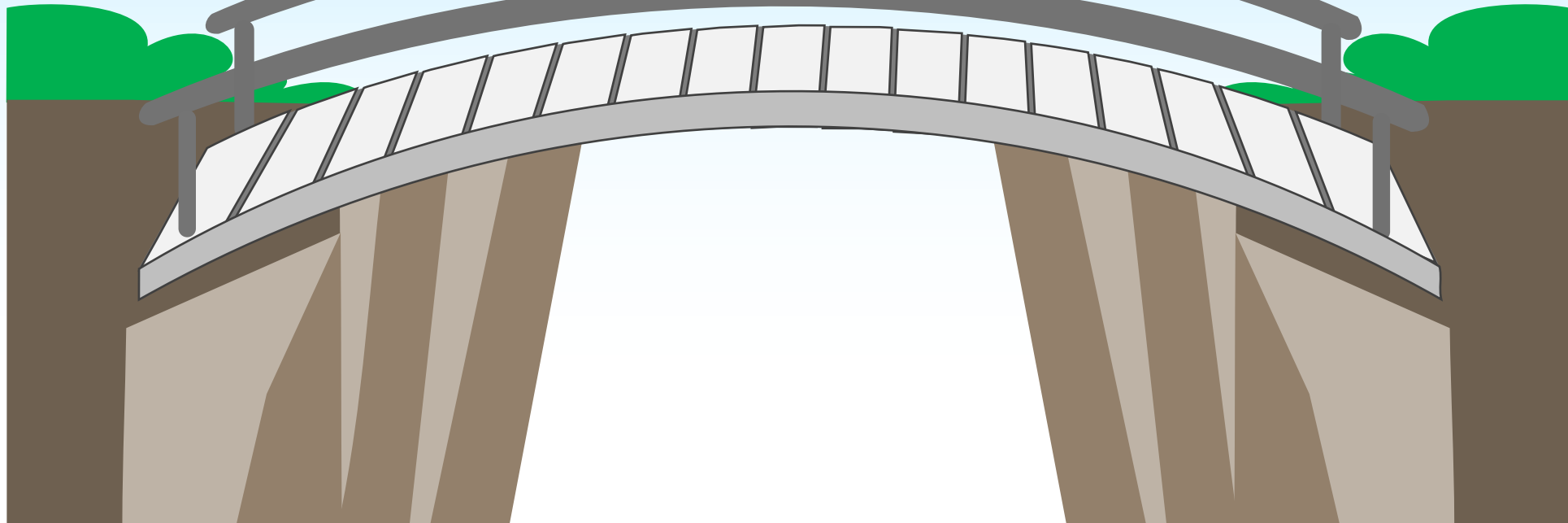
PROFITABILITY BY YEAR THREE



