



# Customer Centric **Index**

[www.customercentricindex.com](http://www.customercentricindex.com)

The logo consists of a stylized bar chart with four bars of increasing height from left to right. A white line graph is overlaid on the bars, starting at the top of the first bar, dipping below the second bar, and then rising to the top of the fourth bar. The bars and line are in shades of blue.

# Customer Centric Index

**Het bezoekersonderzoek dat u helpt te achterhalen wat de echte ervaring van bezoekers op uw website, app of intranet is.**

Bezoekers vertellen u op welke gebieden u excelleert en wat u dient te verbeteren voor een betere online gebruikerservaring.

## Factoren van klantgerichtheid

Op basis van 12 jaar onderzoek hebben Gerry McGovern en zijn team 13 factoren geïdentificeerd die van cruciaal belang zijn voor een goede gebruikservaring op uw website, app en intranet.

De Customer Centric Index (CCI):

- een online vragenlijst die bezoekers in 1 minuut invullen;
- een verbeter- & optimalisatiestappenplan gebaseerd op feiten;
- maximaal resultaat door uw kostbare tijd & middelen efficiënt in te zetten dankzij een heldere prioritering.

## Methodiek

In de Customer Centric Index (CCI) krijgen bezoekers een lijst met 26 stellingen gepresenteerd, zoals *“Behulpzame zoekresultaten”*. Er wordt bezoekers gevraagd de voor hun belangrijkste 3 stellingen te selecteren. Er worden simpele termen gebruikt die de bezoeker kan begrijpen. Elke positieve stelling heeft ook een negatieve tegenhanger, zoals *“Slechte zoekresultaten”*.

De in totaal 26 stellingen zijn op te delen in de volgende 3 categorieën:

- 1) Inhoud
- 2) Sociaal
- 3) Gebruiksgemak

## Categorie 1: Inhoud

*Hoe beoordelen bezoekers de inhoud van uw website? Is de informatie up-to-date, werken alle links, ontbreekt er informatie, wordt er gebruik gemaakt van vakjargon?*

| Factor       | Positieve stelling   | Negatieve stelling           |
|--------------|----------------------|------------------------------|
| Actualiteit  | Actuele informatie   | Verouderde informatie        |
| Accuraatheid | Accurate informatie  | Inaccurate informatie        |
| Volledigheid | Volledige informatie | Onvolledige informatie       |
| Taalgebruik  | Gewone taal          | Vol met jargon, bedrijfstaal |

## Categorie 2: Sociaal

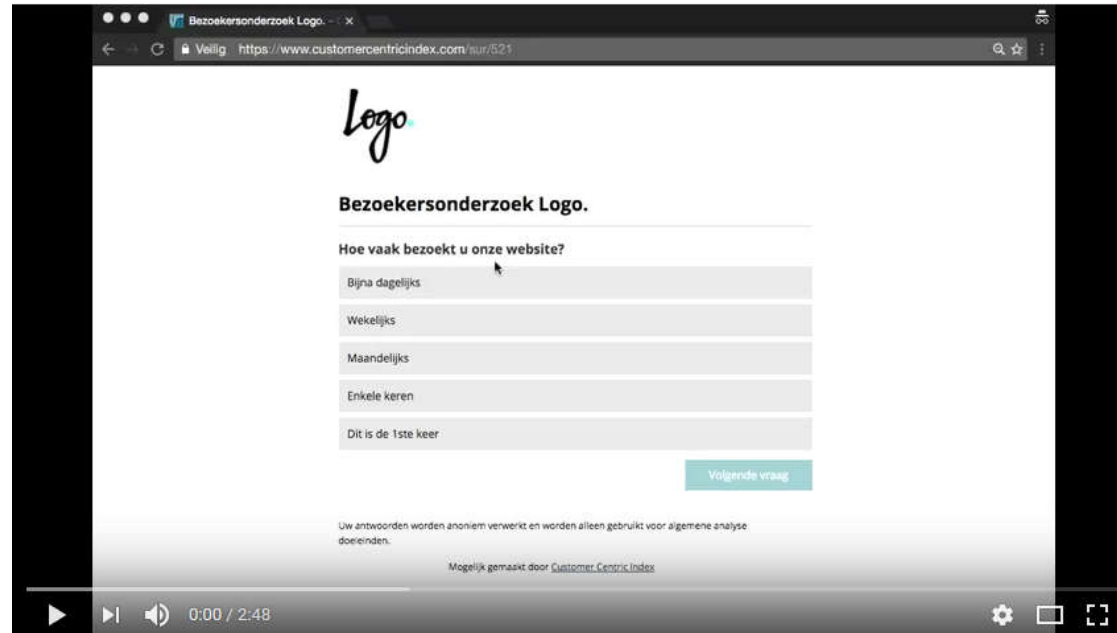
*Is het eenvoudig om contact op te nemen met medewerkers? Hoe wordt er gecommuniceerd en is er sprake van user-generated content?*

