COCORECO

Klant 360°

Uitgebreid voorbeeldrapport

FICTIEVE DATA · GEEN ECHTE KLANTEN

Fictieve evaluatie van een product en bijbehorende dienstverlening bij Voorbeeldbedrijf. Vijftien klanten reageren: vijf gebruikers, vijf kopers en vijf dienstverleningsklanten. Eén optioneel intern referentiebeeld wordt apart getoond. Het voorbeeld toont een fictieve vervolgmeting naast een nulmeting met hetzelfde model en 15 klanten per meting. Groepen zijn niet individueel gekoppeld.

Evalueer producten en dienstverlening vanuit verschillende klantperspectieven. 96 vragen in twaalf domeinen maken zichtbaar wat waarde oplevert, waar de ervaring uiteenloopt en welke verbeteringen prioriteit verdienen.

96 vragen · 12 domeinen · 15 klanten

Eigen vragen en vertalingen zijn niet psychometrisch gevalideerd of genormeerd. Resultaten zijn ervaringen van de reagerende klanten, geen representatief marktonderzoek, productaudit of bewijs van oorzaak en gevolg.

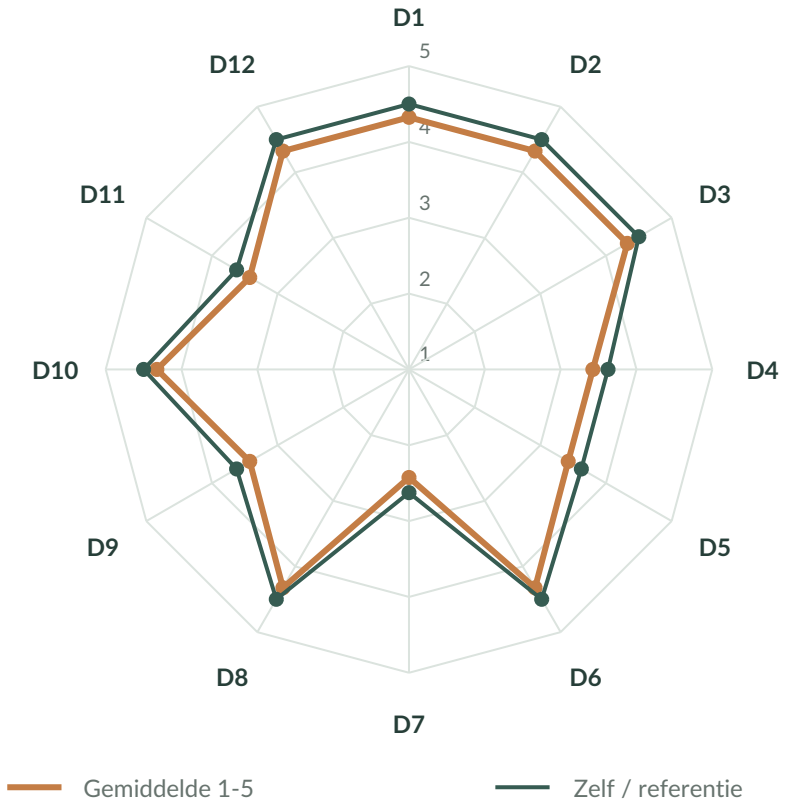
COCORECO | FICTIEF VOORBEELD

Totaalprofiel

n=15 | Schaal 1-5 | Model customer-360-1.0

Uitgenodigd: 15 | 100%

Lees gemiddelde en spreiding samen. Gebruik concrete werkvoorbeelden voor interpretatie.



