

# Customer Journey Mapping

## Toepasbaarheid in Nationale Parken

Maaïke Bergsma MSc.

Onderzoeker/docent Stenden ETFI, Leeuwarden

E: [maaïke.bergsma@stenden.com](mailto:maaïke.bergsma@stenden.com)



Stenden



*building resilience*

# Wie ben ik?

Ir. Maaike Bergsma

Onderzoeker en docent Stenden ETFI

Bezoekers beleving natuurgebieden

Ethiek en toerisme



Stenden



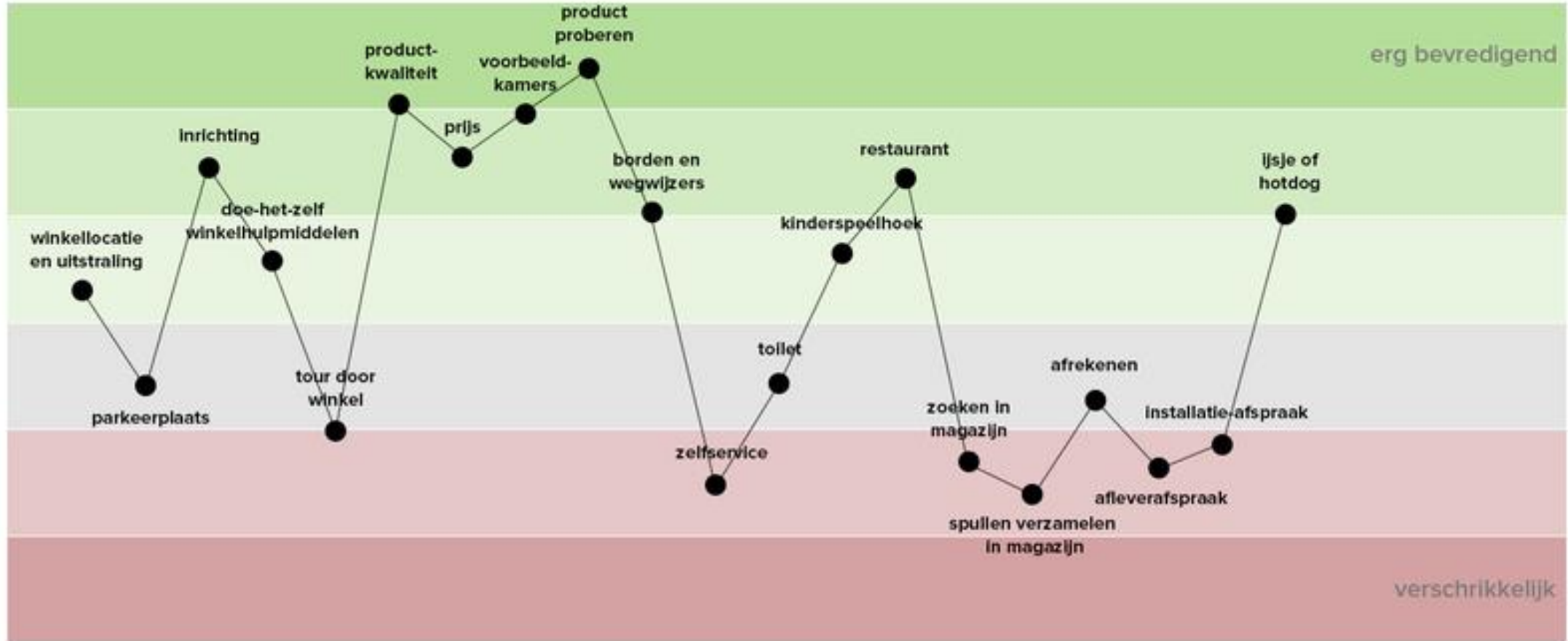
*building resilience*



# customer journey IKEA



klantbelevenis



interactiemomenten

Bron: TOTE-M



**Verwachtingen zijn  
toekomstige teleurstellingen.**

**OM  
DENKEN**

*Rik Handgraaf*



Stenden



*building resilience*

## MEET OUR FAMOUS FRIENDS

Rwanda is one of only three countries in the world where the critically endangered mountain gorillas live