| Factor        | Positieve stelling                             | Negatieve stelling                               |
|---------------|--|--|
| Contact       | Makkelijk personen te bereiken                 | Moeilijk personen te bereiken                    |
| Participatie  | Makkelijk om deel te nemen / feedback te geven | Moeilijk om deel te nemen / feedback te geven    |
| Open          | Geeft mij de feiten / transparant              | Misleidend, niet transparant                     |
| Aanbevelingen | Heeft beoordelingen, reviews, aanbevelingen    | Heeft geen beoordelingen, reviews, aanbevelingen |

### Categorie 3: Gebruiksgemak

*Is de website eenvoudig te gebruiken, de informatie toegankelijk / vindbaar?  
Hoe zit het met de leesbaarheid en de algemene look & feel?*

| Factor    | Positieve stelling                  | Negatieve stelling                |
|-----------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| Zoeken    | Behulpzame zoekresultaten           | Slechte zoekresultaten            |
| Navigatie | Duidelijke menu's en links          | Verwarrende menu's en links       |
| Indeling  | Simpele opmaak / makkelijk te lezen | Drukke opmaak / moeilijk te lezen |
| Ontwerp   | Ziet er aantrekkelijk uit           | Ziet er onaantrekkelijk uit       |
| Snelheid  | Snel om dingen te doen              | Traag om dingen te doen           |



Op een desktop:

<https://www.youtube.com/watch?v=jV6RNDm6mcE>

Op een mobiele telefoon:

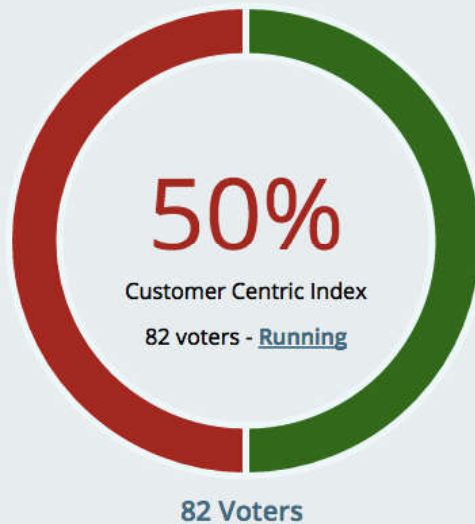
<https://www.youtube.com/watch?v=e84mYeKaZW4>

Vragenlijst in de browser:

<https://customercentricindex.com/s/321/a85d7897481561679542ed0c73dff69e>



## Customer Centric Index Score



### Take Action Top 3

Looks unattractive / unappealing

Confusing menus and links

Full of jargon, corporate speak

[View all](#)

*De beheeromgeving van de Customer Centric Index is volledig Engelstalig. De vragenlijst zelf is beschikbaar in verschillende talen, waaronder het Nederlands (in de je en uw-vorm).*

