

OPDRACHTBESCHRIJVING MOVING INFORGRAPHICS MARKETRESPONSE

Verslag gesprek met marketresponse op vrijdag 4 juli 2014. Aanwezig: Annemarie Kok-van Twillert en Lars Roos (marketresponse), Maya Noordam en Paul Kool (New Penguins)

ALGEMEEN

Marketresponse wil graag “moving infographics” van maximaal 2 minuten om mee te sturen met haar nieuwsbrief en te plaatsen op haar website en op haar YouTube kanaal.

Het moeten leuke grafische beelden zijn (voorbeeld: Holland vs the Netherlands van CGP Grey op YouTube)

Opmerkingen:

- ✎ Deadline – Donderdag 10 juli is de verschijningsdatum van de volgende nieuwsbrief. Streven is om rond de lunch op te leveren.
- ✎ Nieuwsbrief versturen met een “still frame” van de video | klikbaar, verwijst naar YouTube kanaal
- ✎ Gezien de beperkte tijd gaan wij uit van muziek met geschreven commentaar, dus geen voice over.
- ✎ Budget: €1296 per film.

FASERING:

- ✎ Vrijdag 4 juli 2014: opdrachtbevestiging
- ✎ Vrijdag en zaterdag 4 en 5 juli 2014:
 - samenstelling team
 - requirements gathering
 - informatie document
- ✎ Zondag en maandag 6 en 7 juli 2014 creatieve proces opstarten (braindrain)

AANPAK:

- ✎ Dinsdagochtend 9:00 start project
- ✎ Eerste verkenning ideeën filmpjes
- ✎ Verdeling taken: project management, techniek, ontwerp, grafische vormgeving en productie
- ✎ Verloop proces: 's ochtends verhaallijn casus opstellen, vervolgens informatie en beelden verzamelen, 's middags vormgeven en eerste prototype opleveren, einde dag post productie (evt. donderdagochtend)
- ✎ Oplevering donderdag 10 juni 2014 rond 13:00 uur.

PLANNING

Dinsdag: Casus Consumentenbond uitwerken en vastleggen

Woensdag: Casus Monuta uitwerken en vastleggen

Donderdag: Post productie en laatste afwerkingen

TEAM

Projectmanagement: Maya Noordam

Design: Linnah Schut en Marijke Flapper

Techniek: Eelco Bosklopper

INFORMATIE FILM 1 - CONSUMENTENBOND:

Bij deze vast de info van marketresponse over de Consumentenbond case. Zie hier voor meer info over theorie + filmpje: <http://www.marketresponse.nl/smartagent/>

Consumentenbond stelt persoonlijke aanpak centraal met segmentatiestudie en toolkit

SmartAgent, onderdeel van MarketResponse, heeft een segmentatiestudie uitgevoerd onder leden en niet-leden van de Consumentenbond in het kader van het CRM-project.

Hierbij heeft SmartAgent gebruik gemaakt van haar Brand Strategy Research (BSR) model. Dit model is gebaseerd op sociaal-psychologische theorieën waarin smart profiling centraal staat. Onderzoek toont herhaaldelijk aan dat individuele keuzen sterk beïnvloed worden door de beleving. SmartAgent kent deze beleving en weet daardoor waarom mensen bepaalde keuzes maken. Zo kan gedrag van consumenten voorspeld worden.

Door middel van BSR-onderzoek heeft SmartAgent deze beleving verkend voor leden en niet-leden van de Consumentenbond. Hiermee heeft de Consumentenbond meer inzicht gekregen in de basisbehoeften en motieven die daar van belang zijn, en in de strategieën die mensen hanteren om hun behoeften te vullen. Het model heeft daarmee een typering gegeven van de verschillende doelgroepen voor de Consumentenbond: wie zijn zij en wat kenmerkt hen? Zo is o.a. onderscheid gemaakt tussen de eindwaarden die de verschillende typen consumenten nastreven, (zoals 'status', 'vrijheid', 'harmonie' of 'verbondenheid') en de houding die zij aannemen t.a.v. Consumentenbond. De profielen zijn doorvertaald naar het totale ledenbestand van de Consumentenbond.

