

zelle & zo  
[ business designers ]

# workshop business design

*Kontaktgroep Industrie & Dienstverlening  
Landgraaf | Brunsum*

*18 juni 2015*

♀

Kontaktgroep Industrie & Dienstverlening Landgraaf / Brunsum

## programma

- wake-up call
- wat is business design?
- in de praktijk

♀



Wat valt je op?  
Een beer?  
Een pandabeer?  
Wat doet ie?  
Wat eet ie?



Hoort een beer niet op de grond te leven in plaats van in een boom?  
En vlees en vis te eten in plaats van bamboe?



De Pandabeer heeft zich **aangepast** om te kunnen **overleven**.  
Zoals Charles Darwin zegt: Het is niet de sterkste die overleefd, maar degene die zich  
het beste kan aanpassen.

wat evolutie is  
voor de natuur...  
is innovatie voor  
organisaties ♀

Wat **evolutie** is voor de **natuur**, is **innovatie** voor **organisaties**



Dus innoveren is **noodzakelijk**, anders kun je wel eens eindigen als **de Dodo van jouw branche**



het gaat toch  
(nog) goed?

♀

Maar ik hoor je denken: het gaat toch (nog) goed?

als je doet wat  
je altijd deed,  
dan krijg je wat  
je altijd kreeg ♀

Dat zal kunnen!

Maar bedenk je: Als je doet wat je altijd deed – dan krijg je wat je altijd kreeg.

En als de wereld om je heen verandert kan dat dus een vroegtijdig einde betekenen.



Dat hebben we de afgelopen jaren in Amerika gezien, bijvoorbeeld bij beursgenoteerde bedrijven

De **S&P 500** is de beursindex van de Verenigde Staten die **het betrouwbaarste beeld** geeft van de **ontwikkelingen** op de **aandelenmarkt**.

de gemiddelde levensduur  
van een S&P 500  
onderneming is afgenomen  
van 67 jaar (1920) tot 15  
jaar (vandaag)

Richard Foster, Yale University



De S&P 500 is de beursindex van de Verenigde Staten die het betrouwbaarste beeld geeft van de ontwikkelingen op de aandelenmarkt.

De gemiddelde levensduur van een S&P onderneming is **afgenomen** van 67 jaar (1920) **tot 15 jaar** (vandaag).



Wat blijkt?

**Toekomstige concurrentie** gaat niet tussen producten of diensten, maar tussen **businessmodellen**.



Voor wie het nog niet wist: de wereld verandert!

Volgens professor **Jan Rotmans** zitten we in de periode van **2010-2020** op de top van **een transformatie op wereldniveau**, zoals die zich **eens** in de ongeveer **100 jaar** afspeelt.

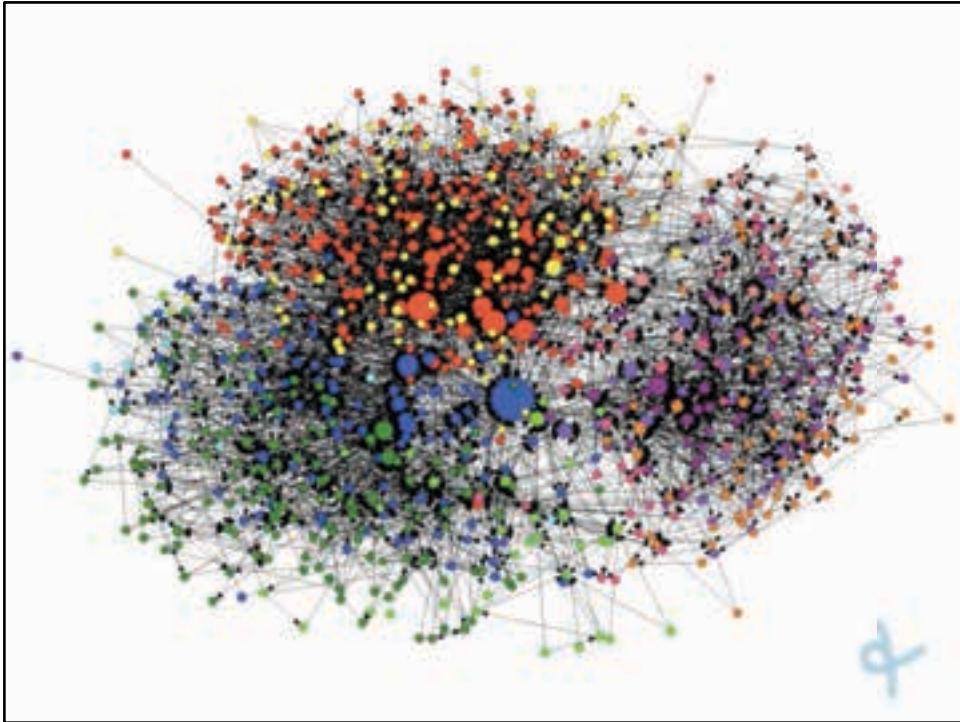
Een transformatie is breder dan een verandering, omdat die zich op meerdere terreinen tegelijkertijd afspeelt.

Dus: geen tijdperk van verandering maar verandering van tijdperk

tijdperk van  
verandering of  
verandering van  
tijdperk?

♀

Dus: geen **tijdperk van verandering** maar **verandering van tijdperk**



Wat is de aanjager van deze transitie? inderdaad: **Internet**.

En van daaruit de **netwerk economie**, waarbij iedereen verbonden is met elkaar, en **communicatie** en **marketing** naar een **nieuw level** zijn getild.





Dit betekent bijvoorbeeld **nieuwe beroepen** in **nieuwe bedrijvigheden**.

Wie had er 5 jaar geleden van een **webcare centre** gehoord, waar iemand online live met je meekijkt als je op internet een aankoop doet?



Een voorbeeld van toekomstige nieuwe banen : **digital death manager?**

Iemand die er voor kan zorgen dat je nergens meer op internet te vinden bent.

Wist je dat **85% van de schoolverlaters** werkt in baan die nog niet bestond toen ze werden geboren?



Wie kent em nog, die oude gulden? Als je geld over had ging je naar de bank, stortte je geld en kreeg je rente.

Als je geld nodig had ging je naar de bank en kon je een lening sluiten, waar je weer rente over moest betalen.

Het verschil – daar leeft de bank van.

Maar nu krijg je **haast geen rente** op je spaargeld.

En betaal je teveel als je wilt lenen.

Dus ontstaat er een nieuwe markt: **crowd funding**

Maar er verandert nog meer in geld: denk aan Broodfondsen of **Bitcoins** of **Google Bank** of **ApplePay**



Wel eens van **MOOC** gehoord: Massive Open Online Courses?  
**Kennis overal** en voor **iedereen toegankelijk** via internet.  
Met lege collegebanken tot gevolg.



De netwerkeconomie zorgt voor een **explosie aan zzp'ers**, momenteel zo'n **800k**.

De politiek en wetgeving lopen achter – of gaan zelfs **ontmoedigingsbeleid** starten?



Wie kent **Spotify**? Een ontwikkeling op basis van verschil tussen **bezit** en **gebruik**  
Online beschikbaarheid van vrijwel alle denkbare muziek  
Zo succesvol dat er volgers opstaan.



Spotify 2.0

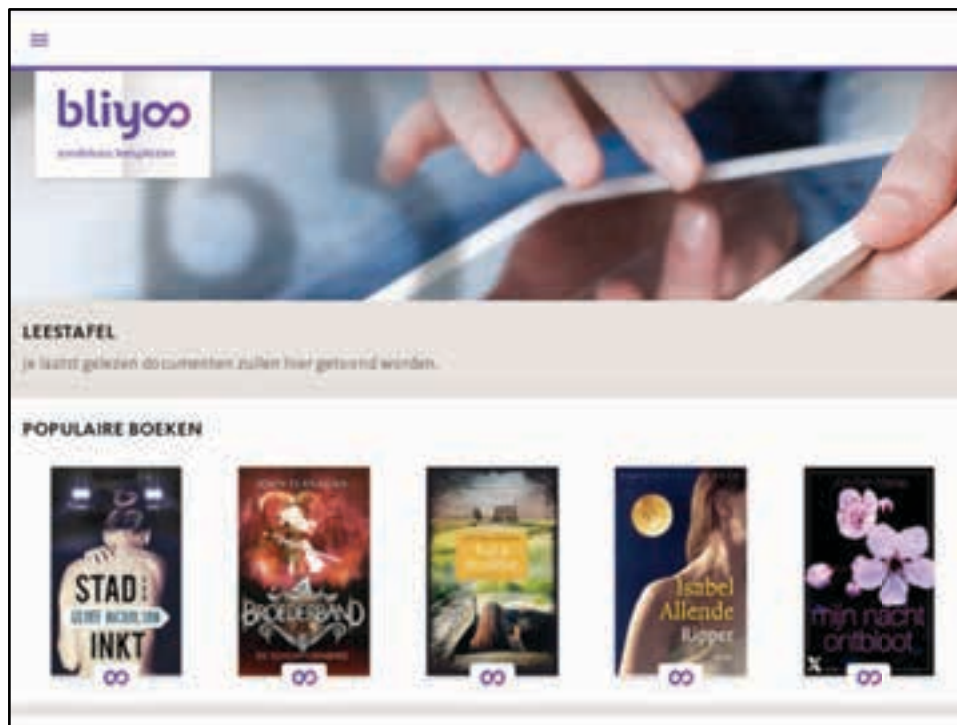
Een beetje **me-to gedrag**, maar wel met andere financiële voorwaarden voor deelnemende artiesten.

Maar is het wel zo nieuw – naar je favoriete muziek luisteren dat je niet feitelijk bezit?



**refersed engineering: van LP naar cassette naar CD naar mp3 naar Spotify...**





Spotify concept nu ook in boeken: in mei 2015 gelanceerd door Bruna: **bliyoo**



Er is dus een **trend** gaande waar het verschil tussen **bezit en gebruik** naar voren komt.

In de zogehete **Deeleconomie** delen mensen hun producten, omdat ze niet (meer) aan bezit hechten.



