

# **Customer Journey Mapping: een onderzoeksmethode om cijfers diepgang en gevoel te geven**

Nick van Apeldoorn – Breda University of Applied Sciences – [Apeldoorn.n@buas.nl](mailto:Apeldoorn.n@buas.nl)

Lisette Hoeke – Breda University of Applied Sciences – [Hoeke.l@buas.nl](mailto:Hoeke.l@buas.nl)

## **Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 25 en 26 november 2021, Utrecht**

### **Samenvatting**

Mobiliteit wordt steeds digitaler. Dit biedt geweldige kansen, informatievoorziening wordt sneller en gedetailleerder. Via apps kan een schat aan data worden verzameld en iedereen die een beetje handig is met een smartphone is slechts een paar klikken verwijderd van de info die hij nodig heeft voor zijn reis. En daar zit precies het pijnpunt. Reisinformatie wordt steeds digitaler, daardoor ook schriftelijk. Dit maakt het minder toegankelijk en creëert digitale exclusie. Voor het EU project DIGNITY is een literatuuronderzoek gedaan naar welke groepen digitale exclusie ervaren. Wat blijkt, ouderen, laagopgeleiden en laaggeletterde, mensen met een migratie achtergrond of die last hebben van een mentale of fysieke beperking, zijn groepen die kwetsbaar zijn voor digitale exclusie. Maar wat betekent dit nou? Daarom is een Customer Journey Mapping [CJM] onderzoek uitgevoerd in Nederland, Vlaanderen, Spanje en Italië. CJM is een onderzoeksmethode die veel wordt ingezet binnen de marketing wereld om er achter te komen wat de ervaring en beleving is van consumenten bij het gebruik van een product. Wij hebben deze methode omgebouwd om hem bruikbaar te maken voor mobiliteitsonderzoek. Het doel is om op microniveau data te verzamelen om te ontdekken waar deze groepen tegenaanlopen als ze willen reizen en wat wij kunnen doen om dit toegankelijker te maken.

De CJM is een gestructureerde onderzoeksmethode die je kan onderverdelen in de volgende stappen. Eerst worden de reis en de doelgroep geselecteerd. Beide zijn afhankelijk van de lokale context en ambities. Vervolgens wordt de reis onderverdeeld in activiteiten en touchpoints tijdens de reis. Denk aan informatie opzoeken, naar de bus gaan, betalen of inchecken, een zitplek vinden, uitstappen en hun reis voortzetten naar hun eindbestemming. Touchpoints zijn stukjes van die activiteit. zoals het vinden van de juiste informatie, in de bus uitzoeken waar ze moeten uitstappen etc.

Daarna start het onderzoek. In de 'pre-journey'-fase wordt een korte enquête afgenomen om microniveaugegevens met macroniveaugegevens te kunnen vergelijken en resultaten in perspectief te plaatsen. Na deze 'pre-journey'-fase geeft de onderzoeker de deelnemer de volgende opdracht: het vinden van de route naar een vooraf bepaalde locatie waarna ze die reis samen afleggen. Tijdens de reis wordt deelnemers gevraagd hun comfortniveau tijdens touchpoints te beoordelen. Daarna begint de nareis. Het nareis-diepte-interview bevat bevroegde waarom deelnemers de touchpoints een bepaalde score gaven en wat er kan worden gedaan om dit te verbeteren. Dit onderzoek is afgenomen in vier landen en de resultaten worden gepresenteerd op de conferentie.

## **1. Introductie**

Hoe reisden wij voor COVID-19, hoe reizen wij tijdens COVID-19 en hoe gaan we in de toekomst reizen na COVID-19? Weinig vragen hebben mobiliteitsspecialisten meer bezig gehouden het afgelopen anderhalf jaar dan deze vragen en die komen eigenlijk allemaal op het zelfde neer: Hoe is ons gedrag veranderd en welke veranderingen houden wij vast? Ter beantwoording van deze vraag zijn al de wildste voorspellingen voorbij gekomen op basis van peilingen en actuele verkeersdata. Mensen zouden niet meer willen reizen en het openbaar vervoer als een gezondheidsrisico zien. Deze afnamen heeft ook daadwerkelijk plaatsgevonden op de weg en op het spoor maar, nu steeds meer mensen gevaccineerd zijn groeien de mobiliteitscijfers steeds meer terug gaan naar het oude normaal. Volgens het CBS (2021) zijn eind augustus 2021, 78% van de reizigers terug gekeerd in de trein in vergelijking met de zelfde periode in 2019. Voor automobilisten is dit zelfs 88% procent.

Wat mij opviel is hoe moeilijk het is om gedrag zinnig te voorspellen en de voorspellingen die we zien vaak of niet onderbouwd of op basis van statische, eendimensionale cijfers die je wel vertellen wat er plaats vindt maar niet waarom.