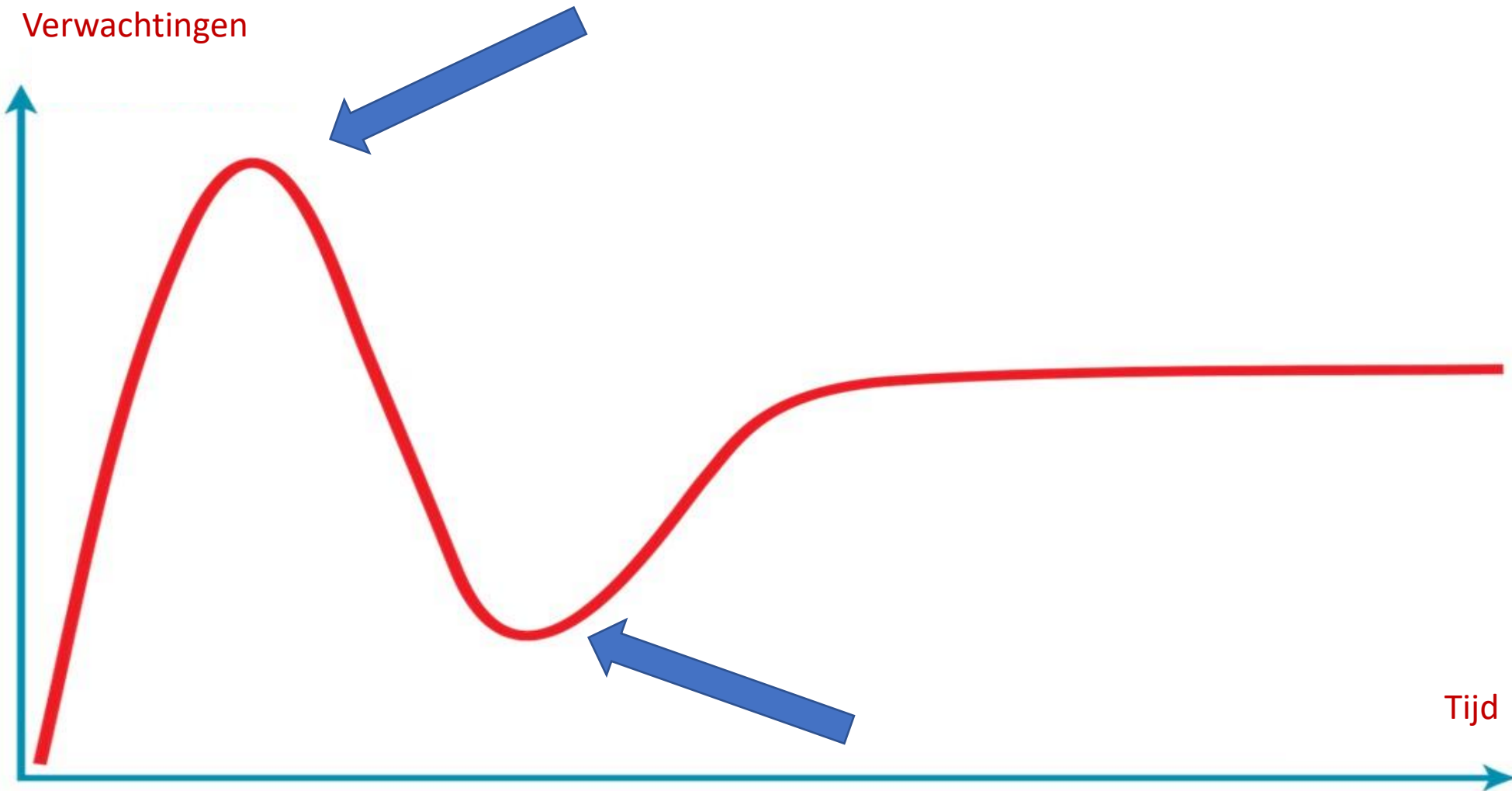
IDEE

REALISATIE

Business Case



Verwachtingen