**Op basis daarvan** kun je ook een nieuwe business opstarten: **SnappCar**, waarbij je een auto huurt van een bekende.



Wat anderen weer inspireert tot een business waarbij extra inkomsten kunnen worden gegenereerd, zoals **UBER** taxidiensten.



Is dit **nieuw** – het delen van spullen, ook als die best kostbaar zijn?

**Nee hoor - boeren** doen dit al eeuwen!



Een andere trend is 'de mens' centraal zetten in het verwerven van relevante data, bijvoorbeeld op gebied van gezondheid.

**De 'quantifing self'**



Is dat nieuw, de mens centraal zetten in **meten** en dus **weten**?

Liet Da Vinci dit al niet zien met zijn '**Virtruvian Man**'?



Breed gebruik van **chips** in het menselijk lichaam: niet meer dan een **kwestie van tijd!**





Een andere trend is de **Prosumer**.

De **consument** wordt ook **producent**.

Welke vooruitgang dat mogelijk maakt?



Voila: **3D printing**.

Waar kennen we dit van?



**objecten**



schoenen



**kleding**



**proteses**

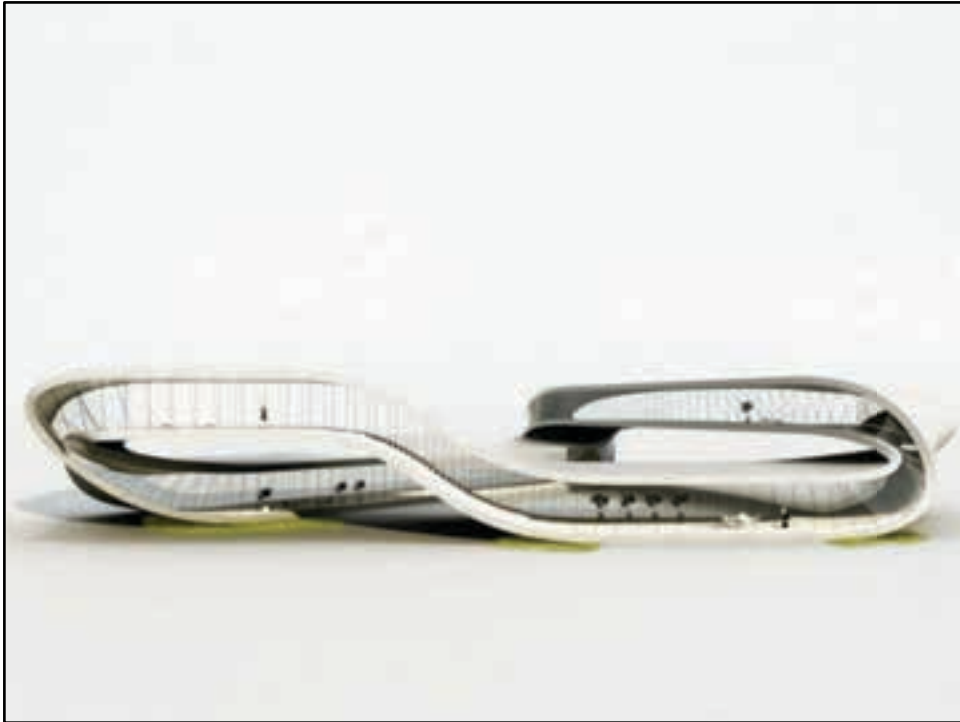


en ook deze **proteses** ;-)



voedsel



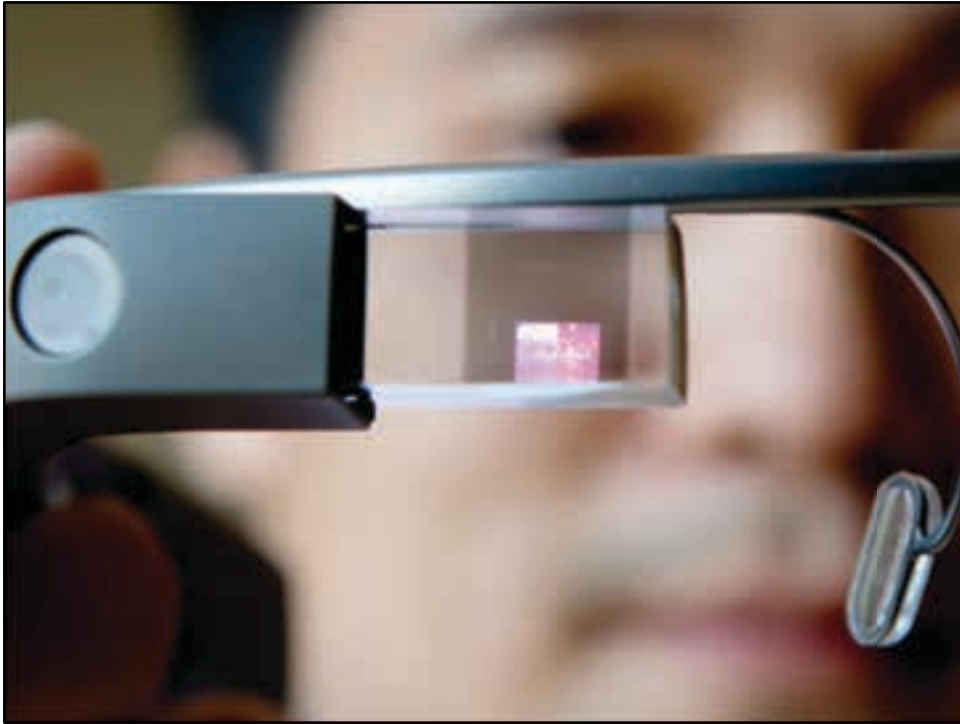


**gebouwen**



test met **maanstof**

Een printer naar de maan sturen om daar te kunnen bouwen, in plaats van stenen er naar toe te sturen



Is **google glass** mislukt?



Voor de consumenten toepassingen is het nog niet zo'n succes.

Maar in zakelijke toepassing wordt **google glass** nog steeds gebruikt



**Google car** rijdt automatisch op basis van **sensoren** en **google maps**.

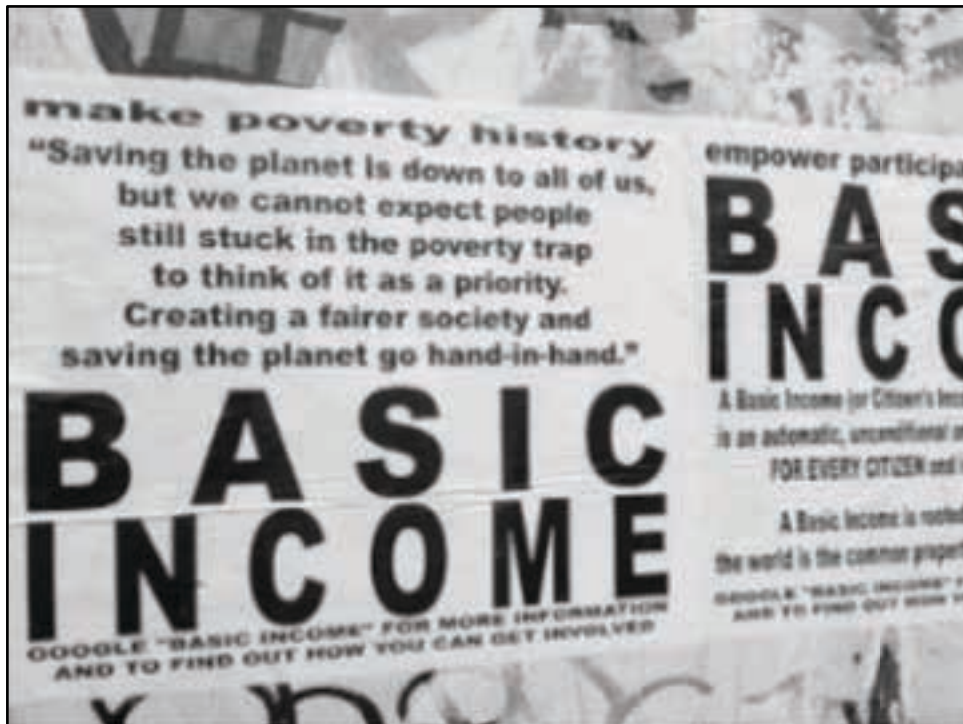
Enige probleem is dat Google Car zich aan de **regels** houdt, en dat zorgt af en toe voor lastige situaties.

Zo herkende hij onlangs een dame met een rollator die klaar stond om over te steken niet als een 'vervoersobject' en stopte automatisch.



**Robotisering:** oplossing voor zorg

Als we de manier van zorgverlening doorvoeren zijn **20% van werkenden** in toekomst werkzaam in de zorg.



Ontwikkelingen in het sociale stelsel: een **basis inkomen** voor iedereen.

Pilot met Frans Kerver uit Groningen: 1000,- per maand

Tijd besteden aan **mantelzorg** en **maatschappelijke activiteiten**.

vrije tijd - maslov



Waar gaat het naar toe met de **Retail** ?

**Winkelpanden** zijn leeg komen te staan, die nu een paar jaar later door diezelfde **webwinkels** worden betrokken omdat ze dichterbij de klant willen zijn.





Is het niet beangstigend dat een bedrijf als **V&D** nog steeds niet weet hoe hier mee om te gaan?



Continue belasting van het milieu maakt zelfs de meest onverschillige burger vandaag de dag wakker.

Wat kan **ik** er aan doen?



Nou, vandaag de dag heel veel: **zelfvoorzienend**, bijvoorbeeld in energie

**Klein is het nieuwe groot!**

## Ook paardenvlees in lasagne AH

■ In de lasagne bolognese van het merk Euroshopper van Albert Heijn zit, naast rundvlees, ook paardenvlees. AH had het product al uit de schappen gehaald. Op het etiket stond geen paardenvlees vermeld. Eerder haalden Boni en Plus al lasagne uit de schappen.

Twee Nederlanders die betrokken zijn bij de zaak, zijn in 2012 al veroordeeld omdat ze Zuid-Amerikaans paardenvlees hadden verkocht als halal Nederlands rundvlees. Een van hen is nu directeur van een vleeshandel op Cyprus.

