

1

Kickstart je idee

VERBETEREN & VERNIEUWEN

=

EXPERIMENTEREN

Dit werkboekje is van:

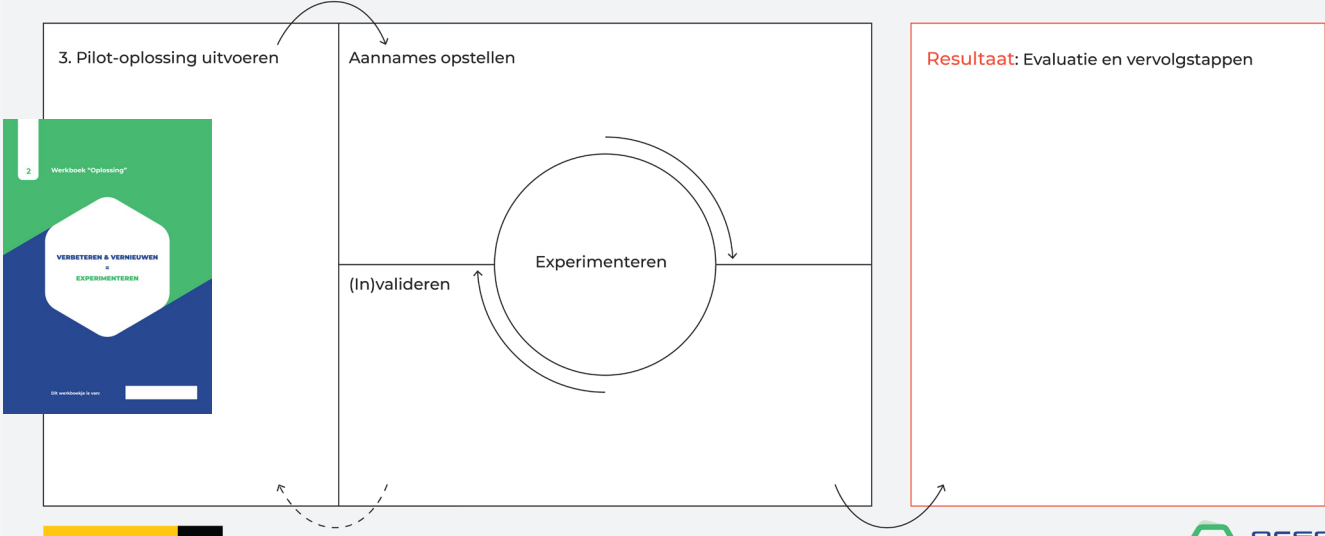
