

1日 顧客の購買行動プロセスを、感動体験の旅として見える化する

詳細は
セミナーID

JMA151440

検索

23 カスタマージャーニーワークショップ

対象

- 複雑化している顧客の購買行動を理解することが難しいと感じている方々
- カスタマージャーニーを通じて顧客理解を深め、効果的なUXを実現したい方々
- BtoB事業にもマーケティング力が必要になり、カスタマージャーニーの作成手法を習得したい方々

ねらい・特徴

- ◆顧客の行動をより深く理解することができる
行動の裏に隠れている思考や感情の変化に注目し、顧客の体験を理解し、共感することができる
- ◆顧客の視点から、顧客によりそった効果的なマーケティング戦略・施策を発想できる
企業側のひとりよがりの商品・サービス、提供方法、販促活動に陥らない
- ◆組織の共通言語となり、素早く質のよい合意形成を図ることができる
営業、開発、マーケティング、製造、協力会社等とビジュアルで共有することで、認識のズレが解消し、スムーズな意思決定が可能となる

会期・開催地

会場(東京) 2024年 7月23日(火)

講師 (敬称略)

高橋 澄子 経営コンサルタント・公認心理師
(株)MOMO 代表取締役

参加料 (税込)

日本能率協会法人会員：64,900円／1名
会員外：77,000円／1名
(注)テキスト(資料)費が含まれております。

受講者の声

- ワークショップによるリアルなカスタマージャーニーを経験、理解することができた。
- カスタマージャーニーの作り方を習得し今後の業務に活かしていきたい。
- 他のメンバーのジャーニーを深掘できたところが良かったです。

プログラム

(昼食12:30～13:30)

時間	1日
10:00	1. 研修のはじめに <ul style="list-style-type: none">•ワークショップは体験から気づく場
	2. カスタマージャーニーマップとは <ul style="list-style-type: none">•買い物は、顧客の体験の旅である•行動の裏には心理が隠されている
	3. マップ作成ワーク(1) <ul style="list-style-type: none">•自分自身の体験を振り返る•感情・思考に注目する
	4. マップ作成ワーク(2) <ul style="list-style-type: none">•他者の体験を引き出す•顧客像(ペルソナ)を明らかにする
	5. 分析・活用を考えるワーク <ul style="list-style-type: none">•顧客接点ごとの課題を明らかにする•自社での活用を考える
	6. 全体の振り返り
17:00	