



Stuurgroepoverleg – 15 juli

Huidige klantreis

# Terugkoppeling Fase 1 en 2

# Status projecten

## Voortgezet onderwijs

afgerond

**01 – Inventarisatie**

afgerond

**02 – Huidige klantreis**

- Rol van PM Lib VO is gemist
- Klantreis in de breedte uitgewerkt, niet in de diepte

Gepland

**03 – Gewenste klantreis**

- Rol van PM Lib VO is essentieel

Te doen

**04 – Verbeter voorstellen**

## Primair onderwijs

Gepland

**01 – Inventarisatie**

Gepland

**02 – Huidige klantreis**

Te doen

**03 – Gewenste klantreis**

Te doen

**04 – Verbeter voorstellen**

Outside-in view

# Onze inzichten

# Onze ervaringen over het proces

- De aanpak spreekt aan; betrokken teamleden en veel werk verzet in korte tijd.
- Scholen waren open in het delen van hun ervaringen.
- Zichtbaar dat het voor de kerngroep de eerste keer was dat ze cross-functioneel naar de klantreis keken. Om het te verduurzamen is het borgen van de aanpak belangrijk.
- Er is gezocht naar balans tussen leren en uitwerken. In afstemming is in fase 2 gekozen voor een brede uitwerking van de klantreizen.
- Belangrijk om de activiteiten met de kerngroep te scheiden van collega's die geïnformeerd worden.
- De rol van PM Lib VO is gemist in het proces.
- Er zijn veel duidelijke kansen in de klantreis., de grootste uitdaging is het maken van keuzes.



# Vier belangrijke aandachtspunten

- Scholen hebben behoefte aan een partnership
- Onduidelijke positionering Cito/Woots
- Risico na stoppen subsidie LIB VO
- Cruciale rol PM in fase van transitie en klantverlies

**Scholen hebben behoefte aan een partnership, vanuit Cito mist een duidelijke Customer Succes proces.**

# Scholen hebben behoefte aan een partnership, vanuit Cito mist een duidelijke Customer Succes proces.

## Huidige situatie

- De gesprekken met klanten en de klantreis laten zien dat Cito zich terughoudend opstelt,
- Vanuit de klantreis zijn er weinig pro-actieve contactmomenten.
- Vanuit het product is er beperkt inzicht in gebruik en ontbreekt actieve sturing naar de gebruiker
- Klanten geven aan behoefte te hebben aan ondersteuning
- Klanten geven aan meer sturing vanuit het product te willen.
- Klanten ervaren de houding van Cito als te reactief in dit proces
- Klanten zijn terughoudend in het opnemen van contact met Cito.



# Scholen hebben behoefte aan een partnership, vanuit Cito mist een duidelijke Customer Succes proces.

## Gevolgen van de huidige situatie:

- **Slechte timing voor up- en cross-sell:** Door het ontbreken van regelmatige klantcontactmomenten, mist Cito het juiste momentum om extra waarde te bieden. *“Wij willen met de kwaliteitsmedewerkers een volgende stap zetten, maar ik weet niet of Cito ons hierin kan helpen”*
- **Risico op churn:** Klanten die zich onvoldoende ondersteund voelen, zijn eerder geneigd over te stappen naar alternatieven die wel proactief meedenken. *“DiaTaal helpt ons wel met het interpreteren van de rapportages”*
- **Initiatief ligt bij de klant:** Klanten moeten zelf actie ondernemen voor support of informatie, wat als belastend wordt ervaren en drempels opwerpt. *“Ik ga de taken van mijn collega overnemen maar zou graag ondersteuning hebben van cito”*
- **Geen strategische rol:** Zonder actief klantcontact blijft Cito een leverancier in plaats van een strategische partner in onderwijsontwikkeling. *“Cito staat stil, hier heb je de factuur en graag binnen 2 weken betalen”*

# Scholen hebben behoefte aan een partnership, vanuit Cito mist een duidelijke Customer Succes proces.

## Kernvraag aan Cito

Ziet Cito zichzelf als leverancier of als partner in onderwijsontwikkeling?

Antwoord op deze vraag is essentieel om de gewenste klantreis te ontwerpen.

