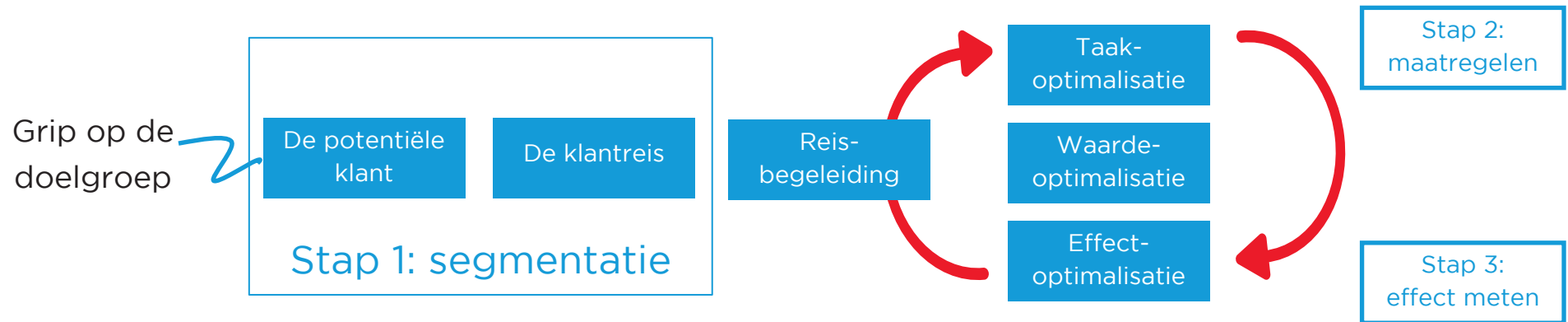


Customer Journey Optimalisatie Model



Door internet maken consumenten andere afwegingen dan vroeger bij de aankoop van producten. Deze afwegingen hebben te maken met routekeuzes van consumenten tijdens hun klantreis. Wil je klantreizen optimaal begeleiden, dan moeten deze afwegingen onderdeel zijn van je **segmentatie (1)**. Vervolgens neem je **maatregelen** om relevanter te zijn voor je doelgroepen en de klantreis voor hen zo makkelijk mogelijk te maken **(2)**. Het effect van die maatregelen ga je **meten (3)**.