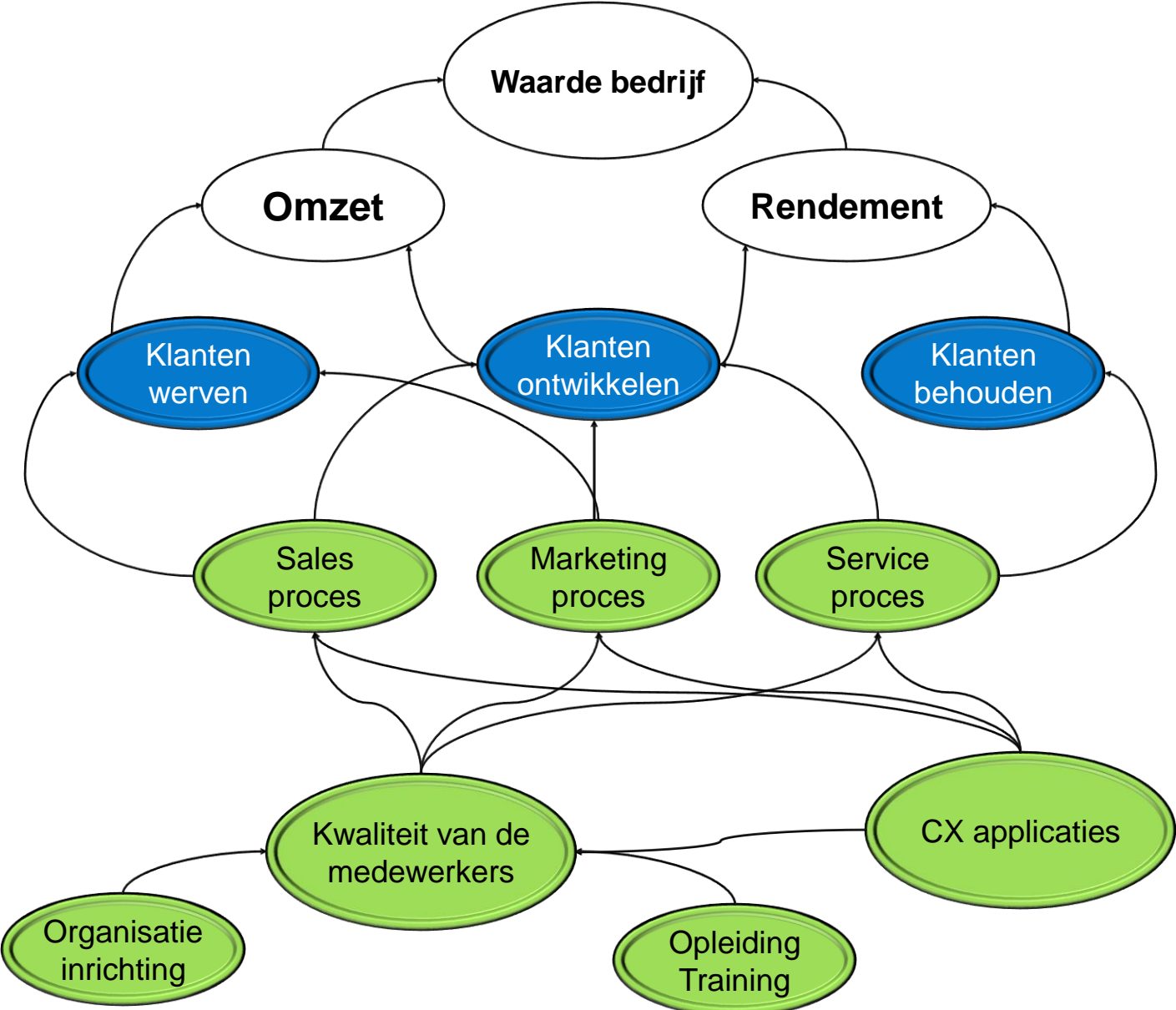


Tijd

“The purpose of business is to create and keep a customer”