Om die waarom vraag meer aandacht te geven heeft het team van het internationale onderzoeksproject DIGNITY een gestandaardiseerde CJM onderzoeksmethode ontwikkeld die de waarom vraag centraal stelt. Deze methode is gedetailleerd uitgewerkt, getest en verbeterd en vanaf november, voor iedereen openbaar verkrijgbaar. In dit paper zal ik beschrijven wat het doel van DIGNITY is. Wat CJM is, en wat het ons kan vertellen over de waarom vraag in mobiliteitsgedrag. Vervolgens wordt dieper in gegaan op de resultaten van de methode die is getest in Nederland, België, Italië en Spanje.

## **2. Wat is nieuw?**

CJM wordt veel gebruikt in marketing, maar is nieuw voor mobiliteitsonderzoek. Deze innovatieve methode om gegevens op microniveau te verzamelen en te verbinden met gegevens op macroniveau, levert een rijkdom aan kwantitatieve gegevens die anders ontbreken en die ons kunnen helpen om reisgedrag beter te begrijpen. Bijvoorbeeld bij reisgedrag rond COVID-19. Wat dit huwelijk tussen micro en macro data sterker maakt, is dat de resultaten worden gevalideerd en vergeleken met een survey met ongeveer 4000 deelnemers en tegenstrijdige resultaten worden voorgelegd aan eindgebruikers in een workshop en op een Learning Community Platform. Je kunt een systeem voor een groep mensen niet veranderen als je niet de tijd neemt om rechtstreeks met de doelgroep te praten om inzicht te krijgen in hun behoeften en beperkingen.

## **3. Is het schaalbaar?**

De beperkte toegang van kwetsbare doelgroepen tot mobiliteit is een probleem in elke stad. CJM is een zeer schaalbare methode die blijkt te werken in meerdere internationale contexten. De CJM-methode, handleiding en formats zijn open source en openbaar beschikbaar op de DIGNITY-website. Hetzelfde geldt voor de enquêtevragenlijst en een self-assessment framework die gebruikmaakt van open source data die in de meeste Europese landen beschikbaar is. Het uitvoeren van de CJM-methode en het onderzoek kost enige tijd, maar het levert ook informatie op die niet via een andere weg is te verkrijgen. Dit maakt de methode robuust en een toevoeging op het huidig mobiliteitsonderzoek.

#### **4. Wat zijn de belangrijkste uitkomsten en conclusies?**

CJM is getest op bus gebruik door ouderen en lage inkomensgroepen in Tilburg (NL) en wordt momenteel gebruikt in Barcelona (ES), Ancona (IT) en het Vlaams Gewest (BE) en de resultaten worden momenteel verwerkt. Onderdeel van de eerste resultaten zijn:

1. Motivaties voor reisgedrag en ervaren exclusie is zeer divers. Daarom is een inclusive mobility framework ontwikkeld om beleidsmakers te ondersteunen bij het in kaart krijgen van deze groep en specifieke uitdagingen te tackelen waar de participanten tegen aangelopen zijn.
2. Er bleek een groot verschil te zitten tussen de beschreven ervaringen en de cijfers die ze gaven. Participanten lijken zich zelf geregeld te overschatten. Hun zelfvertrouwen geven ze hoge scores maar als je vervolgens doorvraagt naar ervaringen lijken ze toch tegen veel uitdagingen aan te lopen. Dit pleit voor een mixed methods approach binnen gedrag en mobiliteitsonderzoek.

#### **Wat hebben ze met elkaar gemeen?**

Wat opviel na het lezen van 235 pagina's aan transcripten is dat ze tegen verschillende uitdagingen aanliepen maar ook dat ze veel met elkaar gemeen hebben.

Mensen hebben er een hekel aan om zich te schamen voor hun onvermogen. Ouderen vinden het moeilijk om hulp te vragen als hun naasten niet beschikbaar zijn. Mensen met een laag inkomen worden nerveus als ze de bus instappen, omdat ze bang zijn dat er niet genoeg geld op hun kaart staat. Iemand in een rolstoel schaamde zich als iemand geen ruimte maakt op de rolstoelplek. Als de buschauffeur vervolgens die passagier corrigeerde voelde de participanten zich nog steeds in verlegenheid gebracht, ook stonden ze in hun recht. Er is niets dat mensen zich beter herinneren dan schaamte en dit is iets waar deze mensen regelmatig mee te maken hebben. Mensen hebben er een hekel aan om in de schijnwerpers te staan vanwege onvermogen. Het maakt niet uit of het om een rolstoel is, niet voldoende krediet heeft of hulp nodig heeft met een digitale tool. Dit beperkt mensen in hun zelfvertrouwen en hun wil om te reizen.

Mensen lijken zich minder snel te schamen als ze om hulp vragen van iemand van wie ze houden of als expliciet duidelijk wordt gemaakt dat die persoon er is om je te helpen. Een goed voorbeeld is de Vlaamse belbus die mensen de eerste keer dat ze er gebruik maken van de bus, mensen moet verplicht om te bellen. Alle participanten in ons onderzoek voelden zich na het gesprek goed geholpen en ze voelen zich vrij om opnieuw te bellen als dat nodig is. Dit is anders dan een Nederlandse oudere die de helpdesk niet durft te bellen omdat hij zich zou schamen voor de "domme" vragen die hij zou stellen. Daarom is het voor deze groep belangrijk dat erg nadrukkelijk wordt duidelijk gemaakt dat het goed is om vragen te stellen en om mensen aan te moedigen om te bellen.