Hij heeft paardenvlees uit Roemenië aan een bedrijf in Breda geleverd. De NVWA deed daar vandaag een inspectie.

volgende nieuws weer&verkeer sport

Zijn we het **gerotzooi** met ons voedsel niet meer dan zat?

We willen **controle** over de producten



Bijvoorbeeld door ons voedsel te betrekken van boeren en tuinders bij ons **uit de buurt**.

**Goedkoop** is steeds minder van belang.

Het gaat om de **waarde** die klanten ervaren

wie geen  
waarde  
toevoegt  
is weg



Waarom is het belangrijk diensten te ontwikkelen met een **unieke beleving**?

Als er veel aanbod is kiezen mensen de aanbieder die de **prettigste ervaring** biedt



Welke **waarde** levert een groenteveiling?

Firma **hak** levert **zaad** aan teler en controleert wanneer rijp voor oogst.

Daaag groenteveiling!



Welke **waarde** levert een notaris?

Je kunt je testament tegenwoordig kopen bij de **HEMA**

Daaaag notaris!





Tegenreactie: Rookworst kopen bij de notaris ;-)

16 juni 2015: gerechtshof heeft HEMA in het **gelijk** gesteld, omdat ze werken met echte notarissen.

Consumenten betalen 125,- in plaats van ca 250,- bij de notaris



Welke **waarde** levert een opticien?

De consument koopt model bril van designer en print dat 3D uit.

Daaaag: opticien!



Welke **waarde** levert een bank?

Ondernemers zoeken hun investering via **crowdfunding**

Geldverstrekkers krijgen **meer rente** dan bij bank

Daaaag bank!



Welke **waarde** levert een zuivelfabrikant?

Eh..., zo ver zal het wel niet komen.

Maar waar het in de kern om gaat: **de mens staat centraal!**



De mens **centraal** stellen in je product- en dienstverlening.

Mooi geïllustreerd met ketchup verpakking.



**Waarde** toevoegen, daar gaat het dus om.

Wie **werkelijk** waarde toevoegt overwint!

maar hoe weet  
ik wat van  
werkelijke  
waarde is?

♀

**Maar, hoe kom je daar achter?**

welkom in de  
wereld van  
business design



Welkom in de wereld van Business Design



# wat is business design?



Wat is dat, **Business Design**.

Ik laat dat zien aan de hand van 2 voorbeelden.



De **Bank of America** (grootste bank van de VS)

Onderzoek naar geldzaken bij hun klanten: **interviews, meekijken bankzaken, boodschappen**, etc.

Twee inzichten: **afronden** naar boven (winkel en telebanking) en **sparen** is lastig.

Van brainstormsessies met 80 concepten naar 12 ontwerpen naar 1 nieuw product: **keep the change**



'Keep the change' is een betaalrekening gecombineerd met een spaarrekening.  
Elke transactie op je betaalrekening wordt naar boven afgerond tot een hele dollar,  
Het verschil wordt gestort op je spaarrekening.

in 1 jaar **2,5 miljoen** aangemeld  
**700.000** nieuwe klanten  
**1 miljoen** nieuwe spaarrekeningen

Here's how you Keep the Change.™

Typical daily debit card purchase	Stored by interest automatically transferred from your checking to your savings account.*	Amount charged to your checking account
 \$1.43	\$1.57	\$4.00
 \$4.50	\$1.50	\$5.00
 \$14.83	\$1.17	\$15.00
 \$1.24 total transfer to savings from daily purchases.		

*\*Based on a 1% interest rate. Interest earned on the amount transferred to your savings account is not included in this illustration.*

De aanpak waarmee de bank deze succesvolle nieuwe dienst ontwikkelde heet: **Business Design**  
 Bank of America verdubbelt elke storting die op die manier wordt gedaan op je spaarrekening tot een maximum van 250 dollar



voorbeeld **Oogkliniek Rotterdam**

Q – intern – extern – sensitizers – parkeerprobleem – valet parking



De aanpak hoe het oogziekenhuis dit heeft gedaan heet **business design**

# waarom is business design belangrijk?



Waarom is het belangrijk diensten te ontwikkelen met een **unieke beleving**?

Als er veel aanbod is kiezen mensen de aanbieder die de **prettigste ervaring** biedt

van product  
naar dienst  
naar belevenis

♀

Gilmore en Pine geven in hun boek **De Belevingseconomie** het volgende voorbeeld van de waarde van beleving...





van product naar dienst naar belevenis

De bonen voor één kopje koffie kost bij de koffiebonen boer 1 à 2 cent. Koffie is een **commodity**.



van product naar dienst naar belevenis

De bonen voor één kopje koffie kost bij de koffiebonen boer 1 à 2 cent. Koffie is een **commodity**.



van product naar dienst naar belevenis

De bonen voor één kopje koffie kost bij de koffiebonen boer 1 à 2 cent. Koffie is een **commodity**.



van product naar dienst naar belevenis

Als de Douwe Egbertsen van deze wereld de koffie van een merk en een verpakking hebben voorzien, kost de koffie voor één kopje koffie 5 tot 25 cent. Koffie is nu een **goed**.



van product naar dienst naar belevenis

Als de Douwe Egbertsen van deze wereld de koffie van een merk en een verpakking hebben voorzien, kost de koffie voor één kopje koffie 5 tot 25 cent. Koffie is nu een **goed**.



van product naar dienst naar belevenis

Als de Douwe Egbertsen van deze wereld de koffie van een merk en een verpakking hebben voorzien, kost de koffie voor één kopje koffie 5 tot 25 cent. Koffie is nu een **goed**.



van product naar dienst naar belevenis

In de horeca kost een kopje koffie 2,50 tot 5 euro. Koffie is nu een **dienst** geworden.



van product naar dienst naar belevenis

In de horeca kost een kopje koffie 2,50 tot 5 euro. Koffie is nu een **dienst** geworden.





van product naar dienst naar belevenis

In de horeca kost een kopje koffie 2,50 tot 5 euro. Koffie is nu een **dienst** geworden.



van product naar dienst naar belevenis

Op het San Marcoplein in Venetië, kan een kopje koffie wel 14 euro kosten.  
Maar een kopje koffie drinken op het San Marcoplein met uitzicht op de campanile is dan ook de ultieme **koffie belevenis**.



van product naar dienst naar belevenis

Op het San Marcoplein in Venetië, kan een kopje koffie wel 14 euro kosten.  
Maar een kopje koffie drinken op het San Marcoplein met uitzicht op de campanile is dan ook de ultieme **koffie belevenis**.



van product naar dienst naar belevenis

Op het San Marcoplein in Venetië, kan een kopje koffie wel 14 euro kosten.  
Maar een kopje koffie drinken op het San Marcoplein met uitzicht op de campanile is dan ook de ultieme **koffie belevenis**.



Zie hier, de wonderbaarlijke waardevermeerdering van de koffieboon!

business design is  
het ontwerpen van  
onderscheidende  
business...



Business Design is het ontwerpen van onderscheidende business, zowel in propositie als in profilering.

Bij **ontwerpen** denken we vaak aan **tastbare** dingen.

Business is niet altijd tastbaar, dus hoe ontwerp je die?.

... zowel in  
propositie als in  
profilering



Business Design is het **ontwerpen** van business vanuit de **behoeften, beleving** en **aspiraties** van gebruikers.



We maken daarbij gebruik van de creatieve **toolbox** van de designer.

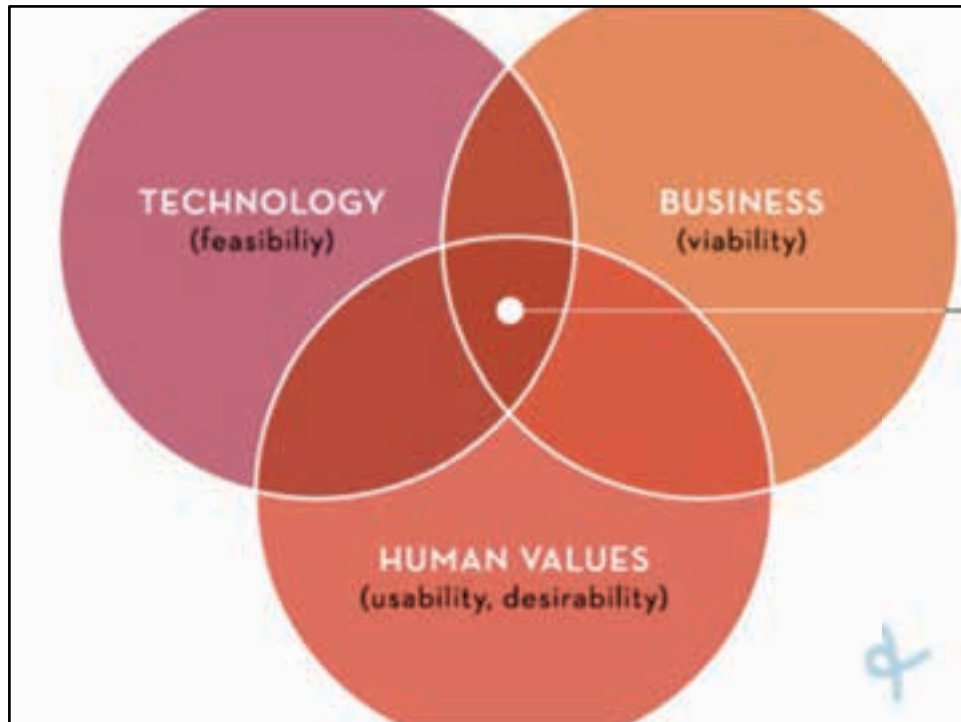
**Schetsen, verbeelden, creatieve technieken, ontwerpprocessen...**





Business Design gaat over het ontwerpen van concepten.

**mensgericht** en **emphatisch** en **creatief**.



Inzicht is dus belangrijk: een rijk begrip van behoeften van mensen,  
inzichten te integreren: **mensgericht** [verdiept] , **technisch** realiseerbaar,  
**economische** haalbaarheid

aanleidingen  
voor business  
design innovatie



branding | visie  
missie | strategie  
marktontwikkeling  
concurrentie | sociale  
& economische trends



De meest voorkomende **aanleidingen** voor business innovatie

hoe voeg ik  
waarde toe aan  
mijn business?



