

Format Klantreisbijeenkomst

Klantreisbijeenkomst 1	2
Algemene informatie	2
Programma van de dag.....	2
Klantreisbijeenkomst 2	4
Algemene informatie	4
Programma van de dag.....	5
Klantreisbijeenkomst 3	6
Hulpvragen die het proces kunnen ondersteunen	7

Dit is een format dat je kan gebruiken in de voorbereiding en uitvoering van een klantreisbijeenkomst. Het is geen vaststaand model. De vorm van jouw bijeenkomst en je klantreis is helemaal afhankelijk van jouw context. Wat is je doel, welk onderwerp heb je onder handen en hoe groot is de groep waarmee je werkt. Gebruik dit document dus als inspiratie en pas het aan, aan je eigen context.

Klantreisbijeenkomst 1

We kijken vanuit het proces dat de cliënt doorloopt welke acties e.d. de medewerker moet doen om de dienstverlening te kunnen realiseren. Dat kunnen we aanvullen met de bronnen (bijv ecd, software, ondersteuning vanuit secretariaat etc.) die de medewerker tot zijn beschikking heeft

Algemene informatie

Doelstelling:

Je richt je klantreisbijeenkomst in naar het doel dat je hebt. Formuleer een heldere doelstelling

Het is een succes wanneer:

Dit is een controlevraag: wanneer is de bijeenkomst een succes?

Ruimte:

Beschrijf welke ruimte je nodig hebt. En bijvoorbeeld dat er een lange muur moet zijn om je papier op te hangen.

Materialen:

Noteer wat je nodig hebt. Bijvoorbeeld: brownpaper/CJ format, voldoende post-its in diverse kleuren, tape om lijnen af te plakken, tape om brown paper op te hangen, stiften. Tijdschema + klok.

Rolverdeling:

Doe je de sessie samen? Spreek dan af wie wat doet. Het kan bijvoorbeeld handig zijn als een persoon verantwoordelijk is voor het bijhouden van de tijd

Aantal deelnemers:

Hoeveel mensen verwacht je?

Tijdschema:

Datum en de tijd die je beschikbaar hebt. Wij adviseren minimaal 2,5 per sessie

9:00 – 9:15	Opening & kennismaking
9:15 – 9:30	Uitleg doelstelling van de dag
9:30 – 10:00	Fases beschrijven + Toelichting op de opdracht
10:00	Koffiepauze & start opdracht
10:45	Samenvoegen klantreizen
11:45	Blik op morgen & afsluiting

Programma van de dag

Vorbereiding

- Hang papier op
- Markeer evt met tape de verschillende lijnen
- Als een aantal zaken al vaststaan dan kun je die er vast opplakken. Dit kan voor wat snelheid zorgen bij de start. Is het maken van een klantreis voor iedereen nieuw? Dan is het goed om hem vanaf de start op te bouwen. Dat kost veel tijd, maar daarna weet iedereen wat de bedoeling is.

Indeling brown paper

De indeling van je brown paper is helemaal afhankelijk van welk proces je onder handen hebt en wat je in een sessie wil bereiken. Het kan helpen om voor jezelf vast een indeling te kiezen zodat je goed weet waar je naartoe aan het werken bent. Onderstaande indeling is een voorbeeld.

Doelstelling van de dag doelstelling clientreis doelstelling medewerkerreis							
Fases →							
Doel per fase							
Stappen client →							
Stappen per betrokkene							
Welke middelen worden ingezet							
Locatiegebonden?							
Beleving							
Emotie 1 dramatisch 2 slecht 3 neutraal 4 voldaan 5 tevreden							
Motivatie 1 – super gemotiveerd, ik mis geen enkele behandeling of huiswerkopdracht 2 – 3 – ik ben bijna afgehaakt 4 – ik haak af							
Waar systeem meer betrekken en wat hebben ze daarvoor nodig?							
Meest cruciale momenten in de klantreis							
Meest cruciale veranderingen							
Verbeter ideeën							

Opening / binnenkomen

Zorg ervoor dat mensen zich op hun gemak voelen. Heb aandacht voor de ruimte, koffie/thee/water en de warmte binnen.