| FACTOR                        | DETRACTORS | PROMOTERS  | TAKE ACTION |
|-------------------------------|------------|------------|-------------|
| <b>Content</b>                |            |            |             |
| Up-to-date                    | 2 %        | 5.7 %      | 3           |
| Accurate                      | 2.8 %      | 4.5 %      | 5           |
| Complete                      | 3.7 %      | 7.7 %      | 6           |
| Language                      | 6.1 %      | 5.7 %      | 12          |
| <b>Social</b>                 |            |            |             |
| Contact                       | 3.7 %      | 4.1 %      | 7           |
| Feedback                      | 3.3 %      | 1.2 %      | 7           |
| Transparency                  | 2.4 %      | 3.7 %      | 4           |
| Ratings                       | 1.6 %      | 0.8 %      | 3           |
| <b>design</b>                 |            |            |             |
| Search                        | 2 %        | 5.7 %      | 3           |
| Menus & links                 | 5.7 %      | 1.2 %      | 13          |
| Layout                        | 5.3 %      | 3.3 %      | 11          |
| Look & feel                   | 7.7 %      | 1.6 %      | 17          |
| Speed                         | 4.1 %      | 4.5 %      | 8           |
| <b>Customer Centric Index</b> | <b>50%</b> | <b>50%</b> | <b>100%</b> |

## Verbeterpunten

Bezoekers ergeren zich het meeste aan:

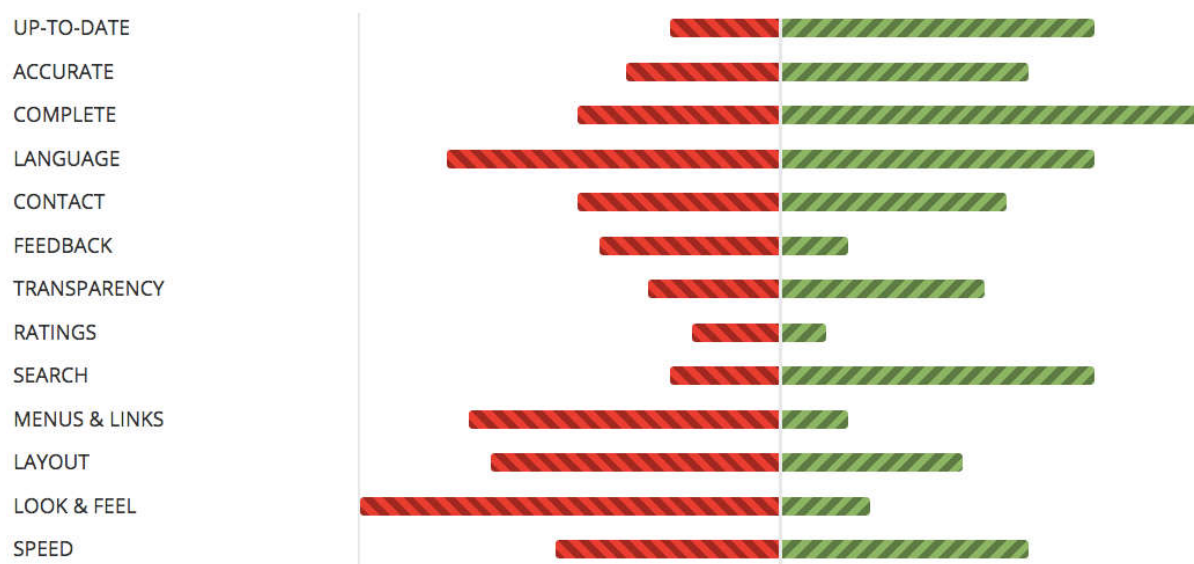
- 1) Het ontwerp** (Take Action score: 17)
- 2) Verwarrende menu's & links** (Take Action score: 13)
- 3) Taalgebruik** (Take Action score: 12)

Als u 100 uur de tijd heeft voor het verbeteren van de website, dan zouden bezoekers willen dat u **17 uur** besteedt aan het verbeteren van het ontwerp, **13 uur** aan de navigatiestructuur en **12 uur** aan taalgebruik / woordkeuze.

De Take Action score wordt berekend op basis van meerdere factoren (o.a. aantal stemmen, aantal negatieve stemmen en de verhouding van positieve versus negatieve stemmen).

