

Klantreis

1.1 Klantreis

Om meer grip te krijgen op de ervaringen en behoeften van klanten wanneer het gaat om kwaliteitsnormen en normbeleving is in deze verkenning de klantreis die drinkwaterklanten afleggen op het moment dat zij meer informatie zoeken over normen in kaart gebracht. De meerwaarde van het in kaart brengen van een klantreis is in onderstaande box toegelicht.

Klantreis

Ken-je-klant tools kunnen helpen bij het beter begrijpen van klantervaringen. Customer Journey Maps (CJM) zijn een steeds vaker gebruikte tool om strategisch management en klantenservice vorm te geven (Marquez, Downey, and Clement 2015; Rosenbaum, Otalora, and Ramírez 2017). CJM zijn een visuele weergave van de volgorde waarin gebruikers contact hebben met of gebruik maken van een bepaalde service of dienst. Het toont de interacties van de gebruiker met de service of dienst en mogelijke interventiepunten voor een aanbieder van deze dienst (Rosenbaum, Otalora, and Ramírez 2017). De interventiepunten kunnen kansen/mogelijkheden, moeilijkheden en actiepunten zijn (Marquez, Downey, and Clement 2015). CJM worden ontwikkeld met het doel ieder van deze interacties met de gebruiker te optimaliseren om op deze manier de algehele beleving en van de gebruiker te optimaliseren. Vaak worden deze interactiepunten weergegeven in een tijdlijn of gebeurtenissenlijn, waarbij ook het zien van advertenties, etc. als interactiemoment kan worden beschouwd. Op deze gebeurtenissenlijn kunnen er een aantal momenten/fasen van interactie worden geïdentificeerd: voor het gebruik, tijdens het gebruik en na het gebruik (Rosenbaum, Otalora, and Ramírez 2017). CJM proberen in te spelen op de emoties van gebruikers en kunnen daarom worden gezien als een empathy mapping oefening (Rosenbaum, Otalora, and Ramírez 2017).

Het gebruik van CJM is belangrijk omdat bepaalde diensten en het gebruik van deze diensten door individuele klanten niet op zichzelf staan. Een dienst kan worden gezien als een complex systeem waar ieder gebruik samenhangt met de andere gebruiken van hetzelfde product. Daarnaast staat het aanbieden van een dienst niet los van het bredere maatschappelijk systeem waar de dienst zich in bevindt. Tot slot hebben veel diensten, en die van het aanbieden van drinkwater specifiek, een lange geschiedenis. De huidige gebruikers en aanbieders van deze dienst zijn niet enkel gemoeid met de huidige staat van dienst, maar moeten ook begrijpen hoe deze zich ontwikkeld heeft over de afgelopen decennia. Bij dergelijke lang bestaande bedrijven kunnen de motivaties voor bepaalde keuzes voor de aangeboden diensten inmiddels zijn vergeten en slechts nog worden gezien als de status quo. Wanneer de huidige staf hier niet voor waakt en de status quo gewoon overneemt, zonder de relevantie voor de huidige praktijk te testen, kan dit leiden tot stagnatie en vervreemding van de gebruiker. Via CJM kan dit in beeld gebracht worden en kritisch worden geëvalueerd (Marquez, Downey, and Clement 2015).

1.2 Overzicht klantreis

Om grip te krijgen op de klantreis bij de verschillende drinkwaterbedrijven is er bij alle websites van de Nederlandse bedrijven een klantreis uitgevoerd. Hierbij is gekeken naar 1) het aantal en type pagina's dat zich richt op het onderwerp waterkwaliteit en/of (kwaliteits-)normen; en 2) de inhoudelijke toelichting die er gegeven wordt betreffende het naleven van deze normen en de gemonitorde stoffen. Het resultaat van deze klantreisexploratie is weergegeven in onderstaande Tabel 1.

