



Customer Experience: van ambitie tot impact

Hoe een CX-gedreven innovatieaanpak
jouw organisatie en diensten toekomstklaar
maakt.



Inhoudstafel

1. Onze blik
2. De fundamenteën
3. Het framework
4. De impact



Onze Blik

Klanten verwachten transparantie, eenvoud en snelheid. Tegelijk blijven veel interne structuren van organisaties vaak silo-gericht en te productgedreven. Customer Experience (CX) is daardoor geen luxe, maar **een strategische hefboom voor groei, klantretentie en een onderscheidende factor.**



Wat is Customer Experience?

Een CX-strategie (Customer Experience-strategie) is **een plan** dat bedrijven opstellen om **de totale klantervaring te verbeteren** gedurende de hele klantreis, **van eerste contact tot aankoop en alles daarna**.

Een goede CX-strategie **beïnvloedt zowel de klantinteracties als de operationele werking** van een organisatie.

Het bevindt zich niet enkel op een digitale applicatie, maar evengoed in je achterliggende processen.



CX-Strategie richt zich op:

1. Begrip van klantbehoeften.
2. Consistente beleving over alle kanalen heen.
3. Emotionele merk verbinding.
4. Medewerkers betrekken.
5. Meten en optimaliseren.



De strategische fundamente

Een **sterke CX-strategie** start met **een duidelijke visie** die inspireert en richting geeft, **innovatie** die gedurfd en extern georiënteerd is, en **centrale governance** die zorgt voor focus, eigenaarschap en meetbare impact.



Het framework

Van **visie**, naar **innovatie**,
strategie tot CX-projecten.

Dit framework maakt **de brug**
tussen ambitie en realisatie.

Het biedt houvast in elke fase van
het CX-traject en ondersteunt om
klantgericht te denken én doen.



Fase 1:

CX & Innovatie

Een sterk fundament vraagt scherpe inzichten in klant en context.

Waarom deze fase?

Voor een doordachte aanpak is een scherpe analyse van klantbehoeften en marktkansen essentieel. Deze fase legt de onderbouwde basis voor visie, focus en draagvlak in het hele team.

Concreet zetten we in op:

- **Onderzoek & analyse:**
 - CX-onderzoek (persona's, journeys, frictiepunten).
 - Stakeholderinterviews.
 - Concurrentieanalyse en trendstudies.
- **CX-visie formuleren:**
 - Doelgroepbehoeften.
 - Gewenste emotionele connectie.
 - Validatie met interne en externe stakeholders.



Ga zelf aan de slag!

Begin met **één kernjourney** en breng deze volledig in kaart voor focus en draagvlak. Bevraag deze aan de key stakeholders!



Fase 2:

Strategieontwikkeling

Vertaal visie naar gerichte keuzes en meetbare doelen.

Waarom deze fase?

Hier vertalen we visie naar concreet beleid. Door strategische keuzes scherp te stellen en te verbinden aan meetbare doelen, creëren we focus en haalbaarheid in de uitvoering.

We leggen de focus op:

- **CX-strategie opstellen:**
 - Domeinkeuze (bijv. onboarding, digitale beleving, VoC, governance).
 - Strategische objectieven per domein.
 - KPI's per objectief (NPS, CSAT, CES, etc.).
- **Innovatiestrategie aligneren:**
 - Outside-in inspiratie.
 - Kleinschalige, wendbare experimenten.
 - Focus op waardevolle, schaalbare CX initiatieven.
 - Gebruik van innovatiematrixen als richtinggevend kader.



Ga zelf aan de slag!

Gebruik KPI's niet enkel om te meten, maar vooral om **keuzes mee te onderbouwen.**



Fase 3:

Implementatie via CX-projecten

Van idee naar impact: hier begint het tastbaar worden van CX.

Waarom deze fase?

In deze fase worden abstracte ideeën omgezet in tastbare, klantgerichte verbeteringen. Dankzij iteratieve validatie en multidisciplinaire samenwerking bouwen we aan echte impact, stap voor stap.