Oke, maar hoe voeg ik **waarde** toe aan **mijn** business?



Om hier structuur aan te brengen heb ik een **model** ontwikkeld...

[applaus]

ontdekken  
ontwerpen  
ontwikkelen





ontdekken





ontwerpen



organiseren

**ontdekken:**  
op zoek naar  
de juiste  
klantinzichten





De 'ontdekkingsfase'

In de huid kruipen van gebruikers, ze opzoeken in hun **belevingswereld**. Observeren wat ze doen.

Onderzoeken wat hun **associaties**, **emoties**, **frustraties**, **overtuigingen**, **waarden**, **aspiraties** en **dromen** zijn.



Klantinzicht is een tot nog toe niet verkregen begrip van klanten dat de basis vormt voor een onderscheidende voorsprong  
Mohanbir Sawhney



Inzichten verzamelen door klant te interviewen  
open / gesloten vragen



Meneer **Ford** zij al: Als ik mensen had gevraagd wat ze willen, hadden ze gezegd ,een sneller paard!

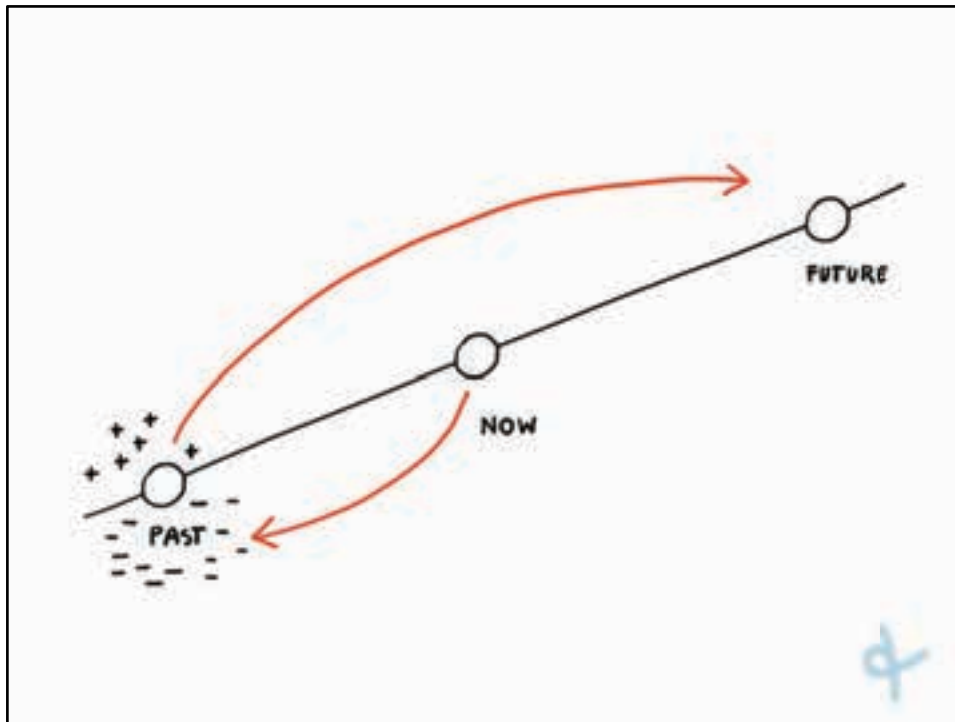
Het probleem is dat we zelf vaak niet weten wat we willen.  
En we kunnen ons al helemaal niet voorstellen wat er nog niet is.  
Als we mensen iets gaan vragen moeten we daar rekening mee houden.

10 % bewuste keuze / bewust gedrag  
90 % onbewuste keuze / automatisch gedrag

De wetenschap denkt nu dat **90% van wat zich in ons hoofd afspeelt, buiten het blikveld van ons bewustzijn** blijft  
Ons rationele verbale bewuste brein, is een soort babbelbox dat onze beslissingen achteraf van commentaar voorziet.

Een business designer gaat daarom te werk als een soort antropoloog.  
Hij gaat kijken in de belevingswereld van klanten,

Hij vraagt niet om de oplossing, maar probeert mensen de begrijpen!



### De **ombocht**

huidige situatie verkennen

positieve en negatieve ervaringen uit het verleden benoemen

Hieruit behoeften en waarden analyseren tbv wensen en dromen

Je gaat het belevingsdomein van mensen in kaart te brengen.

Door te vragen naar ervaringen in het nu, te vragen naar herinneringen, goede en slechte en ten slotte te praten over hun dromen en verwachtingen.

Zo help je mensen in stappen te komen bij wat ze willen, zonder er rechtstreeks naar te vragen. Je richt je op de beleving van mensen rondom een bepaald onderwerp. Zo leer je mensen begrijpen.





een techniek om dieper in de belevingswereld van mensen te komen is de techniek van de 5 why's

In theorie kan je in 5 stappen altijd tot de kern komen. 'Waarom is dat belangrijk voor jou.'

Neem bijvoorbeeld een pen: Waarom gebruik je een pen?

Om kaartjes te schrijven, waarom belangrijk...

Om met vrienden in contact te blijven, waarom belangrijk om...

Omdat ik erbij wil horen, waarom...

Om me geliefd en geaccepteerd te voelen....

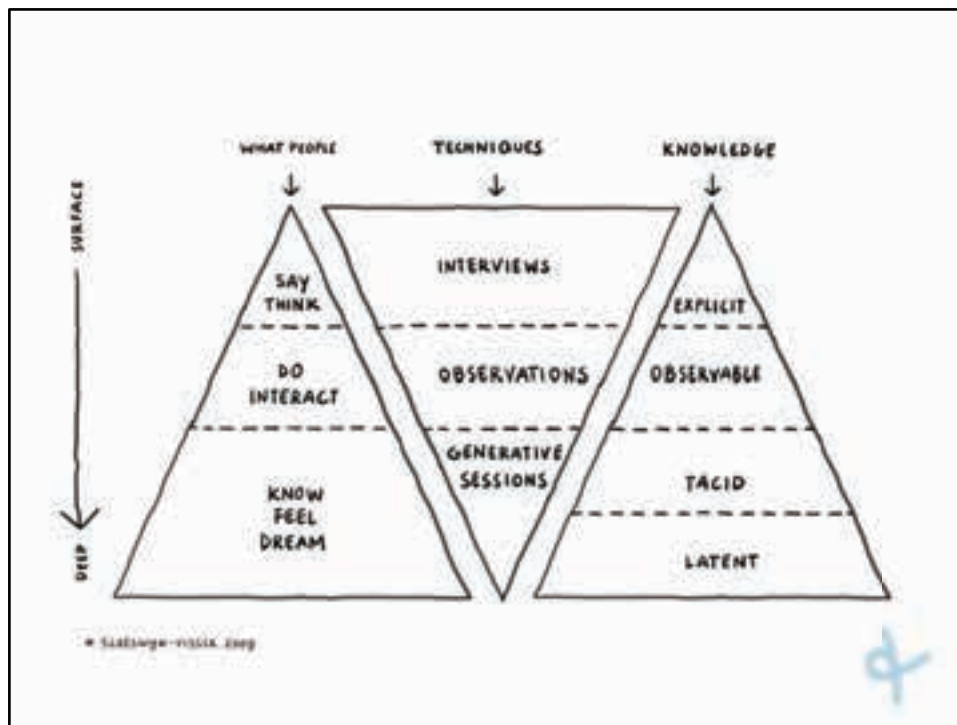
Andersom kan je steeds vragen hoe...



### Liz Sanders

**Generatieve sessies** gaat over patronen doorbreken, het **latente naar boven halen**, het dieper liggende naar de oppervlakte brengen.

Juist hiervoor is het **gereedschap** van een **designer** zo waardevol. **Woorden** zijn hier namelijk lang **niet voldoende**.



Inzichten haal je uit wat mensen je vertellen. Maar meestal levert je dat slechts oppervlakkige kennis op.

Wanneer je niet alleen met ze praat, maar je ook verdiept in wat ze doen, hoe ze op jou en elkaar reageren, krijg je heel andere inzichten.

En wanneer je mensen actief met elkaar laat nadenken, bouwen, ontwerpen haal je het latente naar boven.

tacitknowledge = onuitgesproken kennis

With tacit knowledge, people are not often aware of the knowledge they possess or how it can be valuable to others. Effective transfer of tacit knowledge generally requires extensive personal contact, regular interaction <sup>[3]</sup> and trust. This kind of knowledge can only be revealed through practice in a particular context and transmitted through social networks.<sup>[4]</sup> To some extent it is "captured" when the knowledge holder joins a network or a community of practice.<sup>[5]</sup>



## Sylvia van Gelder

*Spreekwoordelijk leider Verpleeghuiszorg Berkenbos*

**Steden** Sylvia vindt het fijn om met mensen te werken. Ze heeft haar zakjes graag op zand. Ze vindt het lastig dat ze inmiddels budgettaire mogelijkheden heeft om aan alle verzeken om scholing tegemoet te kunnen komen. De patiënten in het verpleeghuis worden steeds gecompliceerder. Dat lager geschoold personeel voor steeds complexere taken wordt ingezet, stelt Sylvia voor uitdagingen.

**Stroom** Sylvia heeft HBO-Verpleging gestuurd en werkt al 17 jaar bij Berkenbos. 9 jaar geleden, is ze P&O cursussen gaan doen, omdat ze niet meer alleen aan het bed wilde werken. Sylvia vindt het wel een groot voordeel in haar functie dat ze zelf uit de verpleging komt. Eigenlijk vindt ze dat dat voor externe trainers ook zou moeten gelden.

**Leiding** Sylvia's deur staat altijd open. Ze vind ook dat ze de tijd voor mensen moet nemen.

**Omgeving** Sylvia werkt bij een grote instelling met 6 locaties. Ze werkt op het indicatielocatiecentrum achter op het terrein van de locatie Heiken in een al wat ouder noodgebouw. Ze heeft daar een kantoor dat ze deelt met haar collega's. Wat ze wel erg fijn vindt is dat ze in 15 minuten fietsen op haar werk is.

