

Klantreis check-up model®

Hoe werkt dit model?

In stap 1.3 van het boek *RetailTheater – Het praktische vervolg op Prikkel de Koopknop* wordt de klantreis behandeld. De grove indeling van dit model werkt volgens het principe: voor, tijdens, na de aankoop. Hoe ziet de klantreis van jouw klanten eruit? Doe nu de check-up door onderstaande tabel in te vullen. Gebruik ter ondersteuning het klantreismodel op pagina 26 en 27 van het boek voor een globale indeling van de touchpoints. Hoe gedetailleerder je dit klantreis check-up model per stap invult, hoe beter je ontdekt waar je écht het verschil kunt maken binnen jouw winkel/concept. Welke emotie roept een bepaalde stap bij je op? Zal dit ook zo zijn bij de stijl- of doelgroep die je wil aanspreken met jouw concept? Waardeer iedere emotie met een punt tussen de 1 en de 10. Daarbij is 1 erg slecht en dus echt direct voor verbetering vatbaar en 10 supergoed en ogenschijnlijk niet voor verbetering vatbaar. (Maar is dit ook echt zo? Probeer echt kritisch te zijn en vergelijk zo ook met hoe jouw concurrenten het doen.

Touchpoint	< VOOR >			
	Stap 1	Stap 2	Stap 3	Stap 4
Klantreis	Inspiratie	Oriëntatie	Kennismaken	Vergelijken
Emotie				
Verbeterpunt				
Waardering 1 t/m 10				

Touchpoint	< TIJDENS >			
	Stap 5	Stap 6	Stap 7	Stap 8
Klantreis	Kiezen	Upgrade	Kopen	Leveren
Emotie				
Verbeterpunt				
Waardering 1 t/m 10				

Touchpoint	< NA >			
	Stap 9	Stap 10	Stap 11	Stap 12
Klantreis	Aftersales	Klachten	Loyaliteit	Delen
Emotie				
Verbeterpunt				
Waardering 1 t/m 10				