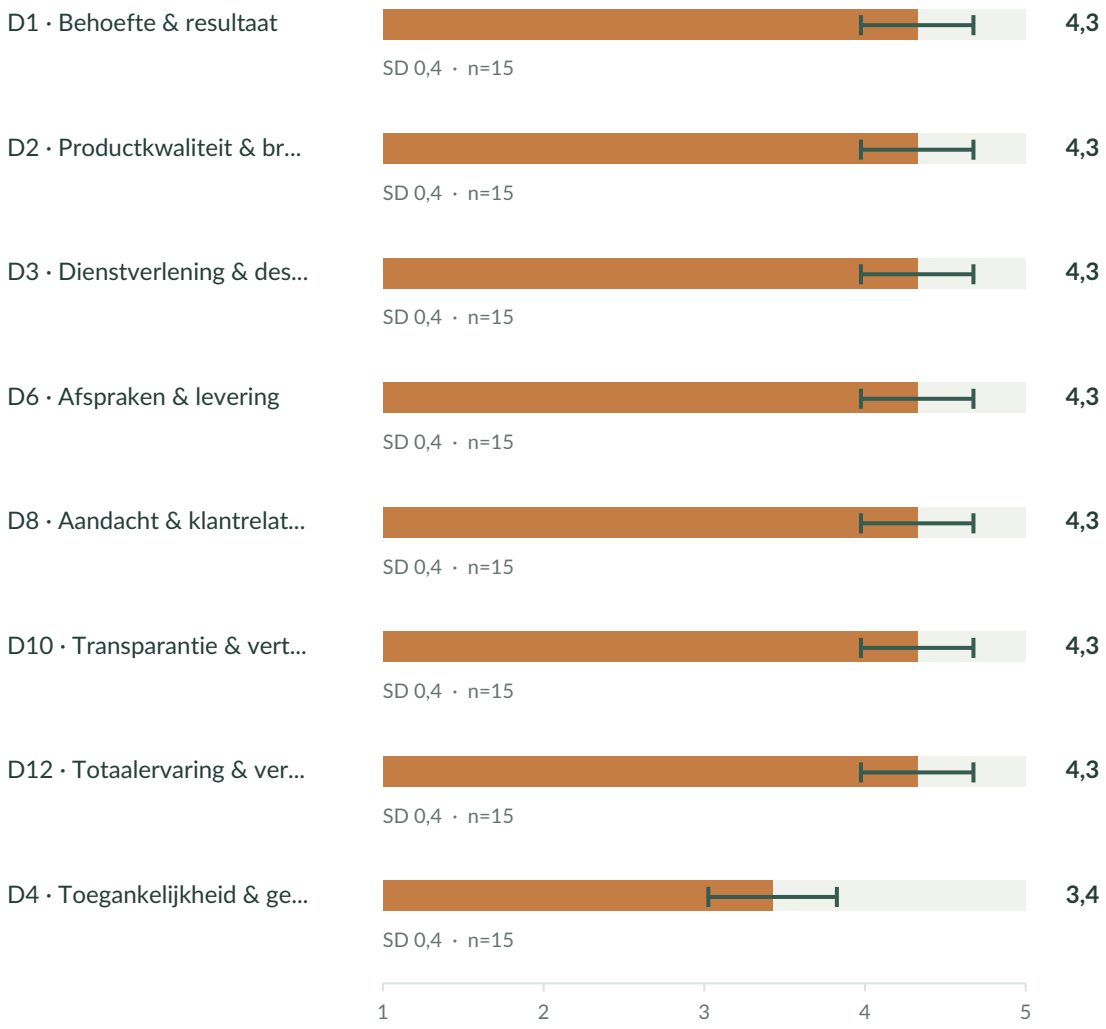
Vaste asvolgorde. Vergelijk domeinscores, niet de oppervlakte van de radar. D-codes verwijzen naar de tabel hieronder.

Gemiddelde en spreiding per domein

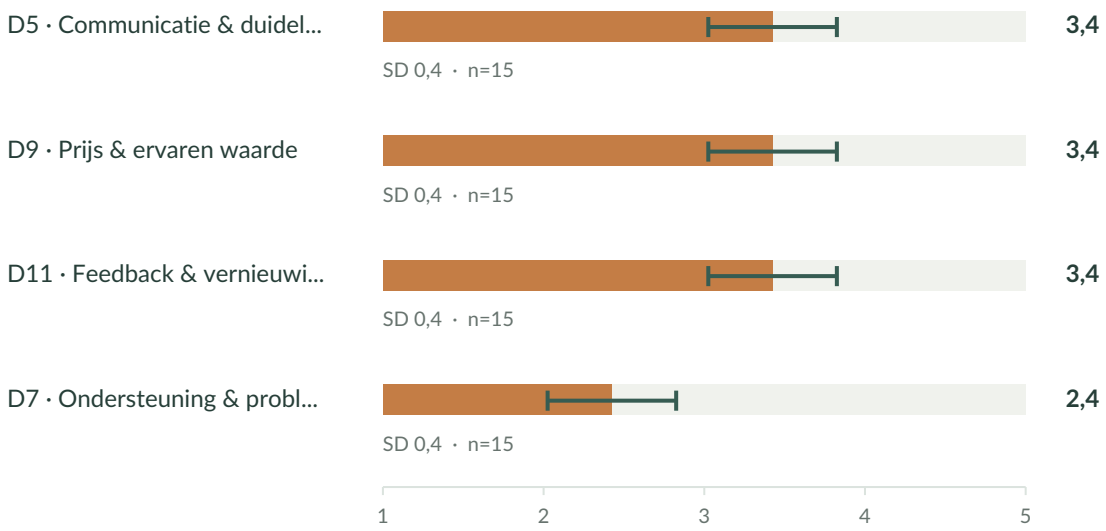
Code / deelgebied	Gemiddelde	SD	n
D1 | Behoefte & resultaat	4,3	0,4	15
D2 | Productkwaliteit & bruikbaarheid	4,3	0,4	15
D3 | Dienstverlening & deskundigheid	4,3	0,4	15
D4 | Toegankelijkheid & gebruiksgemak	3,4	0,4	15
D5 | Communicatie & duidelijkheid	3,4	0,4	15
D6 | Afspraken & levering	4,3	0,4	15
D7 | Ondersteuning & probleemoplossing	2,4	0,4	15
D8 | Aandacht & klantrelatie	4,3	0,4	15
D9 | Prijs & ervaren waarde	3,4	0,4	15
D10 | Transparantie & vertrouwen	4,3	0,4	15
D11 | Feedback & vernieuwing	3,4	0,4	15
D12 | Totaalervaring & vervolg	4,3	0,4	15