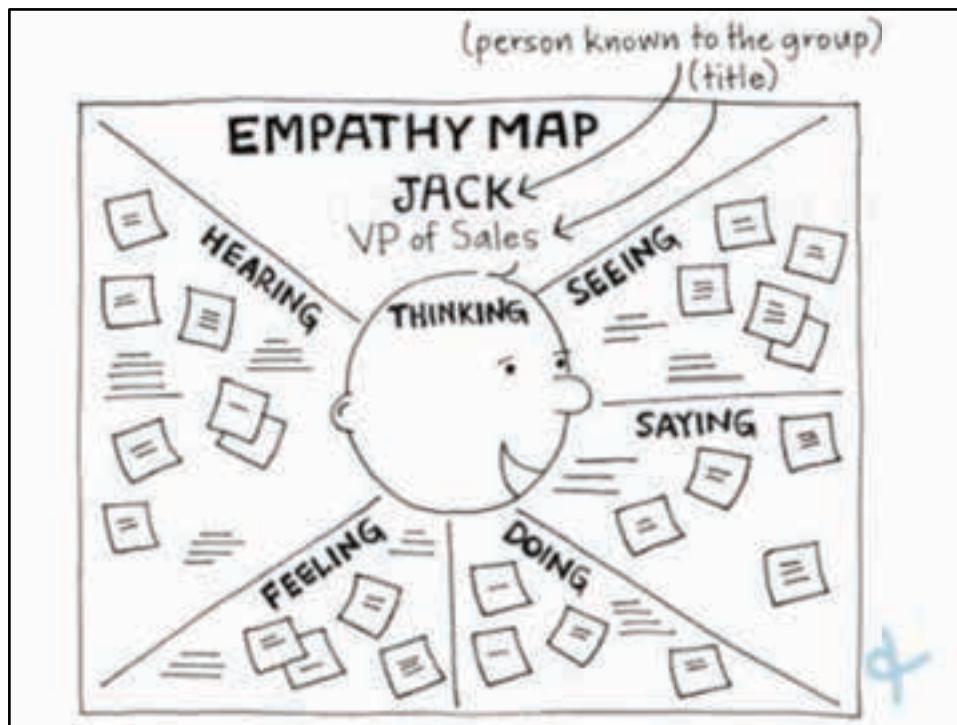
**Stroom en waarde** Voor Sylvia komt haar gezin op de eerste plaats. Vroeger werkte ze 3 dagen in de week. Nu de kinderen wat groter en zelfstandiger zijn is Sylvia 4 dagen gaan werken. Ook in haar werk vind Sylvia steun en aandacht voor collega's belangrijk. Sylvia merkt dat door de werkdruk het personeel steeds meer het gevoel heeft dat ze inmiddels aandacht kunnen geven aan patiënten. Dat maakt haar wel eens boos. Ze zegt: wanneer komt het moment dat we met zijn allen zeggen, zo is het genoeg, helemaal werken we niet meer mee.

Sylvia van Gelder  
46 jaar

opleiding HBO-V  
Binnen cursussen P&O  
getrouwd met Mark  
2 dochters: Eva (17) en Mireel (14)

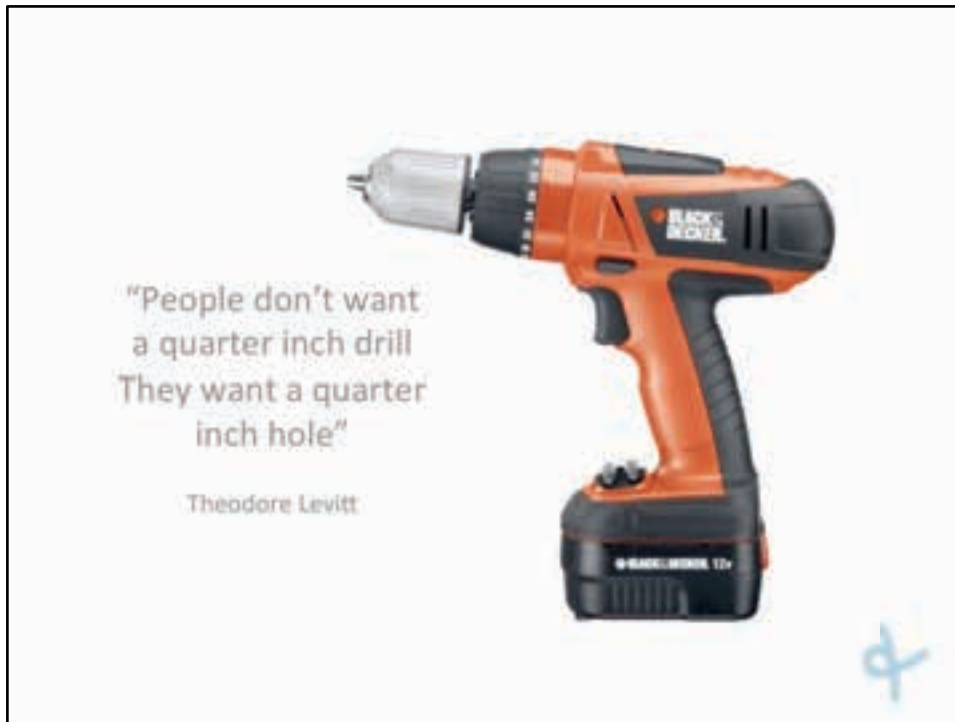
**Personas** kunnen een goed hulpmiddel zijn om klantinzichten vast te leggen. Een persona is een **denkbeeldige klant** met **kenmerken** van de **doelgroep**.

Personas helpen om **ideeën** te kunnen **evalueren** door de **ogen** van de doelgroep. (Wat zou Sylvia hier van vinden?)



### Empathy map

In een geeltjes sessie beschrijven wat de klant: ziet, zegt, doet, voelt, hoort en denkt.



**customer jobs to be done**

De gedachte is dat iemand een dienst of een product als het ware **'inhuurt'** om iets **'gedaan'** te krijgen.

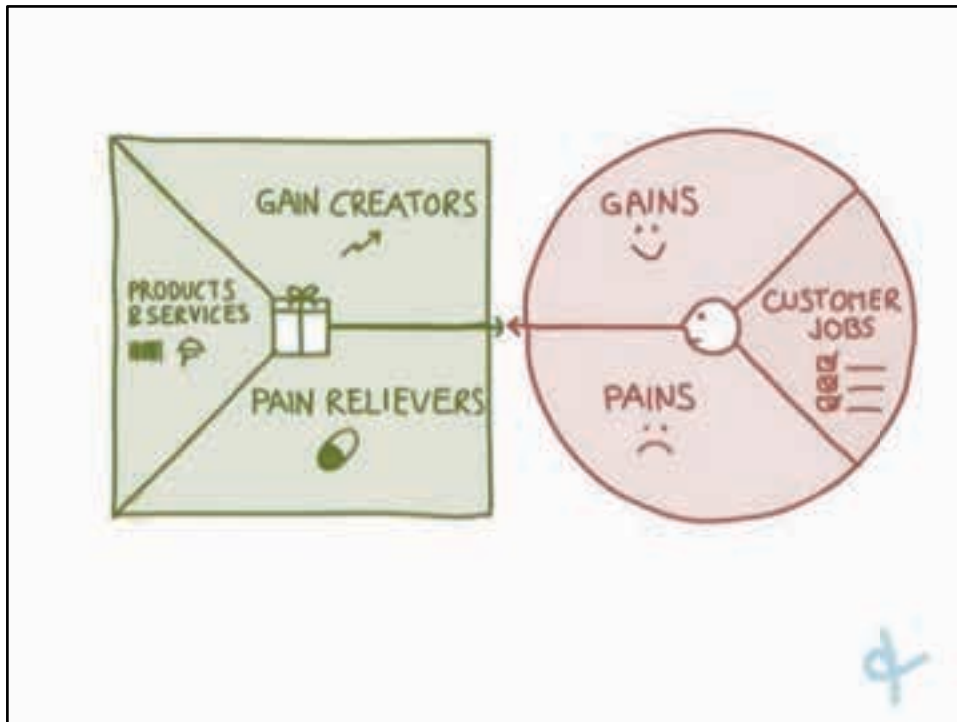
Iemand huurt een boormachine om een gat in de muur te krijgen. Om zijn schilderij op te hangen.



Een groot fastfood bedrijf wilde verkoop milkshakes  
Hadden al het onderzoek gedaan, vonden een aantal dingen:

50% van de verkoop gebeurt in de ochtend  
Meeste werd alleen verkocht. Zonder andere dingen.

Verder kijken: 'waarvoor wordt de milkshake **ingehuurd**?  
Wat bleek: veel automobilisten die shake kopen als tijdverdrijf en ontbijt.



BM Canvas in 2D

links: **logica**

rechts: **emotie**

links: **efficiency**

rechts: **waarde**





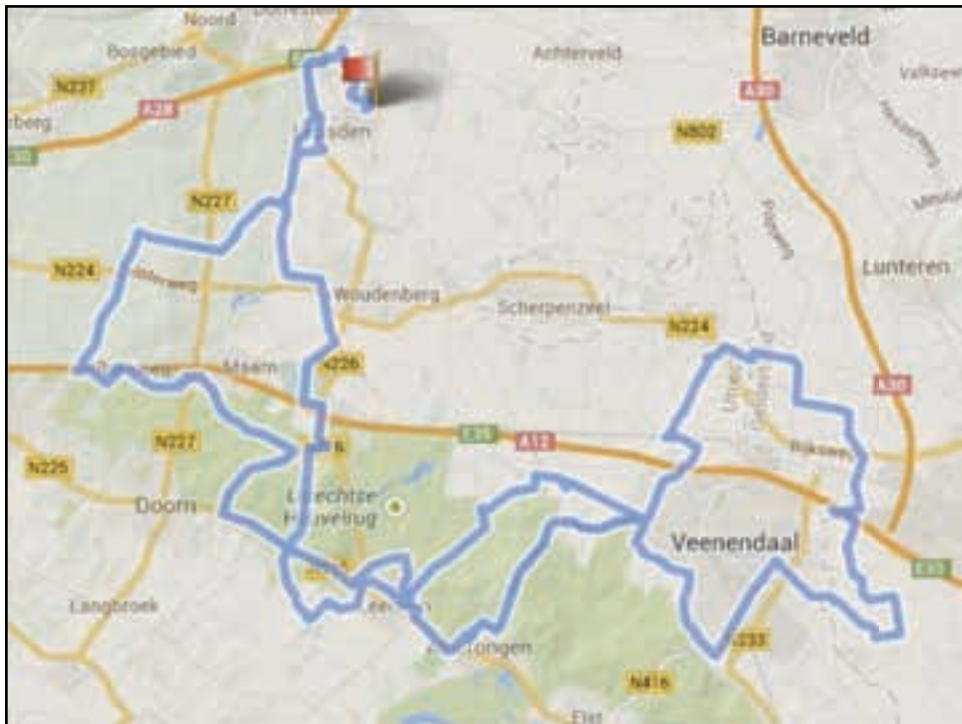
Door inzichten te formuleren als een **statement** van een gebruiker blijf je steeds door de ogen van de gebruiker kijken. **(Piet zegt:.....)**

Door mappings en clusters te maken ontwikkel je gevoel voor welke insights belangrijk zijn.



