

Persona

Beschrijf de persoon waarvoor je het traject in beeld brengt. Verschillende type gebruikers hebben andere trajecten.

Mijn naam

.....
.....
.....

Mijn beroep

.....
.....
.....

.....
.....
.....

Mijn houding t.o.v. diensten

.....
.....
.....

.....
.....
.....

.....
.....
.....

.....
.....
.....

Wat me motiveert

.....
.....
.....

.....
.....
.....

Wat me demotiveert

.....
.....
.....

.....
.....
.....

.....
.....
.....

.....
.....
.....

BLUEPRINT MAPPING

Fysieke Bewijzen

Met welke elementen komt de gebruiker in contact wanneer hij/zij het product of de dienst gebruikt (product, product elementen, mensen, website elementen, communicatie elementen,...)?

Dit zowel voor jou, voor derde partijen, of voor de gebruiker zelf.

Acties voor de Gebruikers

Welke actie moet de gebruiker nemen om vooruitgang in het proces te maken?

Front Office

Welke personen of processen staan in direct contact met de klant?

Back Office

Welke personen of processen zijn er die niet direct de interactie met de klant aangaan?

Opportunities

Kan je elementen bedenken om je te onderscheiden, om stappen samen te voegen, of zelfs te verwijderen, om...?

Vergeet niet om ook vanuit het standpunt van de klant na te denken en het niet alleen vanuit de kant van je bedrijf te bekijken.

Ervoor

Gebruikers moeten je vinden. Zoek informatie en ga gesprekken aan met individuen en andere bedrijven vooraleer je je dienst of product op de markt brengt. Hoe vinden zij dit? Detecteer gelijktijdig opportuniteiten en breng deze hieronder samen.

Tijdens het gebruik van de dienst of het product

Erna

Breng in beeld wat er gebeurt nadat klanten je dienst of product gebruikt hebben. De ervaring stopt hier niet.