## Antwoord vanuit de stuurgroep

Cito wilt zich positioneren als partner in onderwijsontwikkeling

# Go-to-market en positionering van Woots is onduidelijk voor de scholen

# Go-to-market en positionering van Woots is onduidelijk voor de scholen en zorgt voor onrust.

## Huidige situatie:

- De positionering en samenwerking tussen Cito en Woots is voor scholen niet helder.
- Verschillende doelgroepen (zorgcoördinator, docent, portalbeheerder) hebben elk hun eigen vragen en onzekerheden.
- Woots wordt vaak nog als losstaand of onbekend ervaren binnen scholen.
- Naamsveranderingen en gebrek aan communicatie zorgen voor onrust en verwarring in het veld.
- Intern wordt het als een aparte BV gezien en behandeld (support)

# Go-to-market en positionering van Woots is onduidelijk voor de scholen en zorgt voor onrust.

## Gevolgen van de huidige situatie:

- Het is voor de klant niet duidelijk welke vraag bij wie gesteld moet worden. (Van loket naar loket)
- Woots wordt soms gezien als concurrent *“Ze zijn overgestapt op Woots”*
- Nieuwe naam brengt nog meer verwarring in naamgeving CITO Lib VO, Cito Vas, Cito Woots

# Go-to-market en positionering van Woots is onduidelijk voor de scholen en zorgt voor onrust.

Kernvraag aan Cito

Wat is de positionering en go-to-market van Woots

**Antwoord vanuit de stuurgroep**

Strategische marketing is niet goed opgepakt en heeft aandacht. Acties liggen bij Cito

# Risico op klantuitval door wegvallende subsidie voor Leerling Volg Systeem

# Afbouw van subsidie Leerling Volg systeem is kritisch moment in klant behoud

## Huidige situatie

- Veel (vooral minder mature) scholen zijn gestart met **LIB VO** van Cito, mede dankzij de beschikbare subsidie.
- De subsidie stopt binnenkort.
- Er is nog geen duidelijke actie of communicatie vanuit Cito over de gevolgen hiervan.

## Gevolgen

- **Gemiste kans op binding:** Zonder actie mist Cito het moment om scholen aan zich te verbinden op inhoudelijke meerwaarde.
- **Risico op churn:** Scholen die vooral vanwege subsidie gestart zijn, stoppen mogelijk met LIB VO zodra de financiële prikkel verdwijnt.

## Antwoord vanuit de stuurgroep

Er is geen directe subsidie gekoppeld, maar subsidie gelden zijn hier wel voor gebruikt. Actie is om inzichtelijk te krijgen hoeveel scholen via deze weg LIB VO gebruiken



# Rol van Product Manager is essentieel in de transformatie

# Rol van Product Manager is essentieel in de transformatie

In de huidige situatie zien we een aantal strategische uitdagingen samenkomen:

- **Marktverlies:** Het product verliest terrein, mede doordat klanten onvoldoende waarde ervaren of afwijken naar alternatieven.
- **Producttransitie:** Er is een beweging van een bestaand systeem (LIB VO) naar een nieuw systeem onder een nieuwe naam (Woots), maar:
  - De nieuwe naam is nog niet geland in het veld
  - De positionering is onduidelijk
- **Klantgerichte koerswijziging:** Cito wil een transitie maken naar een meer outside-in manier van werken, waarbij klantbehoefte en gebruik centraal staan.

# Rol van Product Manager is essentieel in de transformatie

## Ongevraagd advies: Voer een assessment uit op productmanagement:

- In kaart brengen of de juiste competenties aanwezig zijn om klantgericht, adaptief en verbindend te werken.
- Helpt om te bepalen waar bijgestuurd of ontwikkeld moet worden — individueel of organisatorisch.
- Geeft richting aan het profiel voor de nieuwe Product Manager op KLT.

## Antwoord vanuit de stuurgroep

Situatie en risico wordt erkend. Momenteel bestaat PM met name uit startende Product Managers, die nog in het leertraject zitten. Nog geen actie gedefinieerd.

Aanvullende activiteiten

# Projecten

# Projecten

## Vanuit Cito

- **Uitwerken gedetailleerde klantreis voor LIB VO 2026**
  - Nieuwe klanten en/of Migratie
- **Uitwerken van de Klantreis 'Bewustwording & Aankoop' onder de lijn van zichtbaarheid om het interne landschap in kaart te brengen**
  - Met een kleine groep uitwerken (Los van de kerngroep)
- **Extra interviews afnemen om meer inzicht te krijgen en aannemens te valideren**
  - Belangrijk om de doelstellingen van de extra interviews scherp te hebben.

## Vanuit 3sides

- **Assesment op rol van Product Manager (+/- 32 uur)**

Acties

# Besluiten en acties

# Besluiten en acties

Wat	Omschrijving	Wie
actie	<p>Vanuit Bert Thijs is de behoefte om de klantreis voor LIB VO 2026 in detail uit te werken. Voor zowel de migratie van bestaande klanten als voor de pilot klanten.</p> <p>Lammert plant afspraak met Bert Thijs om dit door te spreken om tot een tijdsinvestering en planning te komen.</p>	Lammert
Actie	Stoppen subsidie: Vraag staat nog open hoeveel scholen geraakt worden als deze subsidie gelden stoppen.	?