COCORECO | FICTIEF VOORBEELD

Sterktes en ontwikkelpunten



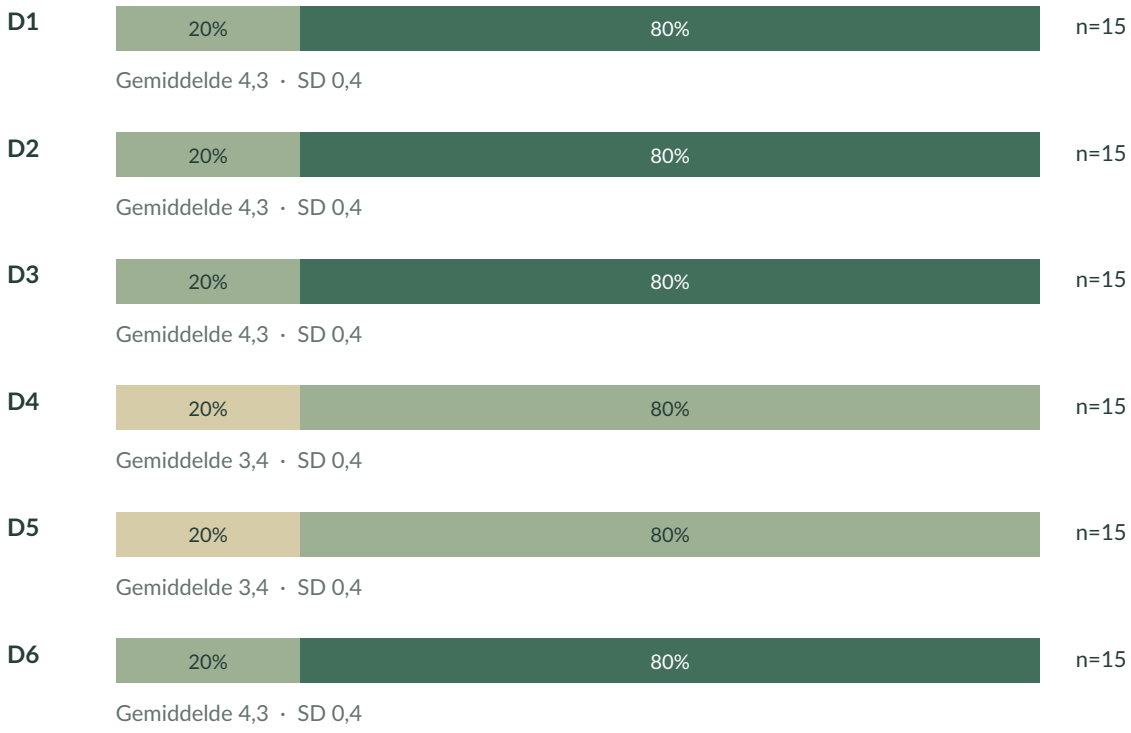
Verdiepend rapport - vervolg



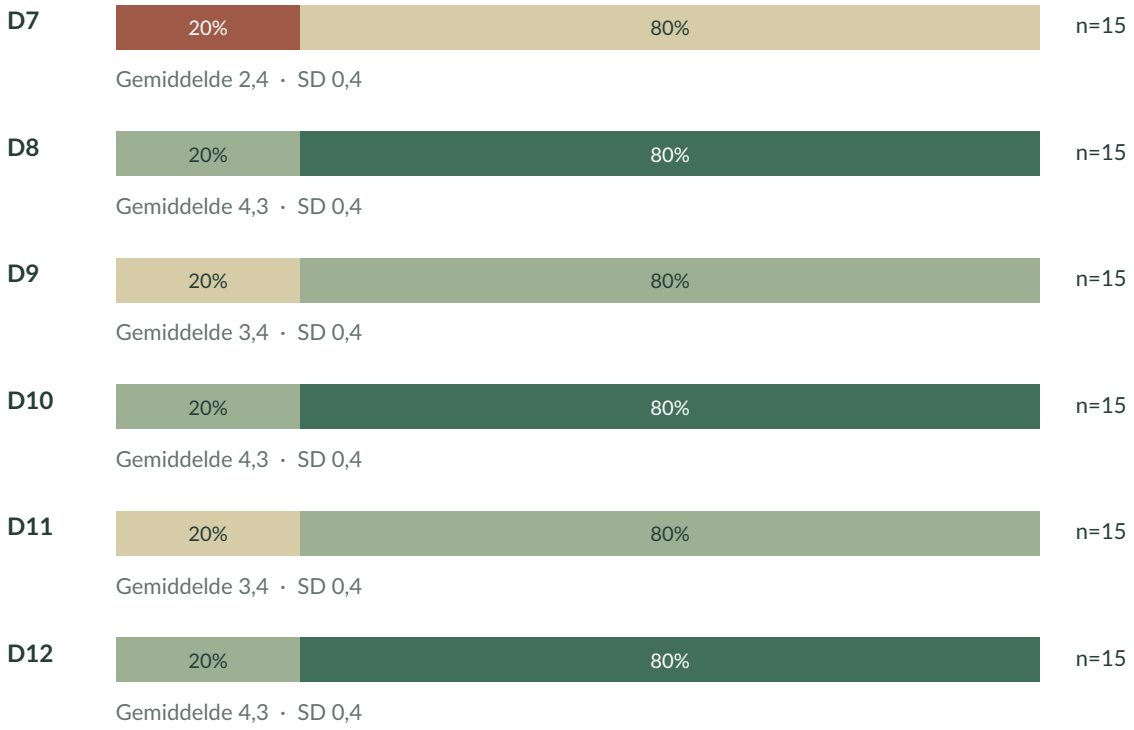
Aflopende gemiddelden. Streepjes = gemiddelde +/- 1 SD, begrensd op de schaal; geen betrouwbaarheidsinterval of significantietoets. Relatief sterk betekent niet automatisch voldoende; laag betekent niet automatisch een tekort.