### **context mapping**

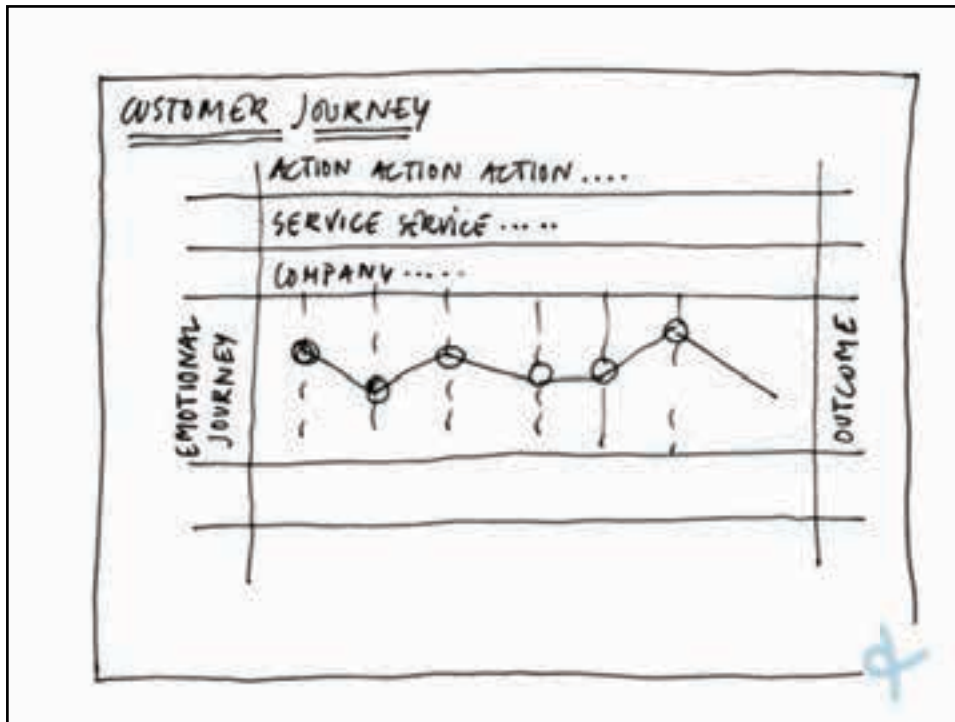
dDe context, het dagelijks leven in kaart brengen, dmv dagboek, foto, film, tekenen



Het is handig om de manier waarop je klant door jouw proces gaat te zien als een **reis**.

Een reis waarbij je klant op verschillende momenten en op verschillende manieren met jouw organisatie in **aanraking** komt.

Een reis langs de verschillende **touchpoints** met jouw organisatie.



In een **customer journey** mapping kan je de stappen van het service proces naast elkaar zetten en in kaart brengen wat in elke stap je klant wil bereiken. Wat jij als organisatie wil bereiken met die klant en op welke manier je dat gaat doen.

verschillende **contactmomenten** (touchpoints) achter elkaar en vaststellen wat de klant per stap wil gebruiken.

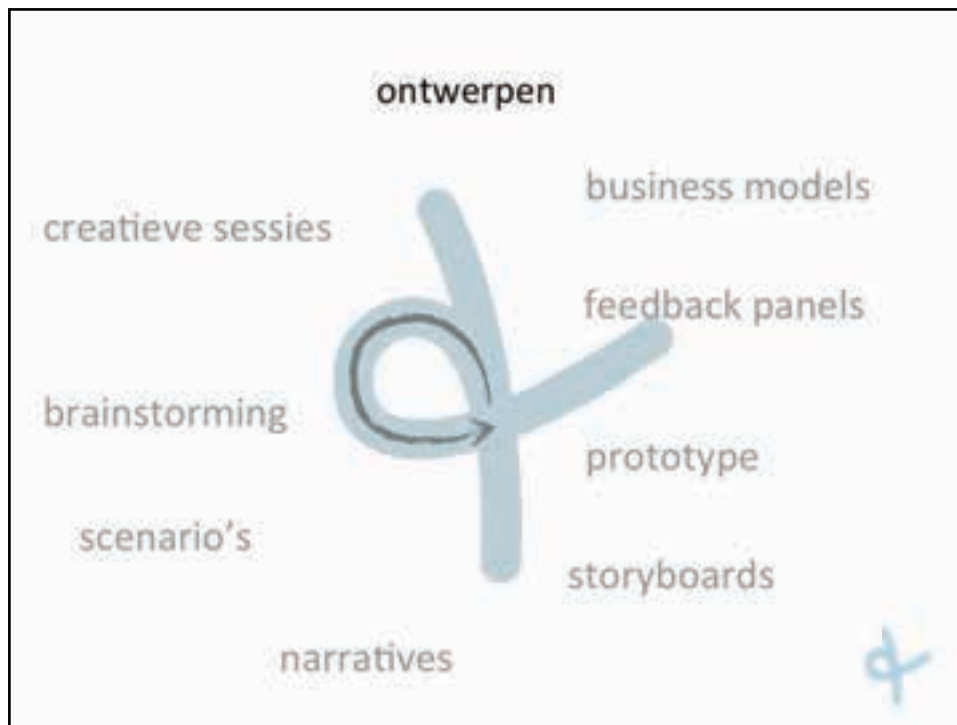
Vervolgens scoren we hoe de klant dit ervaart, **functioneel** en **emotioneel**.

Met de verzamelde inzichten kan je een hele nieuwe customer journey ontwerpen of je bestaande journey verbeteren. Je kan in kaart brengen wat er goed gaat en wat niet. En hoe het op elk touchpoint beter zou kunnen.

Als het lukt ergens in die grafiek een 9+ te scoren dan gaan mensen elkaar vertellen hoe gaaf jouw service is.

