

FACTSHEET GEWORSTEL

Beleving gebruiker	Zwoegen, waardevol maar lastig.
Houding gebruiker	Is in de kern wel positief, maar zal makkelijk met anderen spreken over zorgen en ingewikkelde situaties. Binding met het product, de dienst of het proces is gemiddeld, omdat het waardevol is.
Energie	Energieneutraal: kost veel energie, maar levert ook veel op.
Loyaliteit	Gemiddeld: gebruiker zal niet snel overstappen naar een soortgelijk product, dienst of proces, omdat het al veel energie gekost heeft. Gebruiker zal wel vertrekken als er een véél eenvoudiger alternatief komt met dezelfde waarde.
Markt	Kost energie om te verkopen. Door het ingewikkelde karakter vraagt het veel uitleg/toelichting om de waarde over te brengen.
Betaalbereidheid	Gebruiker is bereid om een prijs te betalen.
Waarde voor merk/organisatie	Gemiddeld: het product, de dienst of het proces levert door de waarde een actieve bijdrage aan de opbouw van het merk.
Mogelijkheden/kansen	Het product, de dienst of het proces is waardevol. Je kunt grote stappen zetten door het zoveel mogelijk te vereenvoudigen. Dat zal met name direct doorwerken in gebruikersbeleving, loyaliteit, marketing en betaalbereidheid.
Aandachtspunten	Vereenvoudigen is een intensief proces, waarbij intern weerstand kan optreden. Bijvoorbeeld omdat het werk overbodig kan maken, tegen bestaande regels en afspraken ingaat of anderszins impact heeft op de organisatie. Blijf vasthoudend en 'capituleer' niet voor suboptimale oplossingen.

'DE MOEITE WAARD'