Peter F. Drucker

Economics van CX



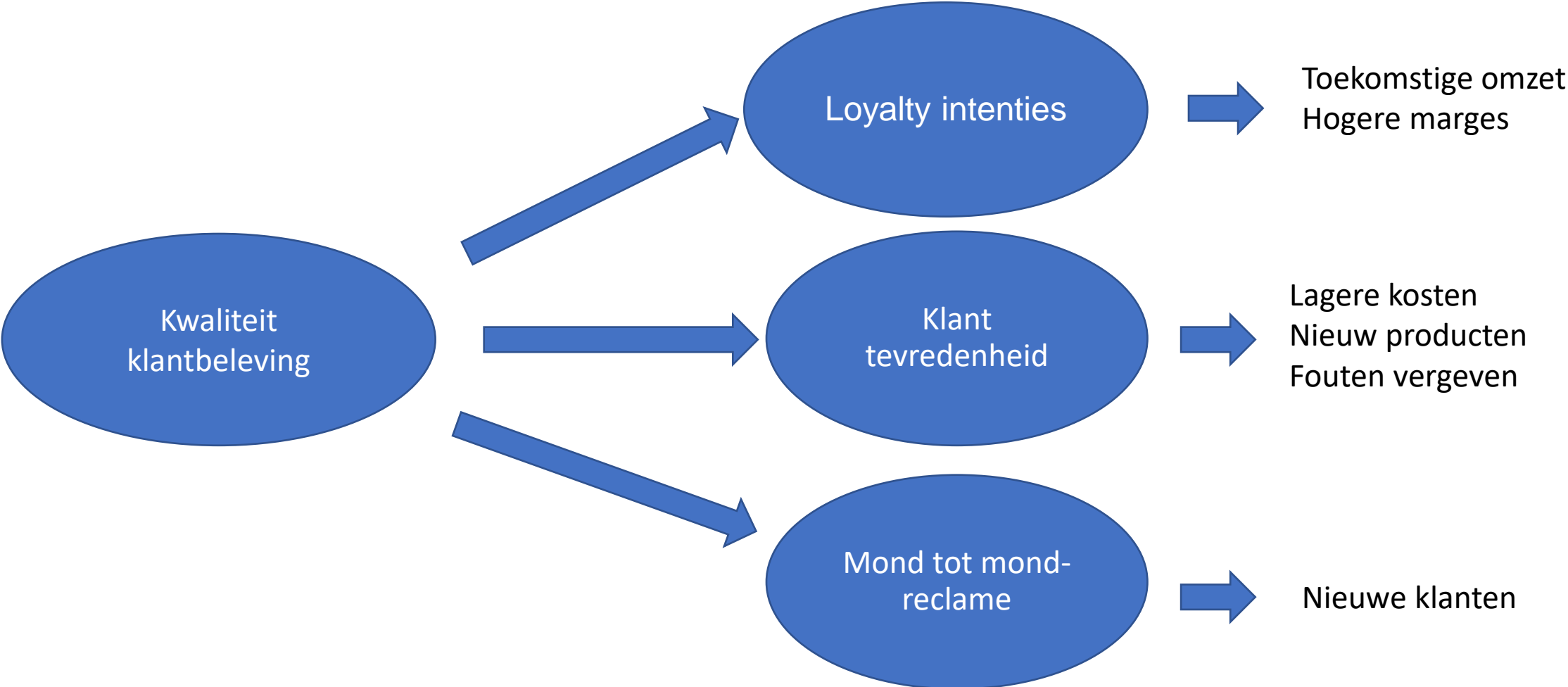
Klanten werving

Klanten ontwikkelen

Klanten behouden

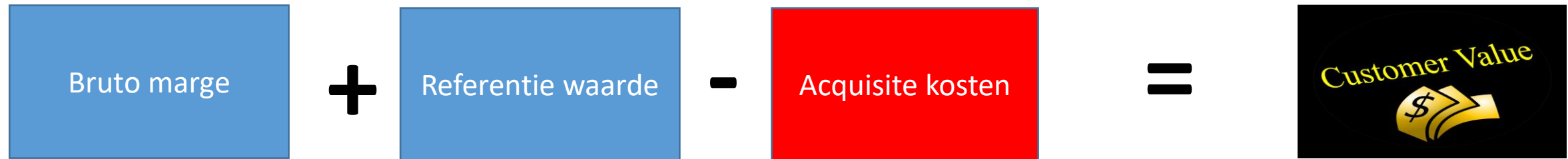
Business Case CX

Baten CX



Wat is een klant waard?

KLANTWAARDE

$$\text{Bruto marge} + \text{Referentie waarde} - \text{Acquisitie kosten} = \text{Customer Value}$$


The diagram illustrates the calculation of Customer Value. It consists of five main elements arranged horizontally from left to right: a blue rectangular box containing the text 'Bruto marge', a black plus sign, a second blue rectangular box containing 'Referentie waarde', a black minus sign, a red rectangular box containing 'Acquisitie kosten', a black equals sign, and finally a black rectangular box containing the text 'Customer Value' in yellow, with a yellow arrow pointing right and a dollar sign (\$) inside the arrow's shaft.