Tabel 1 Klantreis per drinkwaterbedrijf (in willekeurige volgorde). Uitgevoerd op 8-7-2021. *Losse pagina's over hardheid zijn buiten beschouwing gelaten, tenzij ze specifiek gelinkt werden aan de waterkwaliteit en normen. Kleuren ter verduidelijking: groen en rood staan voor het wel (ja) of niet (nee) bespreken van onderwerpen. De blauw-schakeringen representeren een relatief aantal. Hoe donkerder blauw, des te (relatief) hoger het aantal.

Drinkwaterbedrijf	Pagina's		Stoffen gemonitord			
	Waterkwaliteit op homepage	Aantal pagina's waterkwaliteit en normen*	Aantal stoffen/ indicatoren gerapporteerd	Toelichting stoffen/ stofgroepen	Toelichting eenheden	Totaal aantal stoffen gemonitord
Dunea	Ja	10	39	Ja	Deels	Nee
Evides	Ja	6	24	Andere pagina	Deels (andere pagina)	Nee
PWN	Ja	5	16	Nee	Nee	Nee
Vitens	Ja	6	52	Nee	Nee	Nee
Brabant Water	Ja (uitklapmenu)	4	34	Nee	Nee	Nee
WMD	Ja (uitklapmenu)	5	Geen	Nee	Deels (andere pagina)	Nee
WML	Nee	5	54	Nee	Nee	Nee
Waterbedrijf Groningen	Nee	2	53	Nee	Deels	Nee
Waternet	Nee	3	40	Nee	Nee	Nee
Oasen	Nee	1	37	Nee	Nee	Nee

In de bovenstaande Tabel 1 vallen een aantal zaken op:

- Het aantal pagina's dat gewijd is aan de waterkwaliteit en normen varieert sterk (tussen 1 en 10 pagina's). In de regel geldt hierbij dat bedrijven met weinig pagina's meer informatie geven per pagina. Het aanbieden van meerdere pagina's met informatie betekent dus niet per se dat er ook meer informatie te vinden is op de betreffende website.
- Zoektermen 'kwaliteitsnormen', 'normen' en 'kwaliteitseisen' leveren bij geen van de drinkwaterbedrijven snel de – voor deze studie vooraf bepaalde - gewenste informatie op¹. Gewenste informatie was in dit geval een pagina met hierop informatie ofwel over de gestelde normen en de manier waarop dit gebeurt, of een pagina met de waterkwaliteitsrapportages. Uitzondering hierop is de zoekterm 'normen' op de Evides website. Hier was de gewenste pagina het eerste resultaat. In de andere gevallen kwam er geen resultaat, was het gewenste resultaat het 6^e resultaat (of lager) of was de gewenste pagina enkel te vinden door eerst een *tussenpagina* te bezoeken met zijdelingsverwante informatie. Bij sommige websites werden

¹ Wanneer er meer dan 20 zoekresultaten waren is er niet verder gezocht dan het 20^{ste} resultaat.

voornamelijk nieuwsberichten getoond, terwijl andere geen enkel resultaat toonde voor de genoemde zoektermen.

- Waternet is de enige website die de drinkwaterwet niet noemt
- Vitens rapporteert alleen zuurtegraad en hardheid (na invullen postcode); WMD alleen hardheid
- Alleen Evides en Dunea lichten het type stoffen en de stofgroepen die worden gemonitord worden toe op hun websites.
- Op de website van Brabant Water is de rapportage over stoffen in het drinkwater en de normen enkel te vinden wanneer de klant doorklikt vanuit hardheid van water. Wel is het mogelijk deze pagina te vinden middels de zoekterm (kwaliteitseisen, 10^e zoekresultaat)

Referenties

Marquez, J.J., Downey, A. and Clement, R. 2015. Walking a mile in the user's shoes: Customer journey mapping as a method to understanding the user experience. *Internet Reference Services Quarterly*, 20, 135-150.

Rosenbaum, M.S., Otalora, M.L. and Ramírez, G.C. 2017. How to create a realistic customer journey map. *Business Horizons*, 60, 143-150.

Referentie: van Aalderen, N., Brouwer, S. (2022) Achtergronddocument klantreis. In: [Normbegrip en incidenten: een verkenning van het klantperspectief](#). BTO 2022.005. Nieuwegein: KWR