Populatie-SD van individuele domeingemiddelden. Grote spreiding kan op verschillende ervaringen wijzen. Er zijn geen individuele resultaten of herleidbare filters beschikbaar.

Antwoordverdeling en spreiding



Verdiepend rapport - vervolg



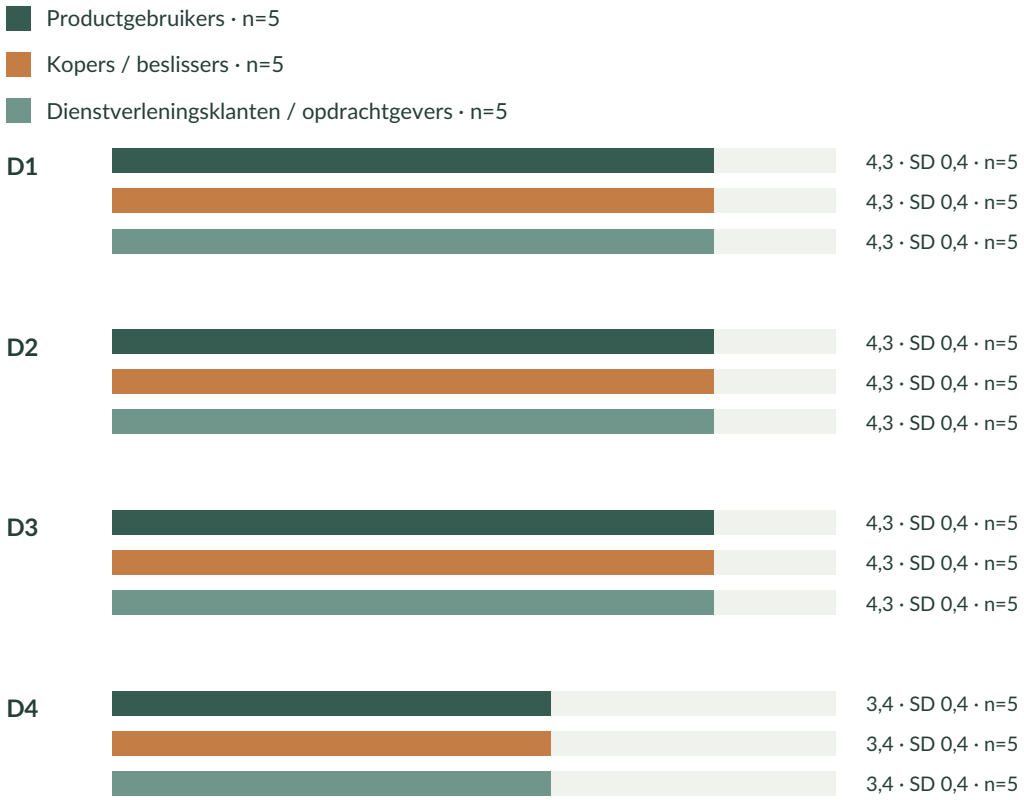
Vijf gelijke intervallen over de schaal. Elk domeingemiddelde van een respondent telt eenmaal; de bovengrens valt alleen in het laatste interval.