Stenden



*building resilience*

# De weg kwijt?

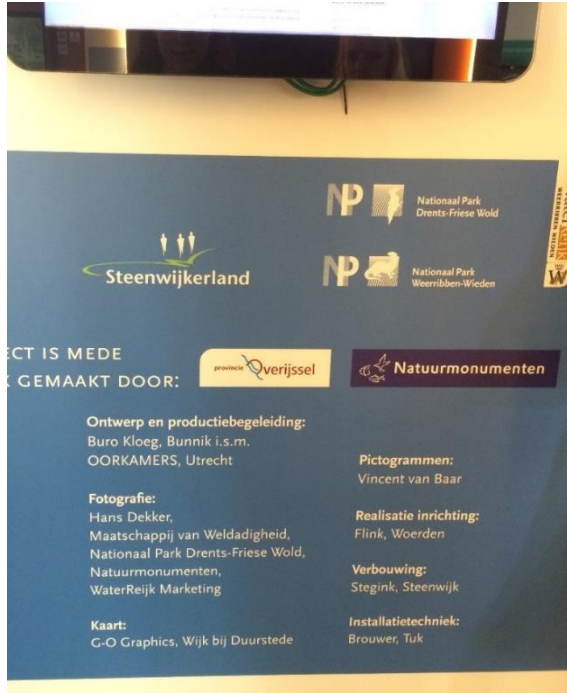
Is dit dan de oplossing?