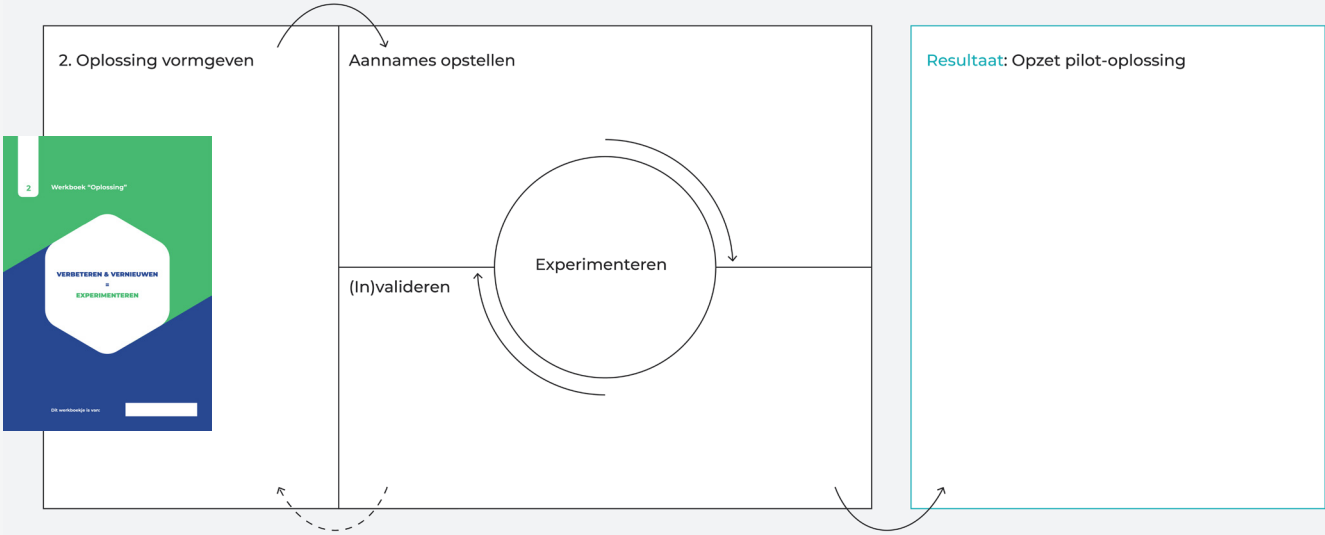
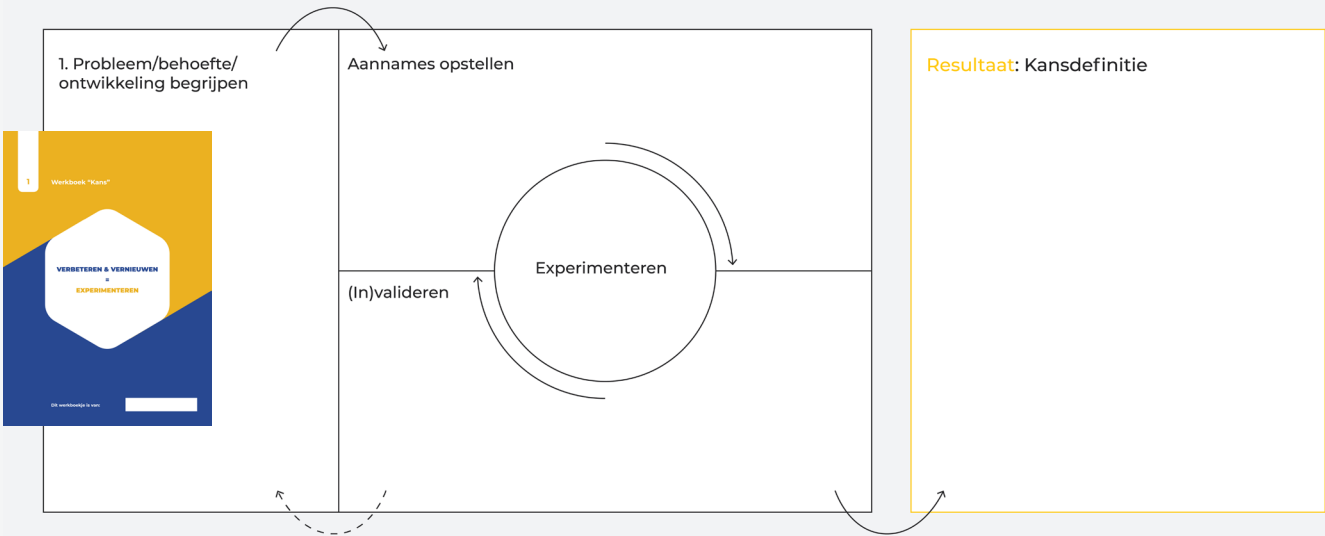
Het verbeter/vernieuw stappenplan:

Voor elk probleem, uitdaging, klantpijn, (klant)behoefte, suggestie, voorstel, idee

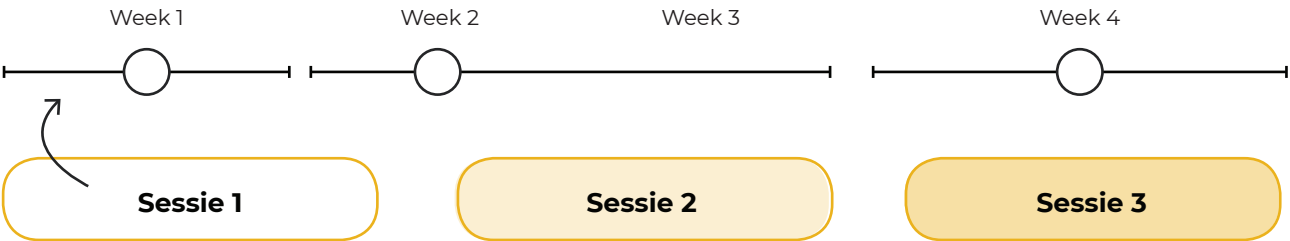
Ingevuld door:

Begindatum:

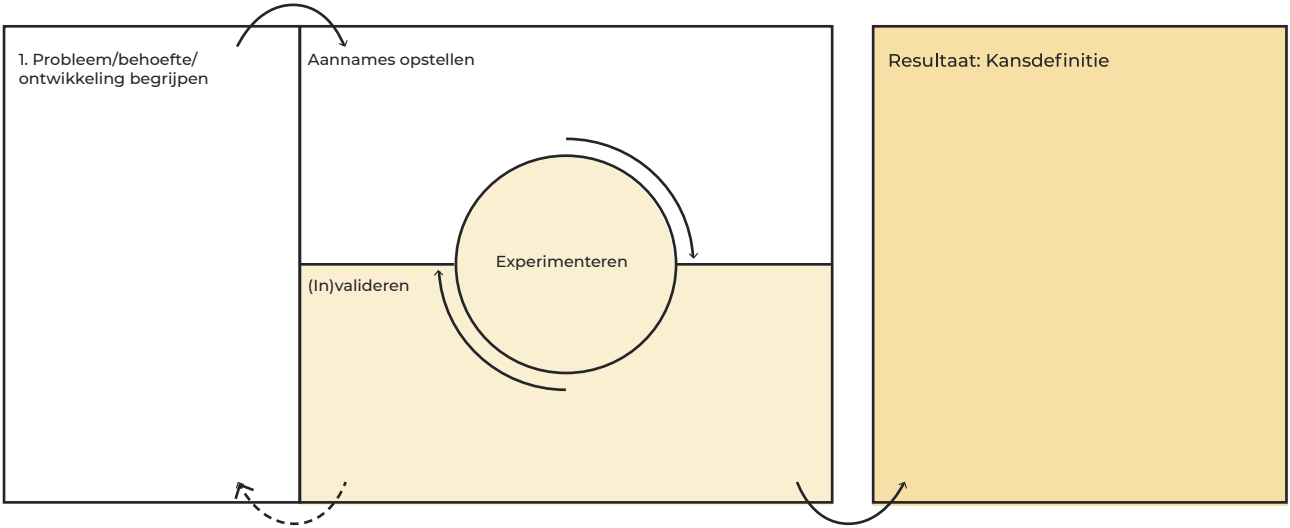
Einddatum:



Welkom!



Opdracht 1 (voorbereiding)		Opdracht 5 (voorbereiding)		Opdracht 9 (voorbereiding)	
Opdracht 2		Opdracht 6		Opdracht 10	
Opdracht 3		Opdracht 7		Opdracht 11	
Opdracht 4		Opdracht 8		Opdracht 12	

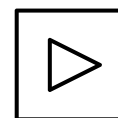


Opdracht 1. Beschrijving idee



BESCHRIJVING

Wat ik zie dat anders/beter kan:
Het idee dat ik heb:



AANLEIDING

Wat de aanleiding is voor dit idee:
Wat ervoor gezorgd heeft dat dit idee is bedacht:



MOTIVATIE

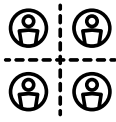
Wat mijn persoonlijke motivatie is om hiermee aan de slag te gaan:
Hoe werken aan dit idee bijdraagt aan mijn persoonlijke ambities:

Opdracht 2. Beschrijving klant en klantervaring



KLANTERVARING

Hoe het idee de huidige klantervaring verbetert/ een nieuwe ervaring creëert:



KLANTBESCHRIJVING

Voor welke type klant dit idee is bedoelt:
Wat bepaalde kenmerken zijn van dit type klant (functie, bedrijf):
Wat werkzaamheden/taken zijn van de klant waarop dit idee inspeelt:



KLANTCONTACT

Welke werknemer het meest contact is met de bovengenoemde klant:
Welke werknemer verantwoordelijk is voor de bovengenoemde klant:
Welke werkzaamheden en taken de werknemer uitvoert voor deze klant:

Opdracht 3. Problemen / Behoeften bepalen



PROBLEEM / BEHOEFTE KLANT

Het idee speelt in op dit probleem/behoefte van de klant:
Een probleem kan een obstakel / uitdaging / risico / gemis / negatieve uitkomst zijn
Een behoefte kan een wens / voordeel / positieve uitkomst zijn
Een probleem komt voort uit een onderliggende behoefte en probeer deze te benoemen



(PROBLEEM / BEHOEFTE WERKNEMER)

Indien van toepassing: Het idee speelt in op dit probleem/behoefte die de werknemer bijbehorend aan de klantprobleem/behoefte ervaart:
Er hoeft niet altijd een werknemer pijn/behoefte te zijn
Wanneer deze er wel is maakt het de urgentie voor een oplossing groter

Opdracht 4. Vanuit de klant bekijken



AANNAMES KLANT

Zet je onderbuikgevoel over de klant om in aannames door de volgende zinnen in te vullen:

Ik denk dat de klant **dit** als grootste probleem/behoefte ervaart:

.....

.....

.....

Ik denk dat **dit** de reden is waarom de klant dit probleem heeft/behoefte ervaart:

.....

.....

.....

Ik denk dat **dit** de reden is waarom de klant interesse heeft als er een oplossing voor zijn probleem/behoefte komt:

.....

.....

.....

Ik denk dat **dit** probleem/behoefte bij zoveel klanten speelt en zo vaak voorkomt:

.....

.....

.....



(AANNAMES WERKNEMER)

(Indien je denkt dat de werknemer een bijhorend probleem ervaart) Zet ook hier je onderbuikgevoel om in aannames door de volgende zinnen in te vullen:

Ik denk dat de werknemer **dit** als grootste probleem/behoefte ervaart in het bedienen van de klant:

.....

.....

.....

Ik denk dat **dit** de reden is waarom de werknemer dit probleem heeft/behoefte ervaart:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