Kennismaking: (doel= elkaar leren kennen en in de juiste mindset komen)

- Wat goed werkt is om als opwarmer bij een sessie te vragen om in groepjes van 2 op te splitsen en mensen te vragen wanneer ze de laatste keer een ervaring hebben gehad die helemaal niet goed liep, die duidelijk irritant was.
- En probeer die dan aan elkaar te beschrijven, door in vier of vijf stappen te benoemen hoe je door die ervaring heen bent gekomen.
- De een vertelt en de ander tekent de journey op een vel papier. Markeer waar het echt mis ging in het moment, waar deed het pijn, waar was je frustratie echt heel groot?
- Dan een paar laten presenteren en wat feedback op elkaar geven, krijg je snel de juiste mindset van.

Uitleg & doelstelling van de dag

1. Doel van de middag/ochtend = gezamenlijk in kaart brengen wat jullie nodig hebben om de dienstverlening te leveren waarmee de client zijn/haar doelen kan behalen. Zodat we een goed beeld krijgen van de dienstverlening en wat er uiteindelijk gaat veranderen. Daarna kunnen we dan verschillende keuzes maken ten behoeve van die verandering. *Dat is niet noodzakelijk in dezelfde bijeenkomst.*
2. Waarom doen we dat?
3. Klantreis
 - Wat is een klantreis. Nagaan wat mensen (cliënten en medewerkers):
 - Denken en voelen
 - Doen
 - Gebruiken (hulpmiddelen, kanalen, werkvormen, methoden etc.)
 - Voorbeeld van een klantreis lege + ingevulde (Ikea)
 - In kaart brengen
4. Tijdsindeling van de dag ophangen

Maken van de klantreis

Persona benoemen:

Richt de klantreis op één cliënt of medewerker. Geef deze persoon een naam. Dit helpt het denken.

Stap 1. Benoem de doelstelling van vandaag en schrijf deze op

Stap 2. Benoem de doelstelling van de klant: wat wil de klant met deze reis bereiken? Benoem de doelstelling van de medewerker en schrijf deze op.

Stap 3. Doorloop de fases.

Vraag: Wat zijn vaste onderdelen en tot hoever loopt de klantreis?

Noteer nu onder de verschillende doelstellingen van cliënten de doelstelling van de medewerkers. Wat is per onderdeel/ fase van de behandeling de belangrijkste doel die je hebt? Wat wil je op dat moment? Wat heb je nodig?

Stap 4. De klantreis maken

- We splitsen op in kleine groepen of individueel en we werken ieder de eerste klantreis uit.
- We nemen hiervoor [Kies een afgebakende tijd/periode/fase zodat iedereen weet tot waar je moet gaan]
- We gaan uit van de situatie zoals deze nu is.
- Je beschrijft alle stappen die je zet in relatie tot de behandeling van de cliënt.

Stap 5.

Kijk naar de klantreis: wat valt je op?

Als je in groepen werk, voeg je de klantreizen samen. Werk je als groep aan een klantreis dan kijk je naar de gehele klantreis. Neem hier echt even de tijd voor. Er is hard gewerkt en mensen hebben tijd nodig om weer 'uit te kunnen zoomen'.

Het is haast onmogelijk om een klantreis volledig af te ronden in een bijeenkomst. We splitsen daarom de bijeenkomsten hieronder vast op.

Afronden

Wat vonden jullie van de dag?

Wat deed het maken van de klantreis met je?

Tip & top voor volgende sessie (noteer bij naar buiten lopen)

Klantreisbijeenkomst 2

Algemene informatie

Maak ook voor de tweede bijeenkomst een duidelijke doelstelling & programma

Doelstelling:

Je richt je klantreisbijeenkomst in naar het doel dat je hebt. Formuleer een heldere doelstelling

Het is een succes wanneer:

Dit is een controlevraag: wanneer is de bijeenkomst een succes?