We maken het concreet aan de hand van:

- **CX project canvas:**
 - Probleemdefinitie op basis van klantbehoefte.
 - Impact-Effort mapping.
 - Hypothese-gedreven testen (A/B, experimentatie).



Ga zelf aan de slag!

Leg elk experiment vast in een gestandaardiseerd **CX-projectcanvas** om consistentie en leerbaarheid te garanderen.



Fase 4:

Cultuur, educatie & governance

Maak van CX een gedeelde mindset, niet enkel een methodiek.

Waarom deze fase?

CX moet leven in de hele organisatie. Zonder betrokken medewerkers en duidelijke sturing vervaagt elke strategie. Deze fase verankert klantgericht denken en doen in de cultuur én de processen.

We benadrukken:

- **Klantgerichte cultuur activeren:**
 - Training voor teams.
 - Empathische communicatie in elk touchpoint.
- **CX als organisatiebreed principe:**
 - Interne alignering tussen silo's.
 - Beloningssystemen gekoppeld aan klantgerichte KPI's.
 - CX wordt geïntegreerd in de strategische plannings- en opvolgingscyclus.



Ga zelf aan de slag!

Verwerk CX **in onboarding en interne opleidingen** zodat elke medewerker ermee start.



De impact

Wat levert deze aanpak écht op?

Een **combinatie van snelle zichtbaarheid én duurzame transformatie**. Sta je nu aan het begin van je CX-traject of heb je al stappen gezet: dit framework helpt je versnellen, verdiepen en verankeren.



De korte termijn impact van CX



Een CX-gedreven aanpak levert zowel **korte termijn als langetermijnresultaten** op. In de **eerste maanden** zie je al concrete verbeteringen in klantinteractie, teamfocus en feedbackloops.

Deze aanpak maakt van CX een hefboom voor duurzame groei. Concreet, schaalbaar en verankerd in de organisatie.

Wat betekent dit concreet voor jouw organisatie?

- Snellere **zichtbaarheid van klantfricties**: dankzij feedbackloops en prototyping.
- Meer **focus** en eigenaarschap in CX-projecten: duidelijke rollen, canvas en prioriteiten brengen direct richting.
- **Tastbare verbeteringen** aan klantreizen: snelle sprints en experimenten tonen direct resultaat.
- Betere **alignment tussen teams**: CX wordt concreet bespreekbaar tussen product, marketing en business.



De lange termijn impact van CX



Op **de langere termijn** wordt CX een structureel onderdeel van strategie, cultuur en innovatie.

Deze aanpak maakt van CX een hefboom voor duurzame groei. Concreet, schaalbaar en verankerd in de organisatie.

Wat betekent dit concreet voor jouw organisatie?

- Verhoogde **klantretentie en tevredenheid**: door structureel in te spelen op verwachtingen en beleving.
- **Versnelling van innovatie**: continue leercycli creëren wendbaarheid en schaalbare verbeteringen.
- **Cultuurverschuiving** naar **klantgerichtheid**: CX wordt niet langer gedragen door één team, maar is **verankerd in mindset en proces**.
- **Duurzame differentiatie**: in een markt waar producten op elkaar lijken, zorgt de beleving voor onderscheidend vermogen.



Je strategische business- & productpartner

Catcoon is een team van **14 experts** die jou ondersteunen bij elk aspect van digitale transformatie. Met ervaring in complexe en corporate omgevingen en diverse specialisaties, combineren we onze passie voor Design Thinking en Service Design met een sterke technische en zakelijke achtergrond. Zo maken we de vertaalslag naar product-, marketing- en techteams naadloos en effectief.

hello@catcoon.be

www.catcoon.be



Vind je deze inhoud en aanpak interessant?

Wil je graag meer weten over hoe we business- en productuitdagingen aanpakken? Contacteer ons om samen met jullie een stap richting verbetering te zetten.

hello@catcoon.be

www.catcoon.be