Verdiepend rapport - vervolg

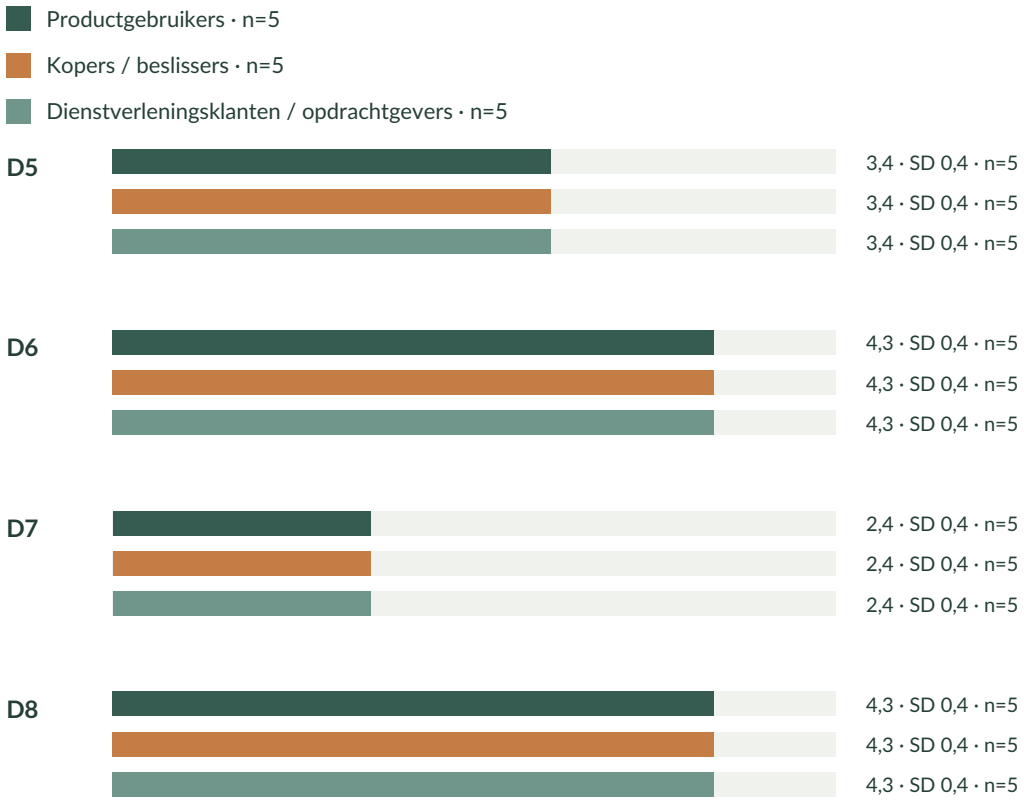
Deelgebied	1.0-1.8	1.8-2.6	2.6-3.4	3.4-4.2	4.2-5.0
D1	0	0	0	3	12
D2	0	0	0	3	12
D3	0	0	0	3	12
D4	0	0	3	12	0
D5	0	0	3	12	0
D6	0	0	0	3	12
D7	3	0	12	0	0
D8	0	0	0	3	12
D9	0	0	3	12	0
D10	0	0	0	3	12
D11	0	0	3	12	0
D12	0	0	0	3	12

Verschillen in perspectief

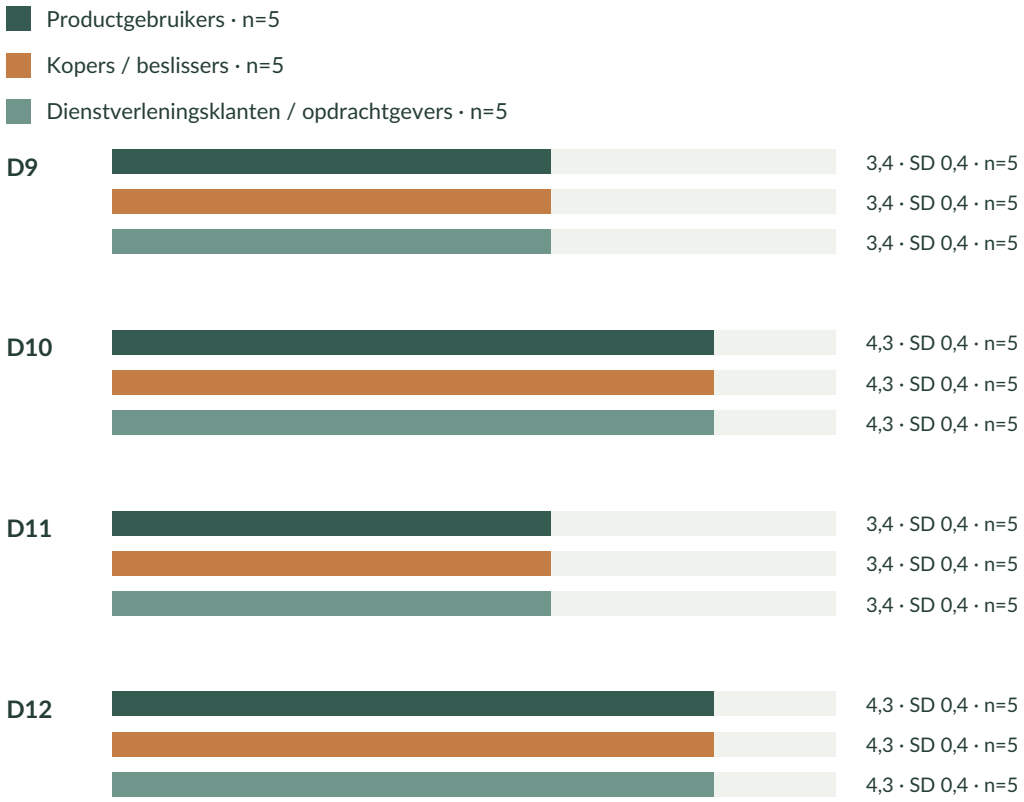
Minimaal 5 respondenten per niet-lege groep en geldig domein. Als één groep te klein is, wordt de volledige vergelijking afgeschermd.