Ruimte:

Beschrijf welke ruimte je nodig hebt. En bijvoorbeeld dat er een lange muur moet zijn om je papier op te hangen.

Materialen:

Noteer wat je nodig hebt. Bijvoorbeeld: brownpaper/CJ format, voldoende post-its in diverse kleuren, tape om lijnen af te plakken, tape om brown paper op te hangen, stiften. Tijdschema + klok.

Rolverdeling:

Doe je de sessie samen? Spreek dan af wie wat doet. Het kan bijvoorbeeld handig zijn als een persoon verantwoordelijk is voor het bijhouden van de tijd

Aantal deelnemers:

Hoeveel mensen verwacht je?

Tijdschema:

Datum en de tijd die je beschikbaar hebt. Wij adviseren minimaal 2,5 per sessie

9:00 – 9:15	Opening & kennismaking
9:15 – 9:30	Uitleg doelstelling van de dag
9:30 – 10:00	
10:00	Koffiepauze & start opdracht
10:45	
11:45	Blik op morgen & afsluiting

Programma van de dag

Vorbereiding

Opening / binnenkomen

Starter/opwarmer

Uitleg & doelstelling van de dag

Als het goed is kost dit minder tijd dan bij de eerste bijeenkomst. Maar sla de stap niet over. Hij is essentieel om ervoor te zorgen dat iedereen goed weet wat je van ze verwacht wordt

Maken van de klantreis

Je kan nu onderstaande stappen volgen. Maar de indeling van je klantreis, de vragen die je stelt en de informatie die je ophaalt, is afhankelijk van je onderwerp en doel. Je kunt onderstaande vragen en hulpvragen dus gebruiken als inspiratie. Maar pas ze aan/vul ze aan naar het doel dat je hebt.

Werk in groepjes als je meer deelnemers hebt dan 4. Anders kunnen mensen te weinig participeren en verlies je de betrokkenheid van je deelnemers.

Stap 5. Bespreek per stap:

- Welke mensen zijn betrokken? Systeem/behandelaars/

Stap 5a. Bespreek per betrokkenen wat ze nodig hebben om de hulp of ondersteuning te leveren die nodig is om de client zijn/haar doelstelling te laten bereiken.

- Welke ondersteunende middelen gebruik je?
- Wat van het werk is gebonden aan de locatie?

Stap 6. Kijk naar de beleving/emoties

- Markeer per stap: hoe tevreden ben je:
1 dramatisch 2 slecht 3 neutraal 4 voldaan 5 tevreden
- Wat vind je het leukste onderdeel van het werk?
- Wanneer werk je echt met plezier?
- Wanneer baal je ergens van?
- Wanneer heb je het echt moeilijk?
- Hoe tevreden ben je over het algemeen en over de duur van het traject?

Stap 8. Doorloop nog een keer de gehele klantreis

Iedereen krijgt 5 a 10 min om ernaar te kijken en het volgende te doen

- Heb je aanvullingen? Plak deze op
- Heb je een verduidelijkingsvraag – plak een post-it met vraagteken bij de betreffende stap
- Ben je het niet eens? Plak een post-it met een uitroepteken bij de betreffende stap. Bedenk waarom en formuleer een suggestie voor verbetering.
- Wie van het systeem zou je meer willen betrekken en wat hebben zij daarvoor nodig?
- Kijk naar de meest cruciale momenten (welke zijn dat)
- Kijk naar de meest cruciale veranderingen (wat als...)