Op basis van deze resultaten heeft SmartAgent tevens een Communicatie toolkit gemaakt. Deze toolkit stelt de Consumentenbond in staat, gedifferentieerd te communiceren met (potentiële) leden. Het maakt duidelijk, welke benadering past bij de verschillende doelgroepen. Door de toolkit er geregeld bij te pakken, kunnen medewerkers van de Consumentenbond zich meer inleven in verschillende typen (potentiële) klanten om zo meer persoonlijk relevant te kunnen zijn. Momenteel experimenteert de Consumentenbond met gedifferentieerde e-mail campagnes. Als dit succesvol blijkt te zijn, wordt de toolkit verder binnen de Consumentenbond geïmplementeerd.

Voor meer informatie over het BSR-model kunt u contact opnemen met Paulien Schieven, managing partner SmartAgent, via 06 51 483 498 of schieven@smartagent.nl.

OPDRACHTBESCHRIJVING MOVING INFORGRAPHICS MARKETRESPONSE

KLEURENPALET CONSUMENTENBOND | SMARTAGENT



PMS:
185 C

C 0
M 90
Y 80
K 0

R 240
G 60
B 70



PMS:
Process Blue C

C 100
M 10
Y 0
K 10

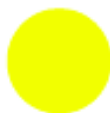
R 0
G 150
B 210



PMS:
347 C

C 100
M 0
Y 90
K 0

R 0
G 160
B 100



PMS:
3955 C

C 5
M 0
Y 100
K 0

R 245
G 235
B 0



SECUNDAIRE KLEUREN - CMYK

PAARS: C=48/M=72/Y=0/K=0
AQUA: C=81/M=0/Y=36/K=10
LIME: C=34/M=0/Y=100/K=0
ORANJE: C=0/M=51/Y=94/K=0



SECUNDAIRE KLEUREN - RGB

PAARS: R=156/G=95/B=181
AQUA: R=0/G=192/B=181
LIME: R=190/G=214/B=0
ORANJE: R=255/G=160/B=47

OPDRACHTBESCHRIJVING MOVING INFORGRAPHICS MARKETRESPONSE

INFORMATIE FILM 2 - MONUTA:

Bij deze vast de info van marketresponse over de Monuta case. Zie hier voor meer info over theorie + filmpje: <http://www.marketresponse.nl/introductiefilm-bsr/>

CASE: Monuta - Eigenlijk heb je goud in handen

De klantvraag: contacten naar tevredenheid afhandelen en performance verbeteren

Monuta heeft twee service centers; het uitvaart service center (24 uur per dag te bereiken om overlijden te melden) en de service desk consumenten. Dit service center is voor particuliere verzekeringsklanten. De medewerkers voeren zowel inbound als outbound gesprekken. Monuta wil een contactevaluatie inrichten voor de telefonische inbound contacten voor de service desk consumenten om zo hun medewerkers nog beter te kunnen coachen. Op deze manier wil Monuta de inbound contacten naar tevredenheid af handelen en de performance verder worden verbeteren.

De oplossing: direct toegang tot eigen scores

Om met klantfeedback echt aan de slag te kunnen is een goede en gebruiksvriendelijke rapportage van groot belang. De medewerkers op de vloer moeten er mee uit de voeten kunnen, maar ook teamleiders en managers hebben inzicht nodig in de voor hen relevante scores. Het Direct Feedback dashboard van MarketResponse geeft medewerkers en managers direct toegang tot hun eigen scores, met hun eigen filters etc. Resultaten worden duidelijk en overzichtelijk weergegeven, maar kunnen ook worden geëxporteerd.

Met Direct Feedback van MarketResponse hebben circa 250 medewerkers van Monuta, op verschillende niveaus in de organisatie, toegang tot een online rapportage van de afgehandelde inbound contacten. Hierdoor krijgen zij inzicht in de feedback van klanten en ze werken aan het verbeteren van het klantoordeel.