Verdiepend rapport - vervolg



Verdiepend rapport - vervolg

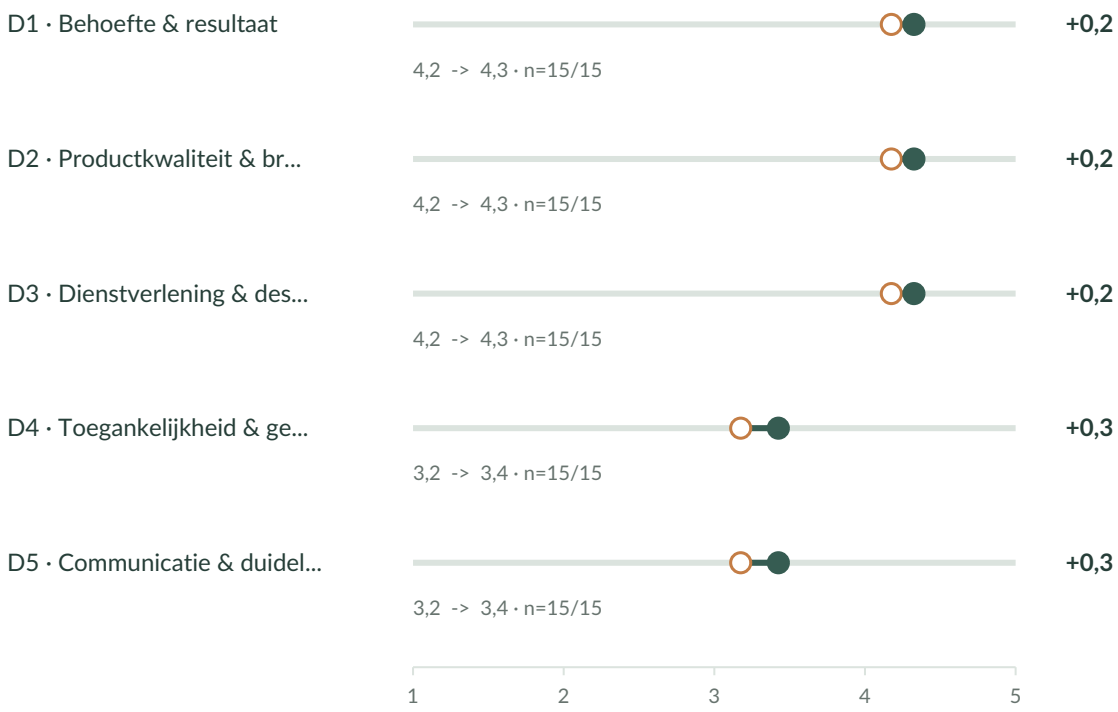


Groepsgrootte alleen garandeert geen volledige anonimiteit. Bespreek geen herkenbare individuele voorbeelden.