Onveiligheidsgevoelens in de bus worden, zo blijkt uit de interviews, in Vlaanderen en Tilburg alleen veroorzaakt door buschauffeurs die niet op de weg letten, als ze aan het kletsen zijn, bellen of te hard rijden. In Barcelona is dat anders. Deze vrouwen gaven aan zich regelmatig onveilig te voelen niet door roekeloos gedrag van de buschauffeur maar vanwege andere passagiers, angst voor beroving of intimidatie. Zowel op straat als in de bus. Dit laat zien hoe moeilijk het is om veiligheid te kwantificeren en deelnemers kunnen het over heel verschillende behoeften hebben als ze dezelfde kwantitatieve vraag stellen. Vrijwel alle vrouwelijke deelnemers uitten ook gevoelens van onveiligheid.

Mannen voelden zich veiliger. De meeste oudere deelnemers 'bagatelliseerden' de problemen die ze ondervinden door te stellen dat ze oud zijn en waarschijnlijk niet zo gewend zijn aan de digitale informatievoorziening. Alsof het hun schuld is dat er iets mis is gegaan: Ook gaven ouderen in Tilburg en in Vlaanderen aan dat de kosten voor hen geen grote beperking zijn vanwege het hebben van een ouderenkorting. Dit lijkt erg effectief te zijn, ook voor oudere met een kleine beurs.

De perceptie van de bus als het voertuig van de armen speelt voor sommige mensen nog steeds een rol. Een participant vertelde dat ze de bus meestal vermijdt; "Mensen die met de bus reizen vind ik altijd een beetje verdrietig. Verpakt als sardientjes, zo vaak stoppen.". Deze visie zorgt er voor dat ze meestal kiest voor andere vervoersmiddelen. Zeker als ze gebruik kunnen maken van een auto. Ook in andere steden hebben vrouwen die zich onveilig voelen de wens geuit om te rijden als ze het zich konden veroorloven. Deelnemers lijken weinig tot geen moeite te hebben met het betalen met een vervoerskaart en deze weer op te laden, zowel in de bus als bij de kaartautomaten. Hoe deze precies werkten had in het begin duidelijker kunnen zijn, maar uiteindelijk was alles zonder problemen uitgezocht. Als ze de kaart hebben en weten hoe ze deze moeten gebruiken, blijven ze deze gebruiken en ondervinden ze geen problemen. Er mee beginnen is de uitdaging.

Alle deelnemers plannen een nieuwe reis vooraf en hebben tijdens de reis weinig informatie nodig. Als ze dat doen, hebben ze vaak moeite om de informatie te vinden vanwege de hoeveelheid informatie in voertuigen en borden.

Na het behandelen van de eerste resultaten kunnen wij concluderen dat een mixed methods approach helpt om kwantitatieve cijfers meer diepgang te geven en dat sturen op alleen cijfers, geen recht doet aan de uitdagingen die mensen tegen komen in hun reisgedrag. Ook al is de groep zeer divers, ze hebben ook veel met elkaar gemeen. Het is juist deze combinatie van verschillen en overeenkomsten die kan helpen mobiliteitsgedrag beter te begrijpen. CJM is hier een uitstekende tool voor. Deze methode is getest in verschillende landen, steden en met verschillende service en doelgroepen.

## **5. Studiebeperkingen**

De responsgroep is klein. In totaal hebben 37 deelnemers meegedaan. Acht uit Tilburg, zeven uit Vlaanderen, elf uit Ancona en tien uit Barcelona. De meeste interviews zijn opgenomen en letterlijk getranscribeerd in de lokale taal en vertaald naar het Engels. Omdat de respons groep klein is, zijn de resultaten niet zomaar te interpreteren als zijnde representatief. Daarom zijn niet alle uitkomsten noodzakelijk valide, wat betekent dat resultaten niet kunnen worden geëxtrapoleerd naar grote groepen mensen en herhaling van deze methode kan leiden tot verschillende uitkomsten. Dit was ook niet het doel van de methodiek. Het doel was om de mobiliteitsuitdagingen te beschrijven die deelnemers tijdens hun reis tegenkwamen en deze opgedane inzichten te gebruiken om een beter begrip te krijgen van de uitdagingen die moeten worden aangepakt. Hoewel niet valide, zijn de resultaten betrouwbaar. De interviews zijn opgenomen en getranscribeerd. Alle gesprekken zijn geanonimiseerd.

**Centraal bureau voor de statistiek. (2021, 20, augustus). Mobiliteit in coronatijd. CBS.nl. <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/welvaart-in-coronatijd/mobiliteit>**