Het resultaat: handvatten om de dienstverlening te verbeteren

De ervaringen van Monuta met Direct Feedback zijn zeer positief. Manager Klanttevredenheid Esther van Milligen: *"Monuta vindt het belangrijk om haar dienstverlening en daarmee de klanttevredenheid steeds verder te verbeteren. Tevreden klanten bevelen ons aan bij anderen en komen terug als ze weer met een overlijden te maken krijgen. Het dashboard geeft ons handvatten om de dienstverlening te verbeteren. Elke manager en uitvaartverzorger kan precies zien waar nog verbeterpunten zijn en hierop inspelen. Deze informatie is nodig om een goede ondernemer te zijn. Zonder informatie weet je immers niet waar je op moet sturen."*

Ook managers en uitvaartverzorgers zijn enthousiast. Manager Uitvaartzorg Rijnmond Jeanet Wiegmann: *"Het dashboard geeft in één oogopslag de thermometerstand weer; doen we het goed of moeten we ergens bijsturen. Vervolgens kun je inzoomen op de individuele uitvaartverzorgers waarbij je direct de reacties van de klant ziet. Je kunt zelfs nog dieper kijken en selecteren op de tevredenheid met de bijbehorende opmerkingen. We krijgen dus veel meer informatie dan voorheen en het is veel gebruiksvriendelijker. Het feit dat uitvaartverzorgers er nu ook zelf naar kunnen kijken is ook een pré. Ze zijn er heel positief over, starten er elke ochtend mee op. Wachten op de 'grote envelop' met enquêtes hoeft nu niet meer, ze kunnen eenvoudig zelf checken of de respons er al is. De snelheid waarmee de informatie beschikbaar is, helpt ons ook in ons ondernemerschap. We nemen contact op met iedereen die een enquête invult (tenzij ze geen toestemming hebben gegeven om*

OPDRACHTBESCHRIJVING MOVING INFORGRAPHICS MARKETRESPONSE

contact op te nemen natuurlijk). Dit is een extra contactmoment; we bedanken de klant voor het invullen en laten merken dat we dit zeer waarderen. Zo investeren we in de klantrelatie. Eigenlijk heb je goud in handen, want als je de juiste informatie hebt, kun je de juiste acties ondernemen."

Uitvaartverzorger Jo de Meyer uit Breda: "Het dashboard ziet er geweldig goed uit. Voorheen kreeg je weinig informatie met het formulier, nu is het veel uitgebreider. Het was even wennen, maar het is heel overzichtelijk en met alle kleurtjes en doorklikmogelijkheden is het heel leuk om je erin te verdiepen. Je ziet precies wie wat heeft gezegd. Ik kijk regelmatig even of er reacties zijn, het is immers prettig om te weten wat nabestaanden hebben gezegd over mijn dienstverlening. Natuurlijk weet je het wel als er ergens iets niet goed is gegaan. Dan wacht je niet op de enquête, maar onderneem je eerder actie. Ik vind het super dat we nu hiermee werken!"

DIRECT FEEDBACK VAN MARKETRESPONSE

Aan de slag met klantfeedback

Elke dag hebben klanten contact met uw organisatie. En elke contact- of proceservaring voedt hun oordeel en beïnvloedt het gedrag. Logisch dus dat u wilt weten wat klanten (of prospects) er van vonden. Veel klanten willen ook best hun feedback geven. Waardevolle informatie waar u direct wat mee kunt in de relatie met die specifieke klant. Dankbaar materiaal in de coaching van uw medewerkers en vele haakjes voor verbeteringen in het proces of de website. Met MarketResponse Direct Feedback kunt u binnen een maand al aan de slag.

Klantcontact bepaalt klanthouding en -gedrag

Er (niet) zijn als de klant een beroep op u doet, heeft een grote invloed op toekomstig klantgedrag. Dat blijkt uit diverse studies, waaronder onze eigen onderzoeken. Ervaringen bepalen in veel gevallen of de klant (opnieuw) voor u kiest of voor een ander. Of een klant blijft of weggaat, bestedingen oplopen of worden afgebouwd, wordt in belangrijke mate bepaald door de ervaringen met uw organisatie. En daarom wilt u weten of de klant er een goed gevoel aan overhoudt. En als dat niet het geval is, wilt u daar nog wat aan kunnen doen voordat de klant besluit zijn geld elders te besteden.