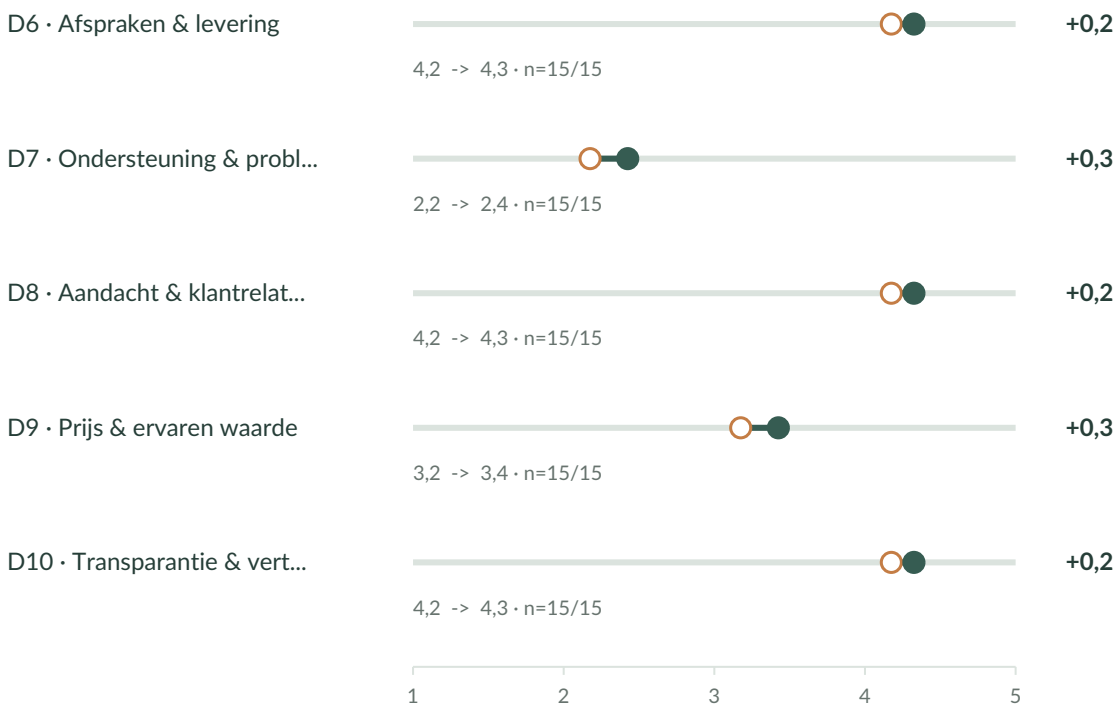
Vooruitgang

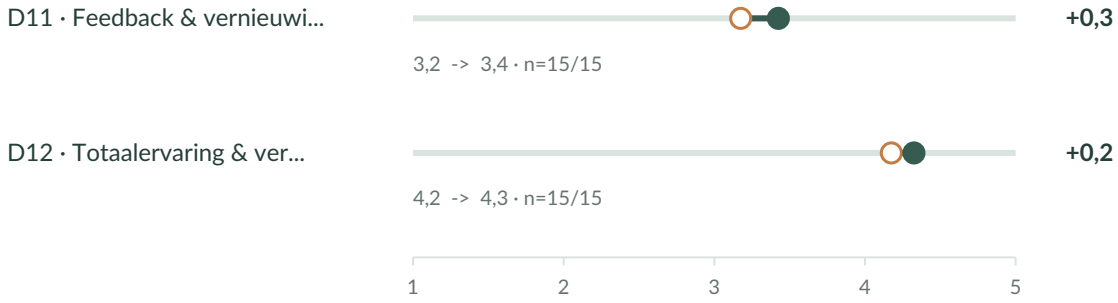
T0 | n=15 -> T1 | n=15

Open cirkel = nulmeting; volle cirkel = vervolgmeting.



Verdiepend rapport - vervolg





Verdiepend rapport - vervolg

Thema	Nulmeting | Gemiddelde / SD / n	Vervolgmeting | Gemiddelde / SD / n	Difference
D1	4,2 / 0,4 / 15	4,3 / 0,4 / 15	0,2
D2	4,2 / 0,4 / 15	4,3 / 0,4 / 15	0,2
D3	4,2 / 0,4 / 15	4,3 / 0,4 / 15	0,2
D4	3,2 / 0,4 / 15	3,4 / 0,4 / 15	0,3
D5	3,2 / 0,4 / 15	3,4 / 0,4 / 15	0,3
D6	4,2 / 0,4 / 15	4,3 / 0,4 / 15	0,2
D7	2,2 / 0,4 / 15	2,4 / 0,4 / 15	0,3
D8	4,2 / 0,4 / 15	4,3 / 0,4 / 15	0,2
D9	3,2 / 0,4 / 15	3,4 / 0,4 / 15	0,3
D10	4,2 / 0,4 / 15	4,3 / 0,4 / 15	0,2
D11	3,2 / 0,4 / 15	3,4 / 0,4 / 15	0,3
D12	4,2 / 0,4 / 15	4,3 / 0,4 / 15	0,2

Dezelfde vragen, taalversies, gewichten, omkeringen en scoring gecontroleerd. Niet individueel gekoppeld. Andere deelnemers, respons en omstandigheden kunnen verschil verklaren. Geen bewijs van een effect van paardencoaching.

COCORECO | FICTIEF VOORBEELD

Prioriteitenmatrix

Verwachte impact x haalbaarheid, beide 1-5. Beoordelingen komen uit het ontwikkelgesprek, niet uit testscore of een algoritmische voorspelling. Kies twee of drie thema's.

Fictief beoordeelde prioriteiten ter illustratie.



Rechtsboven: hoge impact en hoge haalbaarheid. Oranje: geselecteerd. Nog niet beoordeeld: nog niet geplot.

Verdiepend rapport - vervolg

Thema	Verwachte impact	Haalbaarheid	Gekozen
D1 | Behoefte & resultaat	3	2	-
D2 | Productkwaliteit & bruikbaarheid	4	2	-
D3 | Dienstverlening & deskundigheid	4	3	-
D4 | Toegankelijkheid & gebruiksgemak	4	4	Ja
D5 | Communicatie & duidelijkheid	5	3	Ja
D6 | Afspraken & levering	3	4	-
D7 | Ondersteuning & probleemoplossing	5	4	Ja
D8 | Aandacht & klantrelatie	2	4	-
D9 | Prijs & ervaren waarde	3	3	-
D10 | Transparantie & vertrouwen	4	5	-
D11 | Feedback & vernieuwing	2	2	-
D12 | Totaalervaring & vervolg	2	5	-

Van prioriteit naar actie

1. Toegankelijkheid & gebruiksgemak

Concreet gedrag: Doorloop zelf één volledige klantreis en laat een klant hetzelfde doen. Tel onnodige stappen en herhaling. Schrap één stap en vraag of dit werkelijk eenvoudiger is.

Eigenaar: Klantproceseigenaar

Evaluatiedatum: 2026-11-23

Zichtbaar effect: Toets dezelfde ervaring bij vijf klanten en bespreek concrete voorbeelden na twee weken.

2. Communicatie & duidelijkheid

Concreet gedrag: Herschrijf één klantbericht met resultaat, volgende stap, eigenaar en termijn. Laat drie klanten in eigen woorden uitleggen wat zij begrijpen.

Eigenaar: Klantproceseigenaar

Evaluatiedatum: 2026-11-23

Zichtbaar effect: Toets dezelfde ervaring bij vijf klanten en bespreek concrete voorbeelden na twee weken.

3. Ondersteuning & probleemoplossing

Concreet gedrag: Neem drie recente problemen door van eerste melding tot afronding. Wijs één eigenaar toe, formuleer een terugkoppeltermijn en vraag de klant expliciet of het opgelost is.

Eigenaar: Klantproceseigenaar

Evaluatiedatum: 2026-11-23

Zichtbaar effect: Toets dezelfde ervaring bij vijf klanten en bespreek concrete voorbeelden na twee weken.

Bespreek na twee weken wat zichtbaar veranderde. Bewaar ook wat goed werkt. Een vervolgmeting volgt alleen met hetzelfde vragen- en scoringsmodel.

Van domein naar verbetering

Behoefte & resultaat

Bespreek met drie klanten de gewenste uitkomst, hun huidige situatie en één gemist element. Pas één aanbodbelofte aan en toets die opnieuw.

Productkwaliteit & bruikbaarheid

Observeer met toestemming drie gewone gebruiksmomenten. Noteer fouten, onduidelijke instructies en herstelwerk. Verbeter één terugkerend knelpunt en test bij dezelfde taak.

Dienstverlening & deskundigheid

Leg voor één dienst vast wat een klant minimaal mag verwachten, wie de overdracht bewaakt en hoe het resultaat wordt gecontroleerd. Toets dit bij drie opdrachten.

Toegankelijkheid & gebruiksgemak

Doorloop zelf één volledige klantreis en laat een klant hetzelfde doen. Tel onnodige stappen en herhaling. Schrap één stap en vraag of dit werkelijk eenvoudiger is.

Communicatie & duidelijkheid

Herschrijf één klantbericht met resultaat, volgende stap, eigenaar en termijn. Laat drie klanten in eigen woorden uitleggen wat zij begrijpen.

Afspraken & levering

Volg twee weken alle beloftes voor één klantproces op: datum, eigenaar, afwijking en bericht aan de klant. Verbeter één terugkerende oorzaak van niet-nakomen.

Ondersteuning & probleemoplossing

Neem drie recente problemen door van eerste melding tot afronding. Wijs één eigenaar toe, formuleer een terugkoppeltermijn en vraag de klant expliciet of het opgelost is.

Aandacht & klantrelatie

Vraag drie klanten een moment te beschrijven waarop zij zich wel of niet gehoord voelden. Oefen één luistergedrag en vraag bij een volgend contact naar het effect.

Prijs & ervaren waarde

Leg één offerte naast het uiteindelijke resultaat en de factuur. Bespreek met de klant wat waarde had, wat ontbrak en welke kosten onduidelijk waren. Verbeter de toelichting.

Transparantie & vertrouwen

Kies drie veelgebruikte beloftes of voorwaarden. Vraag klanten wat zij daaruit begrijpen en vergelijk dit met de uitvoering. Verduidelijk één verschil zonder het mooier te maken.

Feedback & vernieuwing

Kies één terugkerende klantvraag, test een kleine verbetering met enkele klanten en koppel terug wat is aangepast. Meet het effect op diezelfde ervaring.

Totaalervaring & vervolg

Bespreek het totaalbeeld naast de afzonderlijke domeinen. Kies maximaal twee verbeteringen met eigenaar en datum. Vraag bij een volgende meting opnieuw naar dezelfde ervaring, zonder een verband met omzet te veronderstellen.

Methode en bronnen

Schaal 1–5, gelijk gewogen items. Minimaal 6 van 8 antwoorden per domein en 5 bruikbare klantreacties per domein. Niet te beoordelen telt niet als nul. Toon gemiddelde, SD en n. Intern referentiebeeld is optioneel en apart. Geen NPS of normvergelijking.

Eigen domeinmodel voor klantervaring over de hele klantreis, inhoudelijk geïnformeerd door customer-journeyonderzoek en klantgericht verbeteren. Geen SERVQUAL-, NPS- of ISO-meetinstrument en geen certificatie.

Eigen vragen en vertalingen zijn niet psychometrisch gevalideerd of genormeerd. Resultaten zijn ervaringen van de reagerende klanten, geen representatief marktonderzoek, productaudit of bewijs van oorzaak en gevolg.

Lemon & Verhoef (2016) · Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey

https://doi.org/10.1509/jm.15.0420

ISO · Quality management principles: customer focus and improvement

https://www.iso.org/iso/pub100080.pdf