Wat is een Starbucks klant waard?

Klantwaarde Starbucks (bruto marge)

Gemiddelde omzet per bezoeker \$ 5,90

Gemiddeld aantal bezoeken per week 4,2

Gemiddelde omzet per klant per week $\$ 5,90 * 4,2 \text{ bezoeken per week} = \$ 24,30$

Gemiddelde customer lifespan Starbucks 20 jaar

Klantwaarde (omzet) $24,30 \text{ (gem klantwaarde)} * 52 \text{ weken} * 20 \text{ jaar} = \$ 25.272$

Klantwaarde (bruto marge) $\$ 25.272 * 70\% = \$ 17.690$

Wat levert verbetering CX op?

Starbucks (buiten de VS)

	Ontevreden bezoeker	Tevreden bezoeker	Promotor
Aantal bezoeken per maand	3,9		
Gemiddeld bonbedrag	€ 3,88		
Omzet per maand	\$ 15,13		
Omzet per jaar	\$ 181,58		
Bruto marge (70%)	\$ 127,11		
Klantwaarde (20 jaar)	\$ 2542		

Starbucks (buiten de VS)

	Ontevreden bezoeker	Tevreden bezoeker	Promotor
Aantal bezoeken per maand		4,3	
Gemiddeld bonbedrag		\$ 4,06	
Omzet per maand		\$ 17,46	
Omzet per jaar		\$ 209,50	
Bruto marge (70%)		\$ 146,65	
Klantwaarde (20 jaar)		\$ 2933	

Starbucks (buiten de VS)

	Ontevreden bezoeker	Tevreden bezoeker	Promotor
Aantal bezoeken per maand			7,2
Gemiddeld bonbedrag			\$ 4,42
Omzet per maand			\$ 31,82
Omzet per jaar			\$ 381,89
Bruto marge (70%)			\$ 267,32
Klantwaarde (20 jaar)			\$ 5340

Starbucks (buiten de VS)

	Ontevreden bezoeker	Tevreden bezoeker	Promotor
Aantal bezoeken per maand			
Gemiddeld bonbedrag			
Omzet per maand			
Omzet per jaar			
Bruto marge (70%)			
Klantwaarde (20 jaar)	\$ 2542	\$ 2933	\$ 5340

Wat levert verbetering CX op?

1 ontevreden klant naar tevreden:

van \$ 2542 marge naar \$ 2933 = \$ 391

1 tevreden klant naar promotor:

van \$ 2933 marge naar \$ 5340 = \$ 2407



STARBUCKS®
REWARDS

amazon
 **Prime**



JOHN DEERE

GreenFleet™

LOYALTY REWARDS

266 384 007

VALID THRU 12/31/14

MEMBER SINCE 01/2013

Wat is grootste fout bij maken business cases?

1 Teveel details

$\lim_{n \rightarrow \infty} \left\{ \frac{1}{n} \right\}$ $\{x_n\} \subset \mathbb{R}$ $\lim_{n \rightarrow \infty} y_n = g$; $\lim_{n \rightarrow \infty} \sqrt[n]{1 - e^n \cdot \pi \cdot 13^n} < q \cdot \lim_{n \rightarrow \infty} x_n = q$, $\lim_{n \rightarrow \infty} z_n = g$, $g \in \mathbb{R} \cup \{-\infty, \infty\}$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \left(1 - \frac{2}{n}\right) \{x_n\} \subset \mathbb{R}$

$\{y_n\} + 0 \Leftrightarrow y_n + 0$, $\forall n \in \mathbb{N}$, to $\left\{ \frac{x_n}{y_n} \right\}$, $x = \frac{3n-4}{n^2-2n-1}$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \frac{n^2-x}{3}$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \left(1 - \frac{2}{n}\right) \{x_n\} \subset \mathbb{R}$

