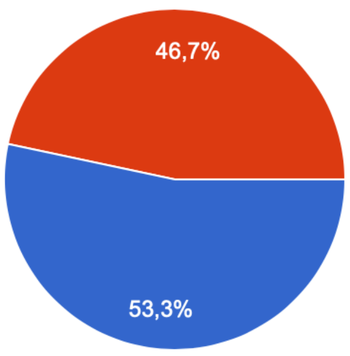
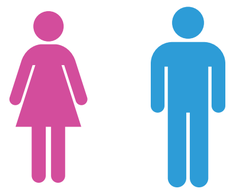
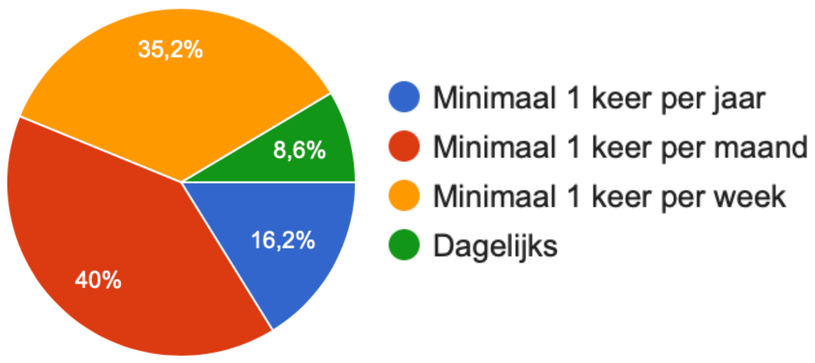
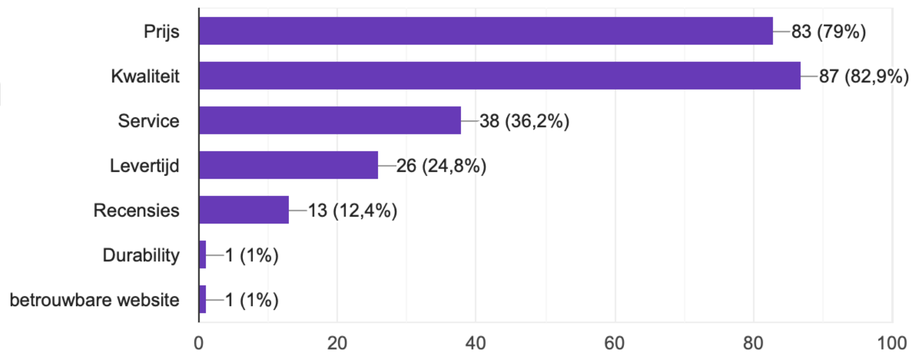
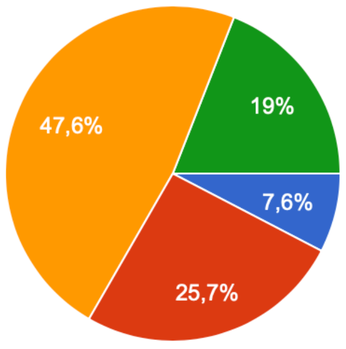
Doelgroep analyse & Customer journey



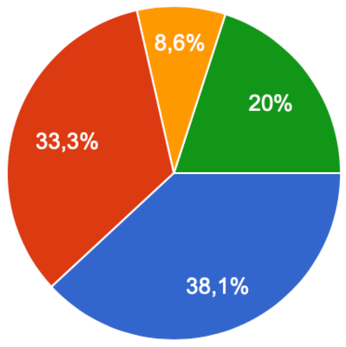














Customer Journey



- Vaak langer het idee om wat te kopen
- Eerst online kijken
- Samen beslissen met partner
- Mond tot mond

- Productassortiment heeft genoeg keuze
- Site speelt een grote rol

- Product snel leverbaar
- Goede prijs
- Product mooi gepresenteerd op de site
- Betaling en afhandeling moet gemakkelijk gaan

- Snelle service
- Service wordt verwacht
- Contactgegevens beschikbaar voor vragen
- Service is oplossingsgericht

- Klanten bestellen sneller opnieuw als de afhandeling en betaling gemakkelijk gaat
- Bij duurdere producten een e-mail of telefoontje

Touchpoints
Mond tot mond en online zoekopdrachten
Points of pain
N.V.T.
Points of delight
De ervaring van je vrienden of familie
Key moments of truth
De goede of slechte ervaring van de mond tot mond reclame
Emoties
Neutraal

Touchpoints
Website
Points of pain
Lange levertijd
Points of delight
Ruim assortiment
Key moments of truth
De prijs en betrouwbaarheid
Emoties
Blij verrast

Touchpoints
Webshop
Points of pain
Lange levertijd
Points of delight
Algemeen gebruik website
Key moments of truth
Gemakkelijk bestelproces
Emoties
Blij

Touchpoints
E-mail
Points of pain
N.V.T.
Points of delight
Snelle levertijden en contactgegevens vermeld op de website
Key moments of truth
Bevestigingsmail
Emoties
Neutraal

Touchpoints
E-mail en telefonisch
Points of pain
Geen contact meer na de webshop
Points of delight
N.V.T.
Key moments of truth
Het achtergebleven gevoel na de eerste vier stappen
Emoties
Blij