**ontwerpen:**  
van inzichten  
naar ideeën







**creatieve sessies**

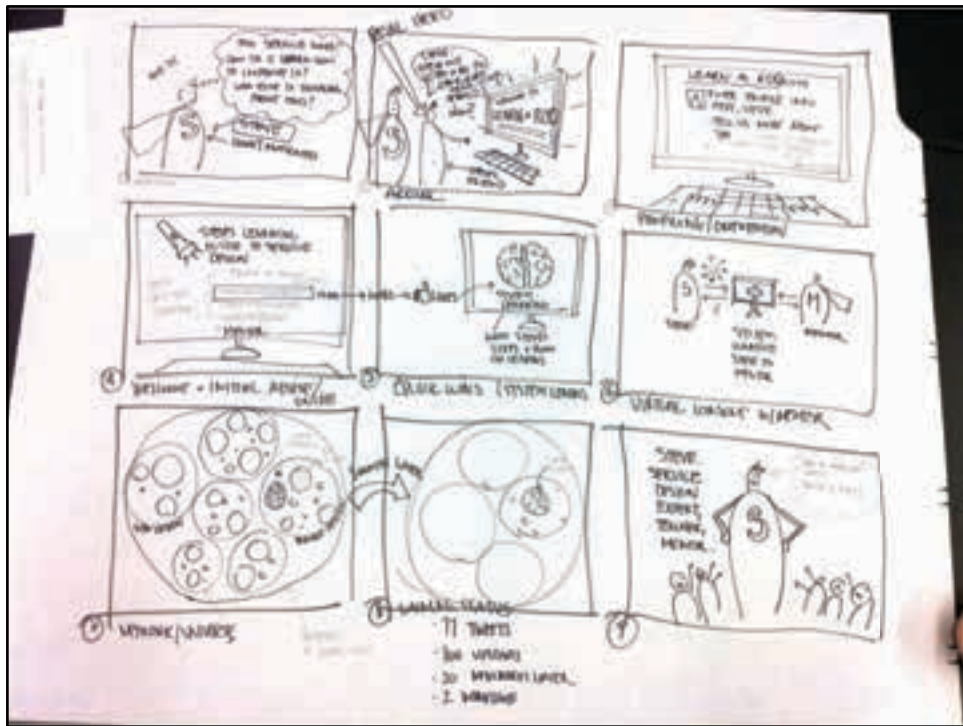


**visualiseren**





**brainstorming**



story boards



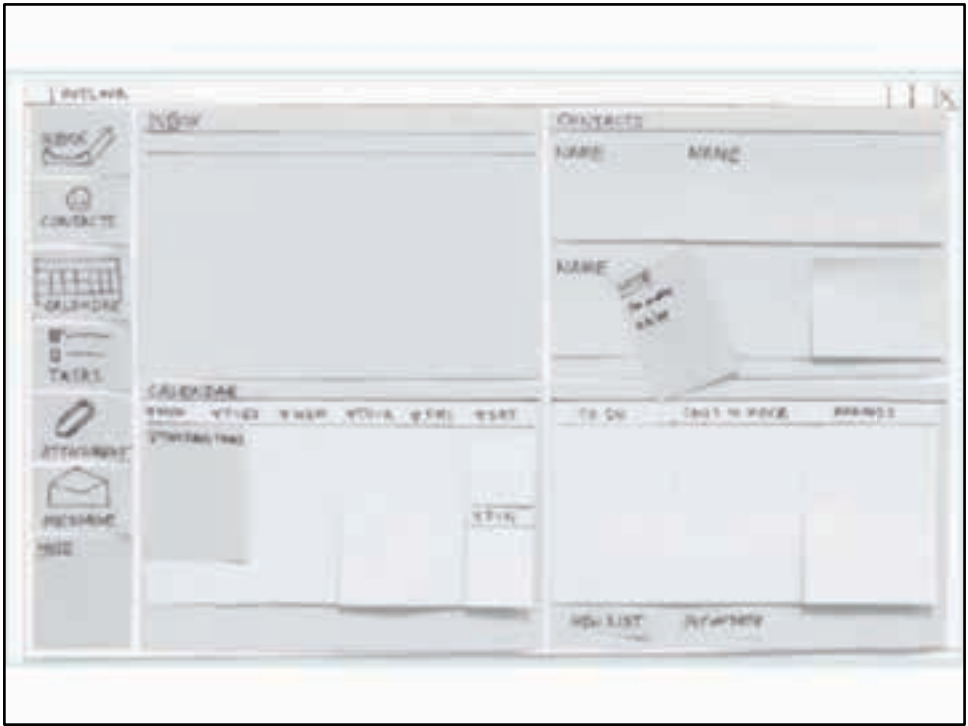
### **scenario schrijven**

hypothetisch verhaal om concept uit te schrijven



Om **ideeën** te **beoordelen** kan je mappings maken.

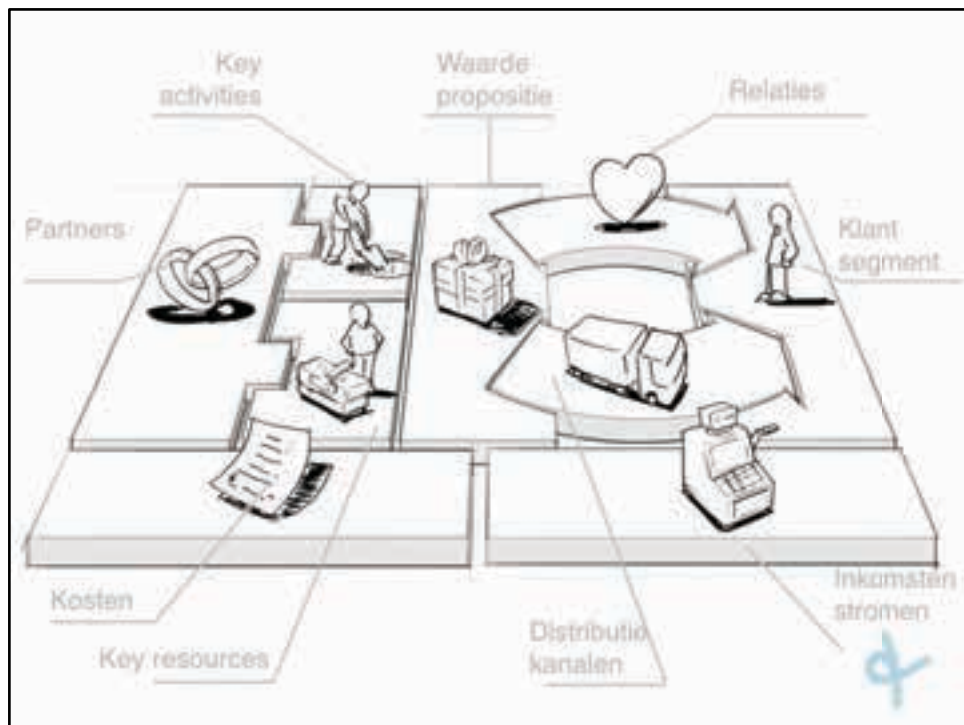
Afhankelijk van wat je wil bereiken kies je de dimensies van de assen.