## Positief versus negatieve stellingen

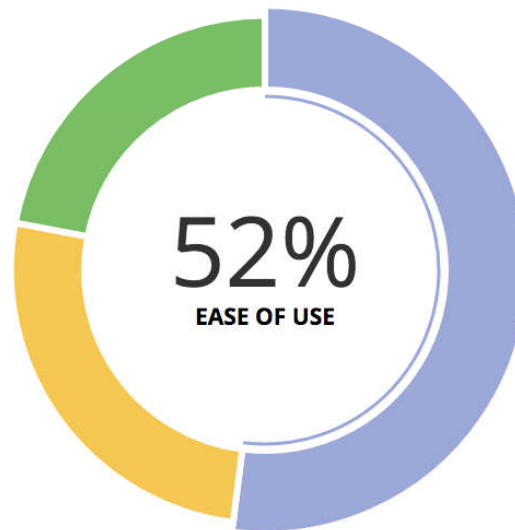
Bezoekers geven aan dat ze de de informatie volledig en up-to-date vinden en de resultaten van de zoekfunctie op waarde kunnen schatten.



Tabel: Voorbeeld van de *Voting Spread*: het aantal positieve en negatieve stemmen per stelling.

## Categorieën

De resultaten van de Customer Centric Index tonen aan dat u vooral dient te werken aan het gebruiksgemak van de website (navigatiestructuur, ontwerp, leesbaarheid & snelheid).



EASE OF USE ■ CONTENT ■ SOCIAL

## Segmentatie

U kunt segmentatievragen toevoegen (bv. *“Met welk apparaat bezoekt u meestal onze website?”*, *“Bent u klant van bedrijf X?”*). De CCI stelt een stappenplan op per specifieke doelgroep. U kunt naar eigen inzicht open vragen toevoegen en op basis hiervan segmenteren.

### In welke rol bezoekt u de website?

| ANSWER               | VOTERS    | PERCENT     |
|----------------------|-----------|-------------|
| Klant van Logo.      | 35        | 43%         |
| Geen klant van Logo. | 47        | 57%         |
| <b>TOTAL</b>         | <b>82</b> | <b>100%</b> |

Afbeelding: Voorbeeld van een segmentatievraag.

### Klant van Logo.

| FACTOR                        | DETRACTORS | PROMOTERS  | TAKE ACTION |
|-------------------------------|------------|------------|-------------|
| <b>Content</b>                |            |            |             |
| Up-to-date                    | 1.9 %      | 5.7 %      | 2.4         |
| Accurate                      | 4.8 %      | 3.8 %      | 8.8         |
| Complete                      | 6.7 %      | 5.7 %      | 12.3        |
| Language                      | 7.6 %      | 4.8 %      | 14.5        |
| <b>Social</b>                 |            |            |             |
| Contact                       | 2.9 %      | 5.7 %      | 4.4         |
| Feedback                      | 2.9 %      | 1.9 %      | 5.4         |
| Transparency                  | 5.7 %      | 3.8 %      | 10.8        |
| Ratings                       | 1 %        | 0 %        | 2           |
| <b>Ease of use</b>            |            |            |             |
| Search                        | 1.9 %      | 4.8 %      | 2.6         |
| Menus & links                 | 5.7 %      | 1 %        | 11.6        |
| Layout                        | 2.9 %      | 3.8 %      | 4.9         |
| Look & feel                   | 5.7 %      | 1 %        | 11.6        |
| Speed                         | 4.8 %      | 3.8 %      | 8.8         |
| <b>Customer Centric Index</b> | <b>54%</b> | <b>46%</b> | <b>100</b>  |

### Take Action Scores van klanten

In dit voorbeeld vinden klanten dat u zich dient te focussen op:

1. Taalgebruik
2. Informatievoorziening
3. Menu's & links
4. Ontwerp

### Geen klant van Logo.

| FACTOR                        | DETRACTORS | PROMOTERS  | TAKE ACTION |
|-------------------------------|------------|------------|-------------|
| <b>Content</b>                |            |            |             |
| Up-to-date                    | 2.1 %      | 5.7 %      | 3.5         |
| Accurate                      | 1.4 %      | 5 %        | 2           |
| Complete                      | 1.4 %      | 9.2 %      | 0.7         |
| Language                      | 5 %        | 6.4 %      | 10.1        |
| <b>Social</b>                 |            |            |             |
| Contact                       | 4.3 %      | 2.8 %      | 9.4         |
| Feedback                      | 3.5 %      | 0.7 %      | 8.3         |
| Transparency                  | 0 %        | 3.5 %      | 0           |
| Ratings                       | 2.1 %      | 1.4 %      | 4.7         |
| <b>Ease of use</b>            |            |            |             |
| Search                        | 2.1 %      | 6.4 %      | 3.3         |
| Menus & links                 | 5.7 %      | 1.4 %      | 13.2        |
| Layout                        | 7.1 %      | 2.8 %      | 16.2        |
| Look & feel                   | 9.2 %      | 2.1 %      | 21.5        |
| Speed                         | 3.5 %      | 5 %        | 7.1         |
| <b>Customer Centric Index</b> | <b>48%</b> | <b>52%</b> | <b>100</b>  |

