

# Kunderejse

Tid

Kontaktpunkt

Kunderejse

Citater

Tilfredshed



# Kunderejsen

## Introduktion

At kortlægge en kunderejse lader dig opleve dine produkter eller services i sammenhæng, set med kundens øjne. Det lader dig opdage uheldige øjeblikke, der ødelægger oplevelsen eller dårligt samspil mellem elementer af kundeoplevelsen.

## Hvordan

Start foran en tavle med en god mængde post-its og tuscher. Nu skal du kortlægge stadier i kunderejsen fra tidligste kontakt til servicen er leveret.

Det kan for eksempel være:

1. Kunden researcher på internettet.
2. Kunden besøger vores website.
3. Kunden reserverer ophold.
4. Kunden får reservations-bekræftelse.
5. Kunden får nu-skal-du-snart-afsted mail.
6. Kunden ankommer til check-in.

Alle de punkter, hvor en kunde kommunikerer eller interagerer med din virksomhed. Hele vejen indtil kunden er hjemme igen.

## Inddel i faser

1. Tilføj beskrivelser af aktiviteter under hvert punkt.
2. Vurder om der er mulighed for forbedring?

## Kvalitativ evaluering af kunderejsen

Hvis du for alvor vil blive klog på hvordan kunderne oplever din service, er det nu tid til at række ud, og spørge nogle af kunderne om deres oplevelser.

Tag fat i kunderejsen og brug den som udgangspunkt for samtaler med kunderne.

For hvert punkt bed kunden om at vurdere hvor positiv oplevelsen var i denne interaktion. Gem også gode sigende citater.

Efter 5-10 sådanne interviews vil du kunne tegne et mønster. Du vil få indblik i, hvor i kunderejsen, der er problemer, som skal løses - og hvor der er uudnyttede muligheder.

Kunderejsen er et glimrende udgangspunkt for at fremstille et Service blueprint, der kortlægger hvordan du skal levere den optimale service.