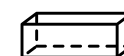
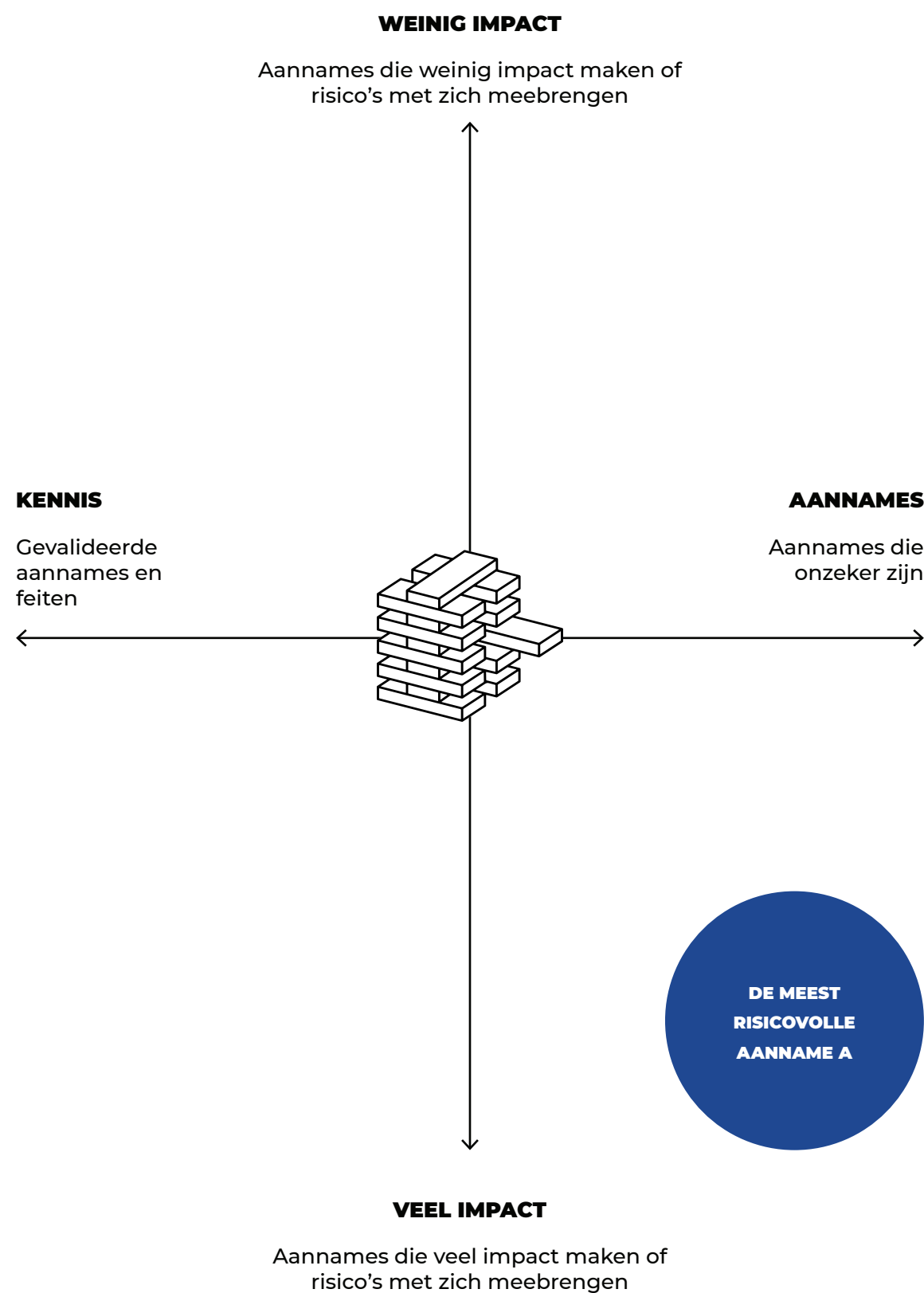
Ik denk dat **dit** probleem/behoefte bij zoveel werknemers speelt en zo vaak voorkomt:

.....

.....

.....

Opdracht 5. De Meest Risicovolle Aanname opstellen



FORMULE

Elk idee heeft 1 aanname die de meeste risico's met zich meebrengt wanneer deze niet getest wordt. Deze aanname is de Meest Risicovolle Aanname (blauwe bolletje) en het blokje dat de Jenga-toren doet omvallen. Stel deze aanname op door de volgende zin aan te vullen:

A

Ik denk dat deze klant:

.....

.....

.....

Het volgende probleem/behoefte ervaart:

.....

.....

.....

En interesse heeft/op zoek is naar een oplossing die dit biedt:

.....

.....

.....

.....

.....

Opdracht 6. Het experiment “interview” opzetten



INTERVIEW

Het doel van het interview is om de Meest Risicovolle Aanname A te kunnen testen. Je interviewt bij voorkeur de klant. Is dit niet mogelijk is, dan interview je de werknemer om klantinzichten op te halen. Wanneer je klanten en werknemers invult, bereid dan 2 aparte interviews voor.

☐

Klantinterview

☐

Werknemer interview

(Bv door te koffie drinken, bellen, of Hangout)

Het aantal interviews dat ik ga afnemen:



3. GEWENSTE SITUATIE

Begrijpen ideale situatie en waarom dit ideaal is

“Hoe omschrijf jij je ideale situatie en waarom?”