Klantfeedback stuurt het gedrag van medewerkers

Gedrag van medewerkers veranderen bleek met traditioneel onderzoek nog best lastig. Scores werden op team-, afdelings- of zelfs bedrijfsniveau gepresenteerd. Gevolg: iedereen was eigenaar van positieve waarderingen en niemand van de onvoldoendes. Met ons Direct Feedback systeem krijgen alle medewerkers feedback van de klanten die zij hebben geholpen, kort na het contact. Medewerkers leren uit de feedback wat het effect van het eigen handelen is en hoe ze dat kunnen beïnvloeden. Managers zien welke medewerkers extra coaching of training nodig hebben en waar in de procesgang nog verbeteringen mogelijk zijn.

Online rapportage maakt feedback toegankelijk

OPDRACHTBESCHRIJVING MOVING INFORGRAPHICS MARKETRESPONSE

Om met klantfeedback echt aan de slag te kunnen is een goede en gebruiksvriendelijke rapportage van groot belang. De medewerkers op de vloer moeten er mee uit de voeten kunnen, maar ook teamleiders en managers hebben inzicht nodig in de voor hen relevante scores. Het Direct Feedback dashboard van MarketResponse geeft medewerkers en managers direct toegang tot hun eigen scores, met hun eigen filters etc. Resultaten worden duidelijk en overzichtelijk weergegeven, maar kunnen ook worden geëxporteerd. Teammutaties kunnen eenvoudig zelf worden doorgevoerd. Naast de standaardmodules zijn er optionele modules:

- Opgvolgmodule: registratie van de opvolging van klantfeedback
- Quotemonitor: eenvoudig delen van klantfeedback met de organisatie of op de website
- Ideeënbus: medewerkers kunnen verbeterideeën binnen het dashboard delen met hun leidinggevende, incl. de case waarop het idee is gebaseerd
- Additionele KPI rapportages (vast format), voor het (hoger) management dat niet zelf in het dashboard werkt

Direct Feedback van MarketResponse in het kort:

- Dagelijks feedback van uw klanten, kort na de ervaring
- Geautomatiseerde data-uitwisseling en feedbackverzameling
- Keuze uit verschillende centrale KPI's (NPS, CES, tevredenheid)
- Resultaten in een gebruiksvriendelijk online dashboard, naar wens uit te breiden met additionele modules.
- Lage gebruikskosten
- Binnen een maand operationeel

OPDRACHTBESCHRIJVING MOVING INFORGRAPHICS MARKETRESPONSE

KLEURENPALET MONUTA | DIRECT FEEDBACK



Huisstijlkleur:



C = 90 R = 0
M = 35 G = 130
Y = 0 B = 196
Z = 0

2de Huisstijlkleur:



C = 40 R = 177
M = 0 G = 200
Y = 100 B = 0
Z = 0

C = 100 M = 80 Y = 0 Z = 30	C = 40 M = 0 Y = 0 Z = 0	C = 100 M = 0 Y = 100 Z = 0	C = 15 M = 0 Y = 100 Z = 0	C = 60 M = 0 Y = 20 Z = 0	C = 70 M = 70 Y = 0 Z = 0	C = 30 M = 30 Y = 0 Z = 0	C = 40 M = 100 Y = 0 Z = 20	C = 0 M = 100 Y = 50 Z = 0	C = 0 M = 50 Y = 100 Z = 0
R = 0 G = 53 B = 118	R = 162 G = 218 B = 244	R = 0 G = 144 B = 54	R = 233 G = 223 B = 0	R = 102 G = 194 B = 204	R = 101 G = 90 B = 159	R = 188 G = 181 B = 215	R = 142 G = 0 B = 108	R = 227 G = 0 B = 79	R = 242 G = 148 B = 0

Opmerking:

In stoplicht:
paars → rood
rood → oranje

Grijs wordt toegevoegd

Signaalkleuren:

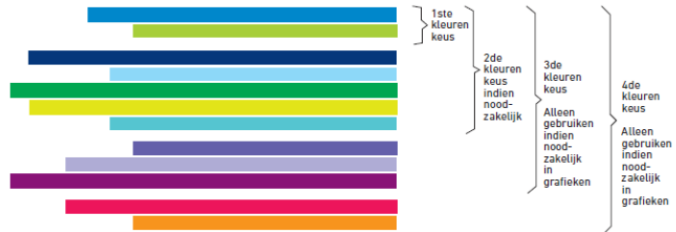
2 tinten groen

geel

rood

oranje

(evt. Paars voor 6-puntsschaal)



Kleurenschema 'stoplicht':