Wolong Nature Reserve  
Sichuan Provincie, China









# NP Weerribben Wieden



# Mnt. Emei, Sichuan Provincie, China

# Kwaliteit en plaats

---



# Juiste plaats?

Jozani Chwaka Bay National Park

Zanzibar, Tanzania



*building resilience*

Area

**C7**

beef hot dog

**50¢**



\*not actual size

IKEA FOOD

AISLES



38, 40



CHECK-OUTS  
HOME DELIVERY  
EXIT

AISLES

35, 37  
39, 41



EXIT

NEW  
LOWER  
PRICE

Left bed frame  
TROMSÖ

# Uitgang

Wolong Nature Reserve  
Sichuan Provincie,  
China



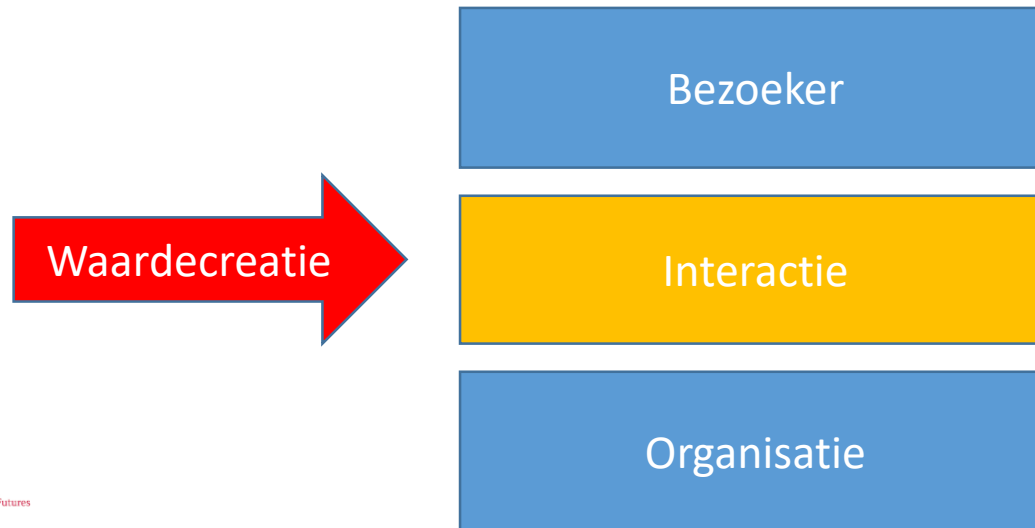
Stenden



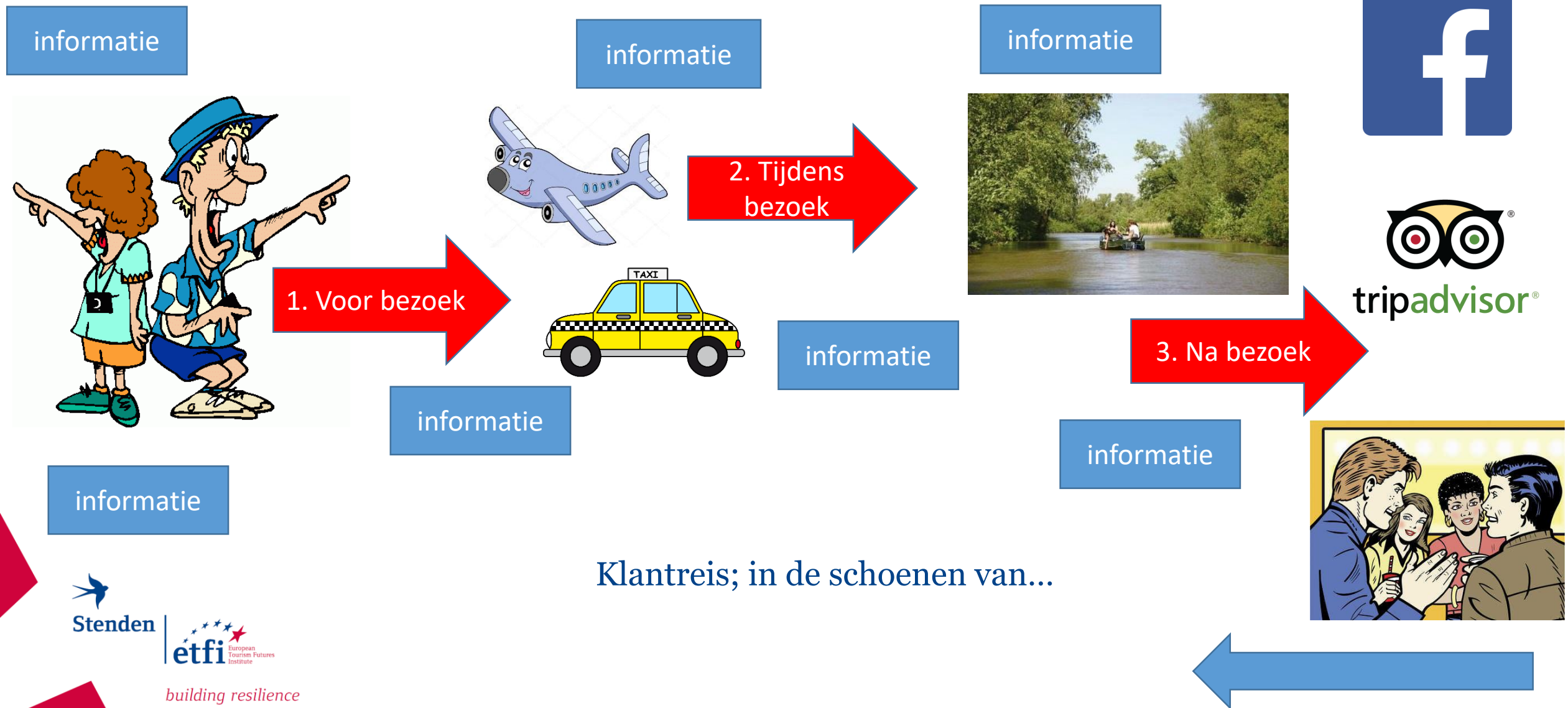
*building resilience*

# Touchpoints (klantcontactmomenten)

Touchpoints: moment dat de bezoeker in contact komt met de organisatie of het product



# Customer Journey Map



Klantreis; in de schoenen van...



# Touchpoints: voor bezoek

Internet websites (internal/external)