Afsluiting

Huiswerk uitdelen:

- Brownpaper meenemen. Wij zorgen voor een digitaal uitgewerkte klantreis (op papier). Wat hebben jullie nodig om die in je bezit te krijgen?
- Valideren bij een collega: hoe ga je dat doen (wie betrek je en wanneer), hoe ga je de feedback verwerken? Hoe krijgen wij die informatie weer?
 - o Vraag aan collega's
 - Klopt dit? (fases en stappen)
 - Zo nee, pas/vul aan
 - Kun je je vinden in de overige punten? En kun je deze aanvullen? (in volgorde van belangrijkheid: 1. Fricties en frustraties 2. Ervaring van cliënten. Met name de momenten dat zij het moeilijk hebben (emotioneel) of omdat ze een drempel over moeten. Beschrijf deze situaties zo uitvoerig mogelijk en in een taal die wij (Sanne en Wouter) ook goed kunnen begrijpen. 3. Wat is het moment van de waarheid voor de cliënt?
 - o Wanneer verwachten we de feedback terug?
 - o Hoe komt de feedback bij ons?

Bedanken, nog een keer noemen wat we met de input doen en wanneer we elkaar terugzien.

Tip/Top bij het weggaan

Klantreisbijeenkomst 3

Je kan natuurlijk zoveel bijeenkomst organiseren als je wil. Ook dit is afhankelijk van je doelstelling, doelgroep en beschikbare tijd. Zorg er in ieder geval voor dat als mensen input leveren, je altijd terugkoppelt wat je ermee gedaan hebt. Laat hen zien en merken dat je geluisterd hebt en de input ook echt verwerkt hebt. Doe je dit niet dan raak je de betrokkenheid van deze groep kwijt.

Hulpvragen die het proces kunnen ondersteunen

Hoe lang duurt een gemiddelde depressiebehandeling?

Welke vaste onderdelen horen bij de hoofdstappen van een behandeling?

Vanuit de klant bekeken: wat is per onderdeel/ fase van de behandeling de belangrijkste vraag van de klant?

Welke eventuele variaties zijn er op het behandeltraject?

Wat zijn de belangrijkste redenen om een variant op het reguliere behandeltraject toe te passen?

Welke communicatiekanalen worden gebruikt? Denk aan telefonisch (secretariaat), face-to-face (secretariaat + behandelafspraken op locatie), brief/ post, mail, beeldbellen, folder, google, organisatiewebsite, huisarts/ verwijzer, social media, externe website

In welke mate en waar in het traject worden mail/ beeldbellen/ andere vormen al ingezet?

Met welke oefeningen wordt gewerkt? Wat wordt hierbij gevraagd van de cliënt?

Welke rol speelt psycho-educatie op dit moment? Wat wordt hoe en wanneer aangeboden?

Welke medewerkers zijn allemaal betrokken bij een behandeltraject? Wie het meest?

Wanneer is een cliënt het meest tevreden binnen een behandeltraject? Geef 3 voorbeelden.

Wanneer heeft een cliënt het in het algemeen moeilijk binnen een behandeltraject? Geef 3 voorbeelden.

Beschrijf de kenmerken van een goede behandeling? Hoe wordt binnen jouw organisatie vastgesteld dat er sprake was van een goede behandeling?

Wanneer ligt een medewerker ergens wakker van?

Wanneer wordt een medewerker in zijn/ haar werk belemmerd?

Wanneer is een medewerker trots op zijn/ haar werk?

Waar zou het werk van een behandelaar aangenamer van worden?

Wat merkt de cliënt daarvan?

Beschrijf de belangrijkste verwachtingen die een cliënt van jouw organisatie heeft. Vul dit antwoord aan met "Zodat ..." en beantwoord dit. Voorbeeld: "ik verwacht dat ik thuis kan oefenen/ werken aan mijn behandeling zodat ik sneller er weer bovenop ben"

Wat zijn (vanuit de cliënt bekeken) cruciale stappen in de behandeling?

Wat zijn voor een medewerker cruciale stappen tijdens de behandeling om tot een goed resultaat te komen?

Als je twee punten zou mogen noemen: waar in de behandeling zouden we voor de cliënt het grootste verschil maken?

Als je twee punten zou mogen noemen: waar in de behandeling zouden we voor de medewerker het grootste verschil maken?

Als je twee punten zou mogen noemen: waar of hoe zouden we als organisatie (ten opzichte van andere GGZ-instellingen) het grootste verschil maken?