1. AANLEIDING

Aanleiding, uitleg en doel van het interview

“Ik ben nieuwsgierig naar hoe we op dit moment de klant bedienen en hoe dit beter kan”



4. URGENTIE & KANS

Begrijpen pogingen tot ideale situatie en ervaren barrières/uitdagingen

“Omtrent waar lig je 's nachts wakker van?”

“Omtrent wat heb je al geprobeerd en waarom werkt dit niet?”



2. HUIDIGE SITUATIE

Begrijpen huidige situatie/werkzaamheden werknemer/collega

“Kun je mij meenemen in hoe je op dit moment?”

“Wat gaat op dit moment goed en wat gaat niet goed of kan beter?”

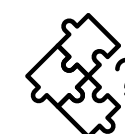
“Wat zijn de gevolgen van dingen die niet goed verlopen?”



5. Afsluiting

Bedanken voor inzichten en uitleggen vervolgstappen

“Mocht ik nog vragen hebben of aan de oplossing werken, mag ik je dan contacteren?”



CHECK

Controleer of je met de opgestelde interviewvragen de Meest Risicovolle Aanname A kan testen en deze na het uitvoeren van de interviews kan (in) valideren.

Opdracht 7. Experiment Metrics Bepalen



METRICS experiment

Voordat je de interviews gaat uitvoeren, bepaal je eerst wanneer jij vindt dat de Meest Risicovolle Aanname A is gevalideerd. Stel hieronder een “validatie” metrics op.

Het aantal klanten dat ik wil gaan interviewen:

1

Om het probleem te valideren, moeten **zoveel**:

(Aantal in percentage of cijfer)

van de in totaal geïnterviewde klanten zeggen dat ze **dit** als grootste probleem/

behoefte hebben:

.....

.....

.....

2

Om de vraag naar een oplossing te valideren, moeten **zoveel**:

van de in totaal geïnterviewde klanten zeggen dat ze interesse hebben in/op

zoek zijn naar een oplossing die **dit** biedt:

.....

.....

.....

Indien van toepassing, het aantal werknemers dat ik wil gaan interviewen:

3

Om het probleem te valideren, moeten **zoveel**:

(Aantal in percentage of cijfer)

van de in totaal geïnterviewde werknemers zeggen dat ze **dit** als grootste

probleem/behoefte van klanten horen of zien:

.....

.....

.....

4

Om de vraag naar een oplossing te valideren, moeten **zoveel**:

van de in totaal geïnterviewde werknemers zeggen dat zoveel klant interesse

hebben in/op zoek zijn naar een oplossing die **dit** biedt:

.....

.....

.....

Opdracht 8. Interviews uitvoeren en documenteren



KLANTINZICHTEN

De inzichten/quotes die iets zeggen over de problemen/behoefte van de klant:



Quotes van besproken problemen:

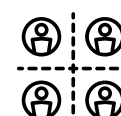


Quotes van besproken behoeften:



KLANTERVARING

De inzichten/quotes die iets zeggen over de gewenste klantervaring / oplossing:



KLANTPROFIEL

Kenmerken van de klant die belangrijk zijn om te onthouden:

Opdracht 9. Resultaat experiment bepalen



CONCLUSIE

Door de antwoorden van opdracht 7 en 8 met elkaar te vergelijken, bepaal je of de Meest Risicovolle Aanname is geïnvalideerd () is, nog niet te concluderen is (), of gevalideerd is ().

Antwoord
opdracht 7

Resultaat
opdracht 8



1



2



3



4



A



GEÏNVALIDEERD

De reden dat de Meest Risicovolle Aanname A is geïnvalideerd:

Wat ik geleerd heb uit het interview:

Andere problemen/behoefte die naar boven zijn gekomen:

Mooie input voor een nieuw experiment!



NOG NIET TE CONCLUDEREN

De reden dat er geen conclusies getrokken kunnen worden:

Hoe je het experiment gaat aanpassen zodat je conclusies kunt trekken:

Volgende keer gaat het lukken! Voer je aanpassingen door bij **opdracht 6** en **7**.



