

Stap 4: Breng de huidige klantervaring in kaart met een serviceblauwdruk

Als je onderzoek is afgerond, kun je je inzichten bundelen in één document om knelpunten en hiaten aan het licht te brengen.

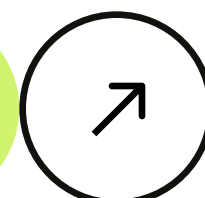
Wat is een serviceblauwdruk?

In essentie brengt een serviceblauwdruk de belangrijkste fasen van de customer journey in kaart, zoals het ontdekken van een product, het doen van een aankoop of het inschakelen van support. De blauwdruk maakt duidelijk onderscheid tussen de zichtbare klantinteracties en de achterliggende interne processen die deze ervaringen ondersteunen.

Handige vragen die je kunt stellen bij het opstellen van je serviceblauwdruk

1. Wat doet de klant bij elke stap en wat wil deze bereiken?
2. Wat zet elke stap in gang en wat geeft aan dat deze is voltooid?
3. Wat ziet de klant en over welke informatie beschikt de klant (of juist niet)?
4. Wat gebeurt er achter de schermen om deze stap mogelijk te maken? (Teams, systemen, tools, gegevens, beslissingen.)
5. Op welke punten is elke stap afhankelijk van aannames, een handmatig oordeel of niet-gedocumenteerde kennis? (TIP: Markeer informele, twijfelachtige of inconsistente processen – het is goed om hierop terug te komen naarmate je verder komt.)

[SJABLOON SERVICEBLAUWDruk DOWNLOADEN](#)



De opbouw van een serviceblauwdruk:

Begin met de fasen binnen de door jou gekozen scope uit stap 1 en breng de journey vervolgens chronologisch in kaart. Leg vast wat klanten doen, wat ze zien, wat elke stap in gang zet en welke werkzaamheden er achter de schermen plaatsvinden, met name informele of inconsistente processen die later nog eens onder de loep moeten worden genomen.

Serviceblauwdruk-sjabloon



Fasen van de customer journey: overkoepelende fasen van de ervaring die beschrijven wat de klant op termijn wil bereiken.

Acties van de klant: specifieke stappen en gedrag dat de klant in elke fase van de journey zet of vertoont.

Frontstage (zichtbare touchpoints)*: mensen, processen, technologie en communicatie waar de klant rechtstreeks mee in aanraking komt of mee communiceert.

Zichtlijn: de scheidslijn tussen interacties die zichtbaar zijn voor de klant (frontstage) en activiteiten achter de schermen (backstage).

Backstage (onzichtbare activiteiten): mensen, processen, systemen en automatiseringen die de ervaring ondersteunen maar niet zichtbaar zijn voor de klant, zoals interne tools, workflows en kennisbanken.

*Als je meerdere kanalen, soorten touchpoints of een aantal touchpointcategorieën hebt, splits ze dan op in verschillende rijen voor een gedetailleerdere indeling

SERVICEBLAUWDRUK-SJABLOON

		FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4	FASE 5	FASE 6	FASE 7
ZICHTBAAR VOOR KLANT	 Stappen voor de klant							
	 Touchpoints met de klant							
ACHTER DE SCHERMEN	 Mensen							
	 Processen							
	 Technologie							