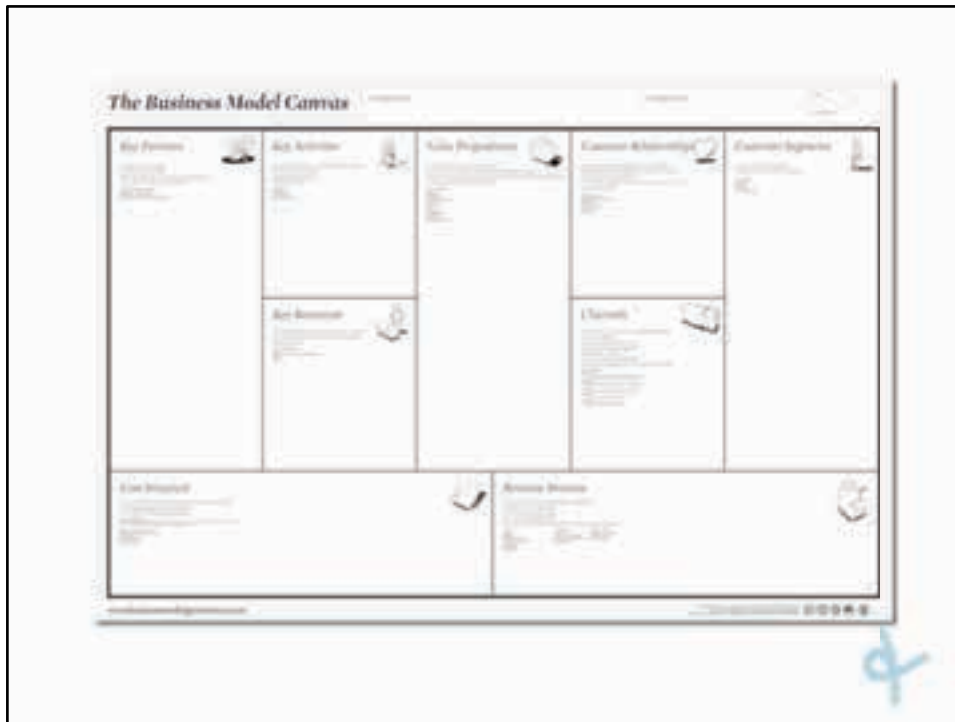
prototyping



**feedback panel**



**BM canvas in 3D**



### BM Canvas in 2D

links: logica  
rechts: emotie

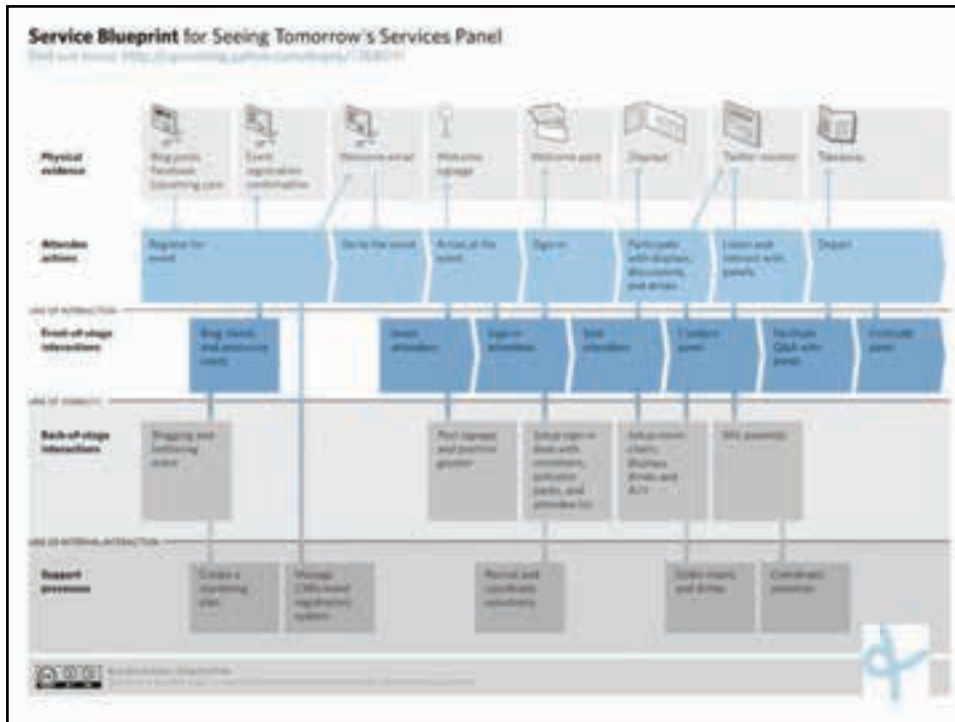
links: efficiency  
rechts: waarde



**ontwikkelen:**  
van ideeën naar  
resultaat

♀





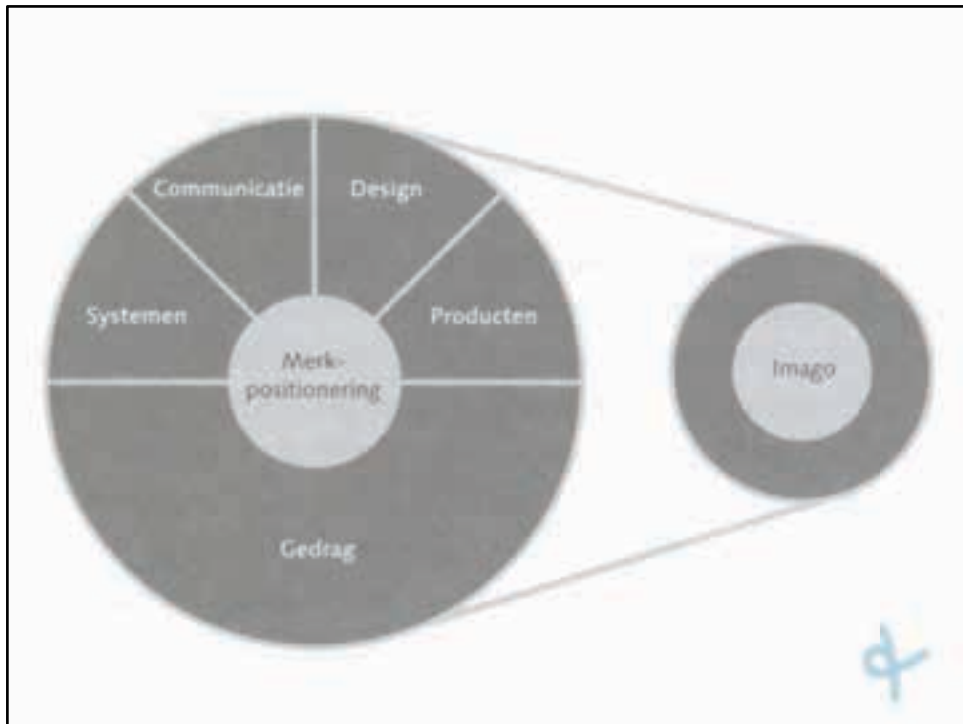
service blueprint



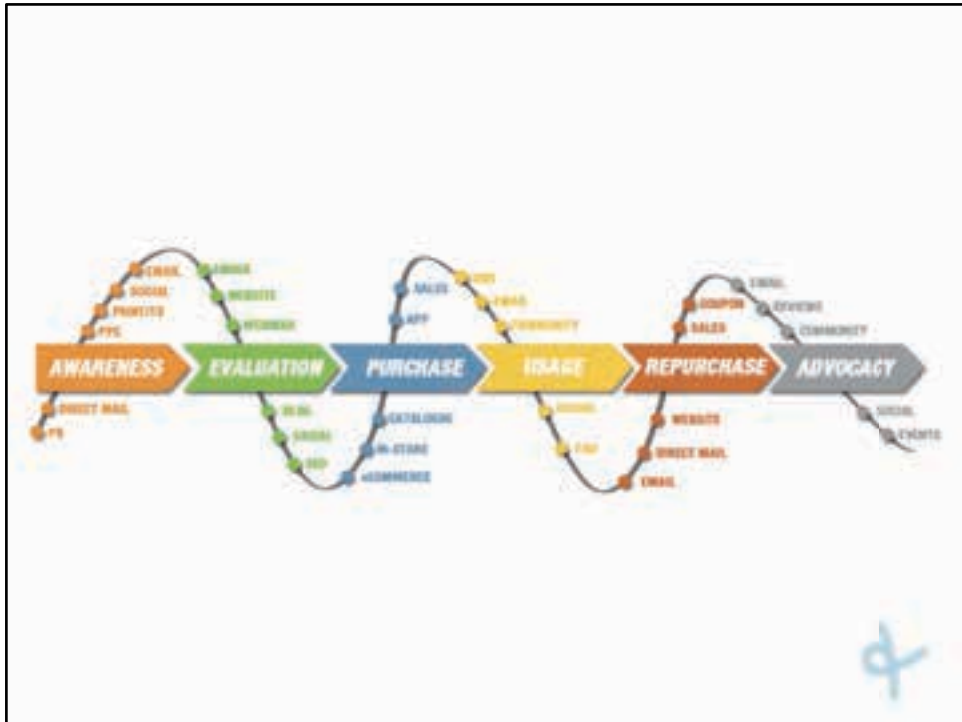
branding



kernwaarden en concepting



positionering, op basis van **imago** en **identiteit**



**crossmedia** tijdens het **koopproces** van een klant



**training**





crm



Laten we hem eens doorlopen.

Zoekt op de ikea website uit wat hij wil hebben, of het op voorraad is.  
Openingstijden. Is het koopzondag?



Laten we hem eens doorlopen.

Zoekt op de ikea website uit wat hij wil hebben, of het op voorraad is. Openingstijden. Is het koopzondag?



Parkeerplekje dicht bij de deur. Handig bij het inladen



wereldwijd herkenbare winkels



de trouwe viervoeter mag niet mee naar binnen



uitvinder van de ballenbak

in Ikea Amsterdam **ZuidOost** een groot succes



Looproutes met short-cuts voor de ervaren bezoeker





koffiestop of lunchen



productfolder



zelf service product pick-up



veel kassa's. met bakken vol impuls aankopen



De beloning na de kassa!



Alle producten zijn zo ontworpen dat je ze zelf kunt vervoeren.



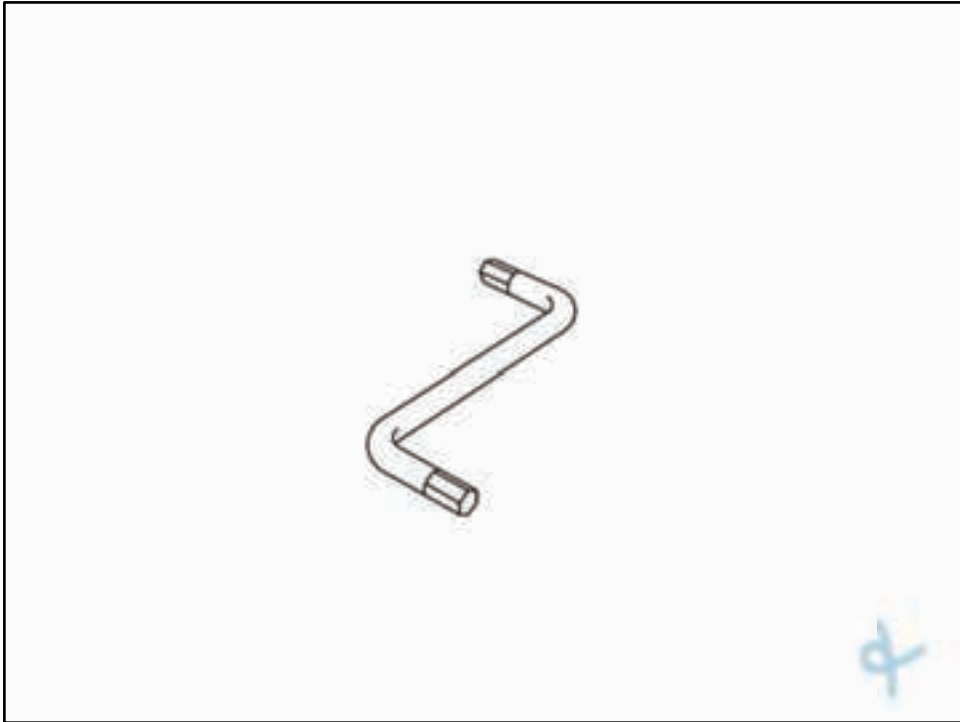
Ah, de autoklep gaat niet dicht...

Op de parkeerdekken biedt IKEA daarom een stukje touw aan, dat hangt in een dispenser.

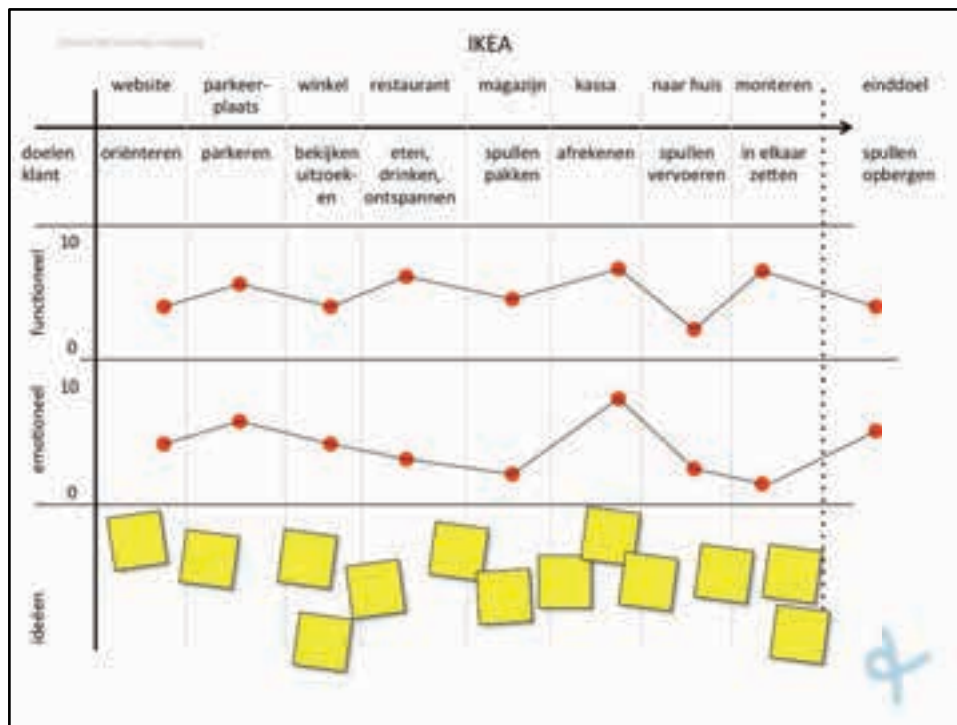


Thuis kun je vrij makkelijk de spullen in elkaar zetten dankzij begrijpelijke handleidingen.





Universele techniek – het bekende IKEA imbus sleuteltje



De schematische weergave van de de customer journey van IKEA

**Product recall.**

We wish to apologise to any customers who received left-handed allen keys with IKEA products between 01/03/12 and 31/03/12. To exchange your incorrect key, a swap box will be available at the store.

[CLICK HERE FOR DETAILS](#)

  
Incorrect left-handed allen key.

  
Correct right-handed allen key.

A blue handwritten mark resembling a stylized 'p' or 'q' is located in the bottom right corner of the banner.

En humor hebben ze ook ;-)





Doen is de beste manier van denken: <https://www.youtube.com/watch?v=EfJx2kZAz2g>

als jij doet wat  
anderen niet  
doen, ben jij  
de kampioen





Dat zal kunnen!

Maar bedenk je: Als je doet wat je altijd deed – dan krijg je wat je altijd kreeg.  
En als de wereld om je heen verandert kan dat dus een vroegtijdig einde betekenen.

## meer informatie

Benieuwd naar wat Business Design voor jouw organisatie kan betekenen?

Neem vrijblijvend contact op voor een verkennende afspraak met Nils Zelle op [nils@zellezo.nl](mailto:nils@zellezo.nl) of via 06 12 95 59 15.