GEVALIDEERD

Super! Ga door naar **opdracht 10**.

Opdracht 10. De kans bepalen



KANS

Beschrijf je kans door de zinnen aan te vullen:

Klanten zeggen ... / Werknemers zeggen dat van klanten ...

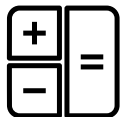
... **dit** hun grootste probleem/behoefte is:

... **dit** de reden is waarom dit een probleem/behoefte is:

... **dit** hun probleem/behoefte veroorzaakt:

... **dit** de reden is waarom een oplossing voor dit probleem/behoefte is en welke voordelen het oplevert:

... **dit** is hoe vaak het probleem/behoefte voorkomt:



KANSBEREKENING

Bepaal de grootte van de kans door de volgende blokken in te vullen:

De grootte van de kans
(gevalideerde klanten
* frequentie probleem/
behoefte)

De klantwaarde
(negatieve gevolgen
probleem/behoefte
& voordelen van een
mogelijke oplossing)

De bedrijfswaarde*
(mogelijk resultaat
wanneer we inspelen
op dit probleem/
behoefte)

* (1) hogere omzet, (2) hogere marge, (3) hogere klanttevredenheid, (4) hogere continuïteit, (5) hogere klant tevredenheid



GEMISTE KANS

Wat we missen als we niet inspelen op deze kans:

De kansen die we als bedrijf missen:

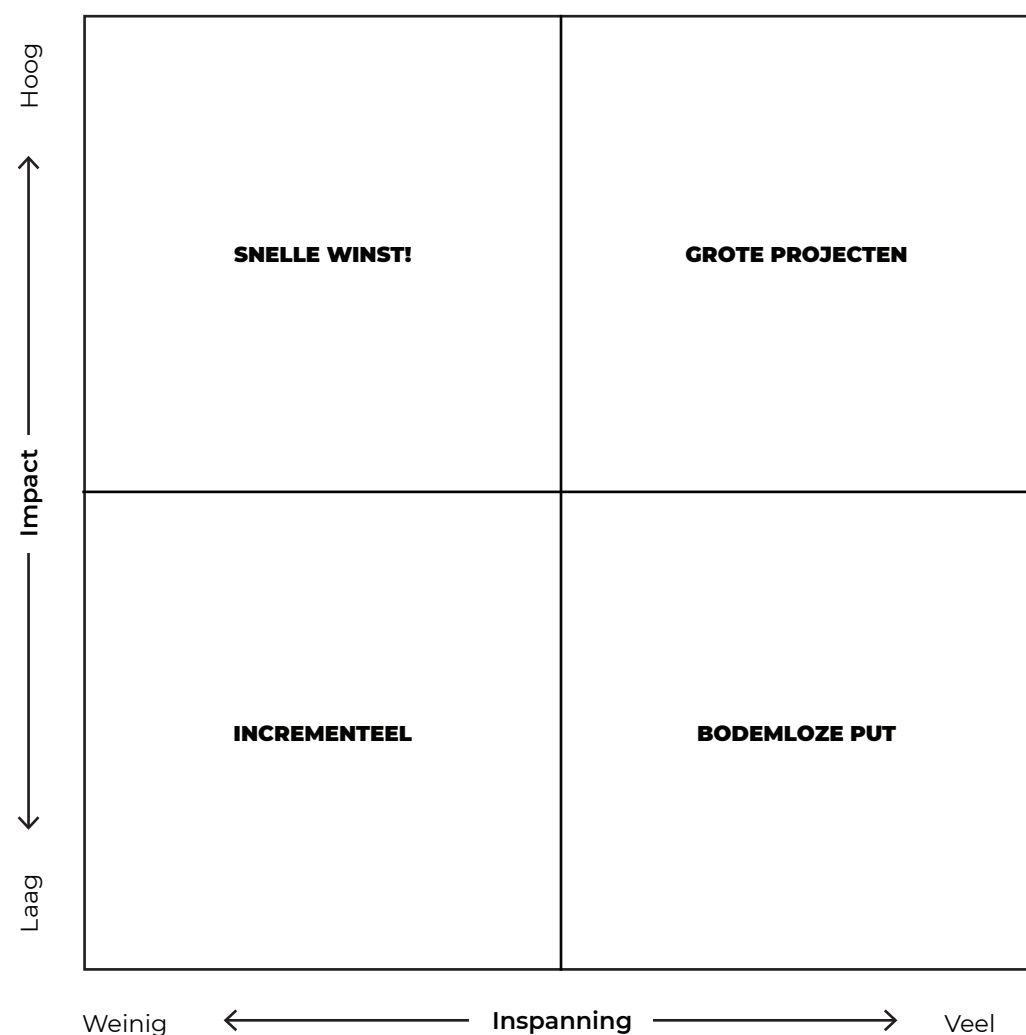
De (eventueel) negatieve gevolgen die we als bedrijf zullen ervaren:

Opdracht 11. De Impact & Inspanning bepalen



PLOT

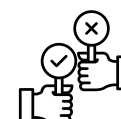
Voordat je gaat inspelen op de kans is het goed de impact and inspanning te bepalen. Bepaal op basis van de impact (wat levert het inspelen op deze kans op voor het bedrijf) en wat is de inspanning die ervoor nodig is. Op basis van de assen-stelstel zet een kruis waar jij denkt dat de kans plaatstvindt:



INSPANNING

Welke inspanning we moeten leveren om in te spelen op deze kans:
Wie deze inspanning moet leveren:

Denk hierbij aan geld, tijd, en FTE



BESLISSERS

Naast mij, wie moet beslissen of we gaan inspelen op deze kans:
Dit is waarover zij een beslissing moeten maken:
Dit is wat ik met hen moet bespreken zodat zij zo goed mogelijk een beslissing kunnen maken:

Opdracht 12. Go / No-Go Moment



BENODIGDHEDEN

Dit zijn de minimale vereiste benodigdheden wanneer we in gaan spelen op deze kans en een oplossing gaan uitwerken en testen:
Denk hierbij aan tijd / mensen / budget / kennis / management support

Van de bovengenoemde benodigheden heb ik dit zelf tot mijn beschikking:

Van de bovengenoemde benodigheden moet ik dit met anderen afstemmen:



AFSTEMMING

Indien je naast jou anderen beslissers nodig hebt om te bepalen of we wel of niet gaan inspelen op deze kans en/of beschikking te hebben over de minimale vereisten benodigdheden, stem dan met elkaar het volgende af:

We hebben gezamenlijk besloten wel/niet in te spelen op deze kans, omdat:
.....
.....
.....

We hebben gezamenlijk besloten de volgende middelen beschikbaar te stellen:
.....
.....
.....



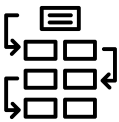
GO / NO-GO

Dan is nu het beslismoment. Je hebt gekeken of de benodigheden beschikbaar zijn en (indien van toepassing) of beslissers aan boord zijn en/of de benodigde middelen willen bieden. Maak op basis hiervan een overwogen beslissing.

Ik ga door, want:
.....
.....
.....

Ik ga niet door, want:
.....
.....
.....

Plan van aanpak “Oplossing”

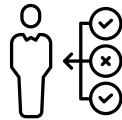


PLANNING

Welke stappen moeten we ondernemen:
Wat is de datum van het volgende beslismoment:
Wie zijn de genodigden voor het volgende beslismoment:
Wat is het resultaat dat wordt besproken bij het volgende beslismoment:

Vandaag:

Volgend beslismoment:



VERANTWOORDELIJKHEDEN

De verantwoordelijkheden (en rollen binnen het team) die er zijn:



VERWACHTINGEN

De verwachtingen die er zijn over de oplossing en het testen hiervan:
De vereisten die er zijn voor de oplossing en het testen hiervan:

