Vak: Journey mapping — credits: 5

Vakcode	ORVB26JMP
Naam	Journey mapping
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	L.A. Coene

Werkvormen	Hoorcollege Practicum / Training Werkcollege
Toetsen	Journey mapping Theorie - Computer, organisatie ToetsCentrum ourney mapping Groepsopdracht CJM eindproduct - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:

De student:

- begrijpt de rol van de Chief Research Officer en welke verantwoordelijkheden deze heeft ten opzichte van de andere rollen;
- Heeft kennis van de theorie van het Customer Journey mapping, en is in staat deze theorie toe te passen
- Is in staat op basis van de theorie een Customer Journey map te ontwerpen
- Is in staat op basis van kwalitatief onderzoek de Customer Journey map te optimaliseren
- is in staat om in teamverband primair, kwalitatief onderzoek op te zetten en uit te voeren ten behoeve van een afgekaderde informatiebehoefte;
- is in staat om kwantitatieve onderzoeksdata te analyseren en deze te vertalen naar passende en inzichtelijke resultaten;
- is in staat om kwantitatieve onderzoeksresultaten effectief te communiceren binnen een praktijkgerichte context middels een (visueel) beroepsproduct;
- is in staat om conclusies, adviezen en beroepsproducten te verantwoorden en transparant herleidbaar te maken naar onderzoeksinzichten waar ze op gebaseerd zijn;
- is in staat om te reflecteren op zijn eigen werk en zijn ontwikkeling;
- is in staat om een kwalitatieve onderzoeksopzet, de resultaten en het aanhangend beroepsproduct van een ander te beoordelen en te evalueren.

Inhoud

Inhoud:

Dit vak heet (Customer) Journey Mapping wat een sterk onderzoekend karakter heeft. De rol die aan deze activiteit is gekoppeld is daarom die van Chief Research Officer (CRO). Je ziet in de naam ook het begrip ‘customer’ staan, wat raakvlakken heeft met marketing. Je zult merken dat marketing in een zelfstandige onderneming een verbindende factor kan zijn tussen meerdere rollen. Desalniettemin heeft iedere rol zijn eigen taken en verantwoordelijkheden. Volgens het basisboek Customer Journey (Slooten et al., 2016) is de customer journey of klantreis... “...het wisselende belevingspatroon van de klant gedurende de periode dat hij contact heeft met een organisatie.” Deze definitie betrekt ook de beleving van de klant voorafgaand aan het eerste contact met de organisatie in een koopcyclus en de beleving van de klant na het voltooien van een koopcyclus.

In de context van je eigen bedrijf, een studentbedrijf of een externe opdrachtgever voer je een kwalitatief belevingsonderzoek uit. Dit belevingsonderzoek geeft vervolgens inzichten waarmee je de klantreis kunt ontwikkelen. Een klantreis heeft tot doel om het aankoopbeslissingsproces van de klant positief te beïnvloeden zodat waarde voor de klant en klantloyaliteit kan worden vergroot.

De customer journey map is het beroepsproduct waar we naartoe werken. Dit is een visueel, managementdocument met daarin alle relevante inzichten van de klantreis overzichtelijk en aantrekkelijk weergegeven. Tijdens de ontwikkeling van dit beroepsproduct houd je een logboek bij waarin keuzes worden beschreven en verantwoord.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Ondernemerschap & Retail Management

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.