$N \rightarrow \mathbb{R}$ $x: \rho$, $\sqrt[n]{5^n} \left\{ \frac{1}{n} \right\} \mathbb{R}$, $\sqrt[4]{4^n \cdot \cos 2n}$, $\left(\frac{n^2 \cdot n - 1}{n^2 - 2n - 5} \right)^5$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \sqrt[n]{A} = 1$

$\{x_n\}$, $\{y_n\}$, $\{z_n\}$, $\{x_n\}$, $\{y_n\}$, $\{z_n\}$, $\{x_n\}$, $\{y_n\}$, $\{z_n\}$

ρ $\left\{1 - \frac{1}{n}\right\}$ $x_n \cdot y_n$, $N \rightarrow \mathbb{R}$ $n \geq n_0, (x_n - g) < \epsilon$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \left\{ \frac{1}{n} \right\}$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \left\{ \frac{1}{n+1} \right\}$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \left\{ \frac{1}{n} \right\}$

$f(x) \Leftrightarrow \exists q \in (0, 1), \forall x, x \in \mathbb{I}$, $\{x_n\}$, $\{y_n\}$, $\{z_n\}$, $\{x_n\}$, $\{y_n\}$, $\{z_n\}$, $\{x_n\}$, $\{y_n\}$, $\{z_n\}$

$\{x_n - g\} < \epsilon$, $n \geq n_0, (x_n - g) < \epsilon$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \left\{ \frac{1}{n} \right\}$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \left\{ \frac{1}{n+1} \right\}$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \left\{ \frac{1}{n} \right\}$

$\{x_n\} \cdot \{y_n\} = \{x_n \cdot y_n\}$, $\{x_n\}$, $\{y_n\}$, $\{z_n\}$, $\{x_n\}$, $\{y_n\}$, $\{z_n\}$