Reisgidsen

Banners

Social media/review website

Advertenties in magazines

Vakantiebeurs

Folders/kaarten

App's



Stenden

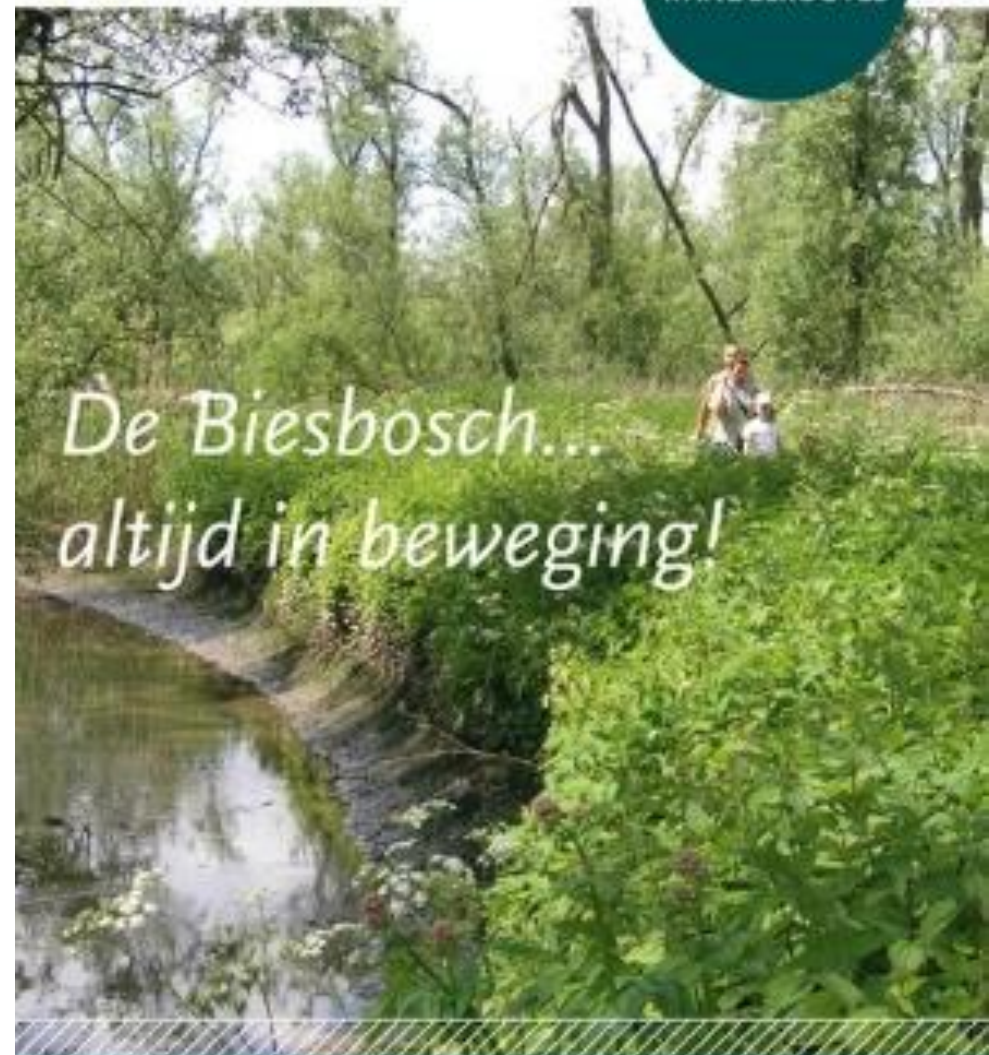


building resilience

BIESBOSHCENTRUM DORDRECHT



Nationaal Park  
De Biesbosch



# Touchpoints tijdens bezoek

Bewegwijzering

Souvenirs

Ingang/uitgang gebied (Example Ha Long Bay, Vietnam)

Kleding personeel

Bezoekerscentrum

Toegangsk kaartjes

Kaarten

Gids



# Touchpoints Na bezoek

Facebook/rating websites

Mond op mond reclame

Souvenirs

Vliegveld

Borden

Nieuwsbrief



# In de schoenen van Mariska, bezoeker van de Biesbosch



## Klantreis Mariska



# Iedere fase heeft eigen functie



## Voor Bezoek

- Motiveren
- Verwachtingen opwekken
- Inspireren
- Ideeën opdoen
- Keuze laten maken voor bestemming
- Plannen van de reis
- Boeken van excursie



## Tijdens bezoek

- De weg vinden
- Leren over de bestemming
- Kiezen van activiteiten
- Herkenning van de attractie
- Oproepen gevoelens over het gebied



## Na bezoek

- Herinneren van bezoek
- Stimuleren herhaal bezoek
- Stimuleren mond op mond reclame
- Nazorg



Stenden



*building resilience*

# Tot slot....



Klantbeleving van de touchpoints is essentieel

Van hieruit beslissingen maken?

In samenhang met organisatiedoelstellingen?

Die zijn bij natuurorganisaties anders dan bij de IKEA

 Multi stakeholder omgeving

Stenden



*building resilience*





Stenden



*building resilience*

# Vragen?

T: +31619267113

E: [maaike.bergsma@stenden.com](mailto:maaike.bergsma@stenden.com)

W: [www.etfi.eu](http://www.etfi.eu)