



## Hoe KLM Royal Dutch Airlines met inzichten van klanten een populaire app heeft ontwikkeld



### DE UITDAGING

#### Een betere mobiele ervaring

Het ontwikkelen van een nieuwe app kost veel tijd. En het werk begint nog maar net als u een minimum viable product (MVP) publiceert. Zodra u feedback ontvangt van gebruikers, krijgt u mogelijk te maken met onverwachte problemen en klachten.

Stijn Banner, Product Manager Mobile bij KLM Royal Dutch Airlines, vertelde dat zijn team twee jaar werkte aan de eerste versie van de app van de vliegtuigmaatschappij. Maar toen de MVP kon worden gedownload, waren de recensies zowel positief als negatief. Het was duidelijk dat de eerste versie van de mobiele app niet de ervaring bood waar het team naar streefde. KLM moest voor toekomstige versies beter begrijpen wat volgens klanten ontbrak in de app. Ook moest het ontwikkelingsteam snel bugs vinden die een impact hadden op de gebruikerservaring. Ze hadden een platform nodig om snel gedetailleerde feedback te verzamelen en in de praktijk te brengen, om van hun MVP een MLP (Minimum Lovable Product) te maken.

**“We ontwikkelen niet alleen een app voor de eigenaars van onze producten. In tegendeel: we bouwen onze app voor de klanten. Met GetFeedback kunnen we de stem van de klant vastleggen en weten we waar en hoe we kunnen verbeteren. Zo kunnen we het gebruik verhogen en de tevredenheid verbeteren.”**

Stijn Banner, Product Manager Mobile, KLM Royal Dutch Airlines

# 4,2

Beoordeling in de App Store, gestegen van 2,8 bij de lancering

# 100.000

Actieve dagelijkse gebruikers van de KLM-app

# 30

Meer stoelen verkocht per dag

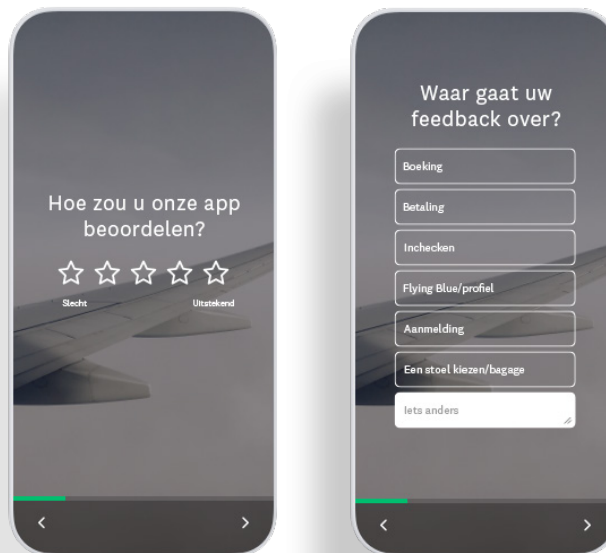
DE OPLOSSING

## Luisteren naar de stem van de klant

Het verzamelen van feedback en snel reageren was cruciaal. Omdat de eerste versie al online stond, moest het ontwikkelingsteam zo snel mogelijk updates implementeren. Gedetailleerde inzichten waren belangrijk, maar het was lastig om patronen te ontdekken zonder de hulp van een platform. Bannier en zijn team vonden alles wat ze nodig hadden in GetFeedback.

KLM heeft GetFeedback aan de mobiele app toegevoegd om de stem van de klant (VoC) vast te leggen en realtime informatie te verzamelen van gebruikers. Bannier zegt dat het team kwantitatieve en kwalitatieve feedback gebruikt om een compleet beeld te krijgen van de klantervaring. Kwantitatieve inzichten laten zien hoe de app gebruikt wordt en met kwalitatieve feedback wordt de reden ontdekt. GetFeedback verzamelt ook demografische gegevens van app-gebruikers, zodat KLM prioriteit kan geven aan functies en updates op basis van de behoeften van de klant. In een vroeg stadium van het proces herkende het team drie veelvoorkomende verzoeken van gebruikers: vluchten naar meerdere steden boeken, airmiles claimen na afloop van vluchten en de status van vluchten in de app bekijken zonder doorgestuurd te worden naar de website van KLM. Het ontwikkelingsteam kon de app bijwerken met deze functies, waardoor de app vaker werd gebruikt.

Dankzij de integratie van GetFeedback in de app van KLM kan het ontwikkelingsteam flexibel werken en snel problemen oplossen. Zo hoorde de klantenservice van KLM bijvoorbeeld dat klanten niet altijd een andere stoel konden kiezen in de app. De oorzaak van dit probleem was moeilijk te vinden. Maar met de inzichten van GetFeedback kon het ontwikkelingsteam het probleem opsporen: gebruikers met de status Silver en Gold konden hun stoel niet wijzigen bij Europese vluchten. Het probleem werd aan de back-end snel opgelost.



**Organisatie:**  
KLM Royal Dutch Airlines

**Strategisch doel:**  
De ervaring met de mobiele app en klantsentiment verbeteren

**Oplossing:**  
GetFeedback

**Succesfactoren:**

- Verhoog het gebruik van de app in het klantenbestand
- Toegenomen klanttevredenheid en betere beoordeling van de app
- Hogere omzet en meer geboekte stoelen

**“Klanten komen terug om meer vluchten en aanvullende producten te kopen, wanneer de app een geweldige service tool is voor onze frequent flyers. Dat heeft direct invloed op de omzet. Door het verzamelen van feedback via GetFeedback, konden we onze app verbeteren en de omzet boosten.”**

Stijn Bannier, Product Manager Mobile, KLM Royal Dutch Airlines

## DE RESULTATEN

### Een betere ervaring met de app

Sinds de integratie van GetFeedback zit KLM volgens Bannier op één lijn met de gebruikers van de app. KLM kan updates uitvoeren om de ervaring constant verder aan te scherpen. Bij de eerste publicatie van de app, resulteerde negatieve beoordelingen in een 2,8 in de App Store. Inmiddels is de app van KLM miljoenen keren gedownload op iOS en Android. Vooral dankzij de inzichten van GetFeedback is de beoordeling gestegen tot een indrukwekkende 4,2. Elke dag openen meer dan 100.000 actieve gebruikers de app om een vlucht te boeken, in te checken, een boardingpas te downloaden, extra bagage te boeken en om een vluchtstatus te bekijken. Toen het probleem met het kiezen van stoelen werd opgelost, steeg het verkochte aantal stoelen meteen met rond de 30 per dag.

Dankzij de inzichten van GetFeedback ontdekte KLM dat 70% van de app-gebruikers voor zaken reist en 30% voor vakantie. App-gebruikers vliegen gemiddeld tussen de 8 en 12 keer per jaar. KLM wil deze VIP gebruikers volledig beheer over hun ervaring geven op belangrijke momenten. Door het peilen van de mening over de app, kan het ontwikkelingsteam snel oplossingen bedenken en implementeren. Feedback speelt een centrale rol in elke fase van het ontwikkelingsproces.