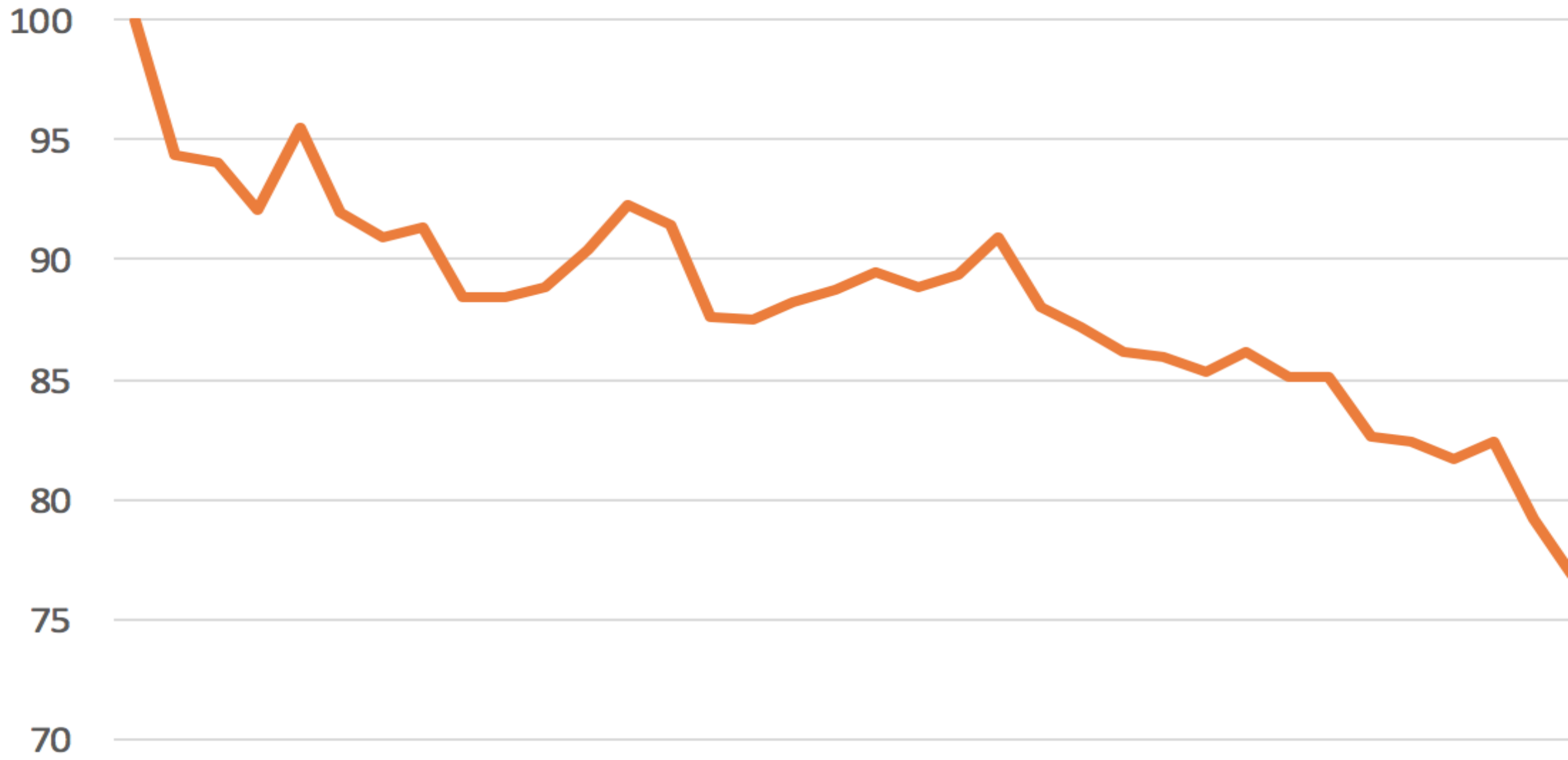
$\lim_{n \rightarrow \infty} \left\{ \frac{1}{n} \right\} = \left\{ \frac{1}{n} \right\}$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \left\{ \frac{1}{n+1} \right\} = \left\{ \frac{1}{n} \right\}$, $\lim_{n \rightarrow \infty} \left\{ \frac{1}{n} \right\} = \left\{ \frac{1}{n} \right\}$

$q \in (0, 1)$, $\left\{ \frac{1}{n} \right\}$, $\left\{ \frac{1}{n+1} \right\}$, $\left\{ \frac{1}{n} \right\}$, $\left\{ \frac{1}{n+1} \right\}$

$\mathbb{R} \Leftrightarrow \forall n \in \mathbb{N}: x_n \rightarrow x_{n+1}$, $\{y_n\} + 0 \Leftrightarrow y_n + 0$, $\left\{ \frac{1}{n} \right\}$, $\left\{ \frac{1}{n+1} \right\}$

$\rho(f(x), f(x)) < q \cdot \rho(x, x)$, $\rho(f(x), f(x)) < q \cdot \rho(x, x)$

2 Geen nul scenario



3 Een getal en geen bandbreedte

Opbrengsten CX programma : 1.080.000 Euro

Opbrengsten CX programma :

Tussen 780.000 en 1.450.000

Heeft Corona invloed op CX business cases?

Economisch mindere tijden



Economisch betere tijden



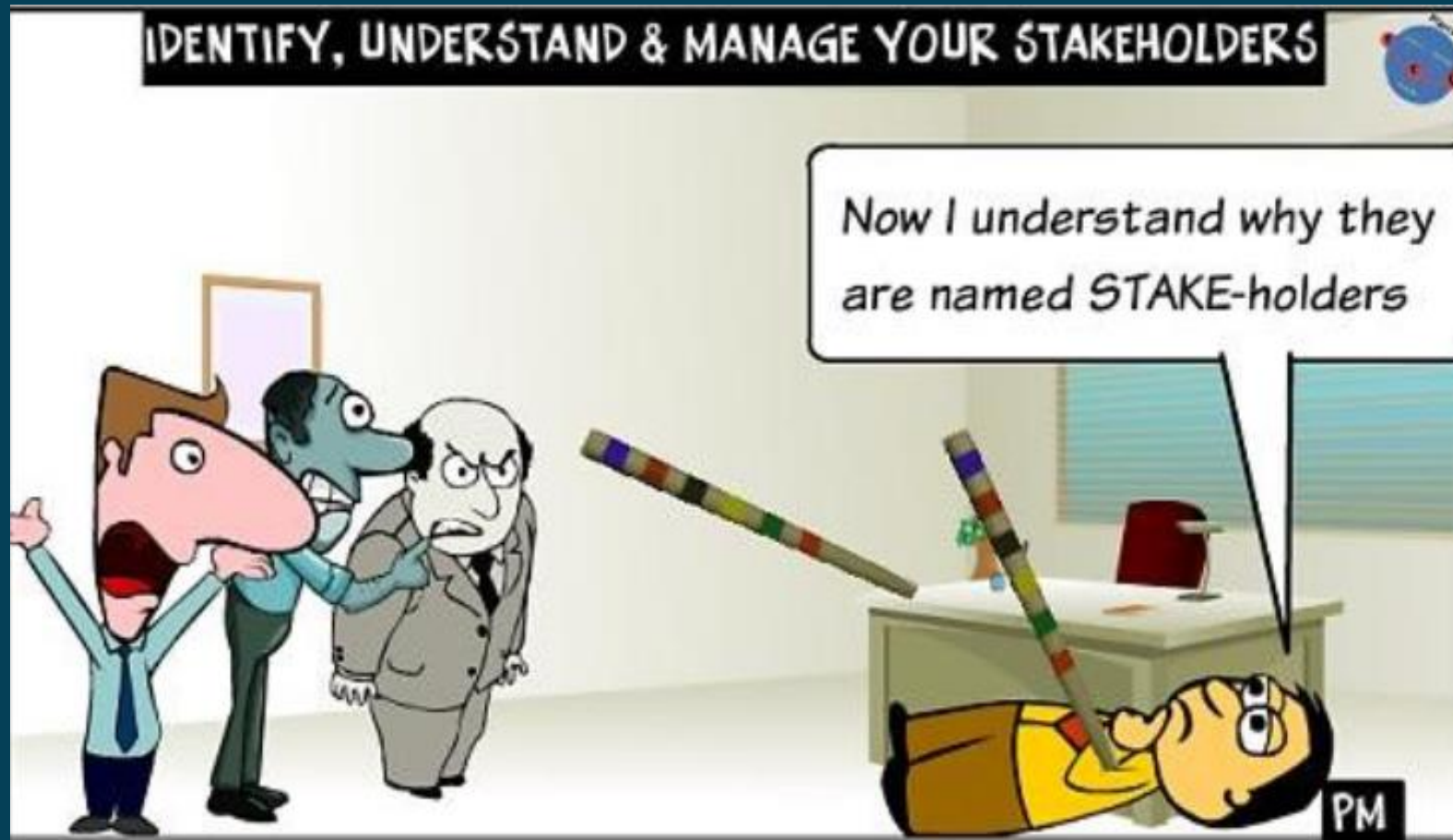
2 belangrijkste tips

#1 Bedenk een One liner

**“We hebben een CX programma nodig
om de churn te halveren”**

#2 Betrek alle stakeholders

IDENTIFY, UNDERSTAND & MANAGE YOUR STAKEHOLDERS



Samenvattend

- Waarom business case
- Business case CX
- Veel voorkomende fouten
- 2 Tips



DE BUSINESSCASE VAN CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

WAT LEVERT CUSTOMER EXPERIENCE OP?

Don't think Ad but Add !

Hans Molenaar
hmolenaar@beekestijn.org