### Take Action Scores van niet-klanten

Niet-klanten vinden andere zaken belangrijk:

1. Design
2. Leesbaarheid
3. Menu's & links
4. Taalgebruik



## Take Action scores per doelgroep

De Customer Centric Index stelt u in staat om:

- Score & Take Action te bepalen op basis van hoe vaak iemand de website bezoekt;
- Score & Take Action te bepalen op basis van de gebruikte apparaatcategorie. Ervaring leert dat er vaak grote verschillen zijn tussen desktop/laptop en smartphone gebruikers;
- Score & Take Action te bepalen op basis van eigen vragen. Bijvoorbeeld of de bezoeker klant is of niet. Er zijn vaak grote verschillen in informatiebehoefte en dus de Take Action.

## Vergelijken

De Customer Centric Index stelt u in staat om:

- Periodiek de klantgerichtheid te meten en deze CCI score als management KPI te hanteren;
- Naar eigen inzicht extra (open) vragen toe te voegen voor verdere segmentatie.

### **Vergelijken met concullega's** (€300,- excl. btw per jaar)

- Uw resultaten vergelijken met deze van concullega's in dezelfde branche (geanonimiseerd). U komt te weten op welke factoren u marktconform presteert, ondermaats of een voorloper bent;
- Vergelijken gebeurt op basis van de Customer Centric Index score alsmede de categorieën en zelfs individuele stellingen.

## Functionaliteiten

- Aanmaken van meerdere uitnodigingslinks voor het bezoekersonderzoek (op basis waarvan u data kunt segmenteren);
- Flexibel ontwerp van de vragenlijst (logo, kleurgebruik, teksten, statusbar, titel, disclaimer)
- Meerdere type vragen (open, single-choice, multiple choice) met opties (verplicht/optioneel, antwoordopties in willekeurige volgorde tonen, aantal antwoorden);
- Vraaglogica (indien antwoord X, toon vervolgens vraag Z);
- Uitnodigen van bezoekers voor deelname aan toekomstig onderzoek;
- Bezoekers toestaan een of meerdere keren te laten deelnemen;
- Samenvoegen van resultaten van meerdere bezoekersonderzoeken;
- Exporteren van open tekst-antwoorden en persoonlijke gegevens.

## Technische specificaties

- Mobile first ontwerp, geoptimaliseerd voor mobiel gebruik;
- Data opgeslagen op Nederlandse servers (Amsterdam);
- Beveiligende extended SSL certificaat met encryptie van data;
- Dagelijkse back-up van onderzoeksresultaten;
- Fallback services voor 99,99% up-time garantie;

## Links & achtergrondinformatie

Customer Centric Index – gratis tool & uitleg

[www.customercentricindex.com](http://www.customercentricindex.com)

Customer Carewords (Gerry McGovern) over de Customer Centric Index

<http://www.customercarewords.com/services/customer-centric-index/>

‘Identify what your customers like – and don’t like!’ webinar door Gerry McGovern (Engelstalig) -

<https://www.youtube.com/watch?v=OW-J2cqH4tA>

Youtube video’s over o.a. de Customer Centric Index

[https://www.youtube.com/results?search\\_query=customer+centric+index](https://www.youtube.com/results?search_query=customer+centric+index)

Customer Centric Index Powerpoint presentatie (Engelstalig)

<http://www.customercarewords.com/webinars/ci.ppt>



**Maak een gratis account aan op [www.customercentricindex.com](http://www.customercentricindex.com).**

Neem voor vragen contact op met Guy Stratermans, 06-814 30 668 – [guy@digitaloptimizers.com](mailto:guy@digitaloptimizers.com).