

実務の改善に繋がる 実践的 カスタマージャーニーマップ 作成ワークショップ

会 期 2025年 2月13日(木)～14日(金)
2025年 6月25日(水)～26日(木)

開催会場 日本能率協会 研修室
(東京都港区芝公園)

対 象

消費者向けビジネス、法人向けビジネスにおいて

- 顧客のより深い理解が求められているマーケティング関連部門の方々
- 顧客に感動を与え購買促進したい営業部門・販売部門の方々
- 顧客への共感が求められるアフターサービス部門・お客様対応部門の方々
- 質の高いユーザーエクスペリエンス (UX) を提供したい設計部門・開発部門の方々

講 師

高橋 澄子 氏

経営コンサルタント・公認心理師
(株)MOMO代表

本セミナーのねらい

顧客が商品・サービスに求めるものは、商品の機能・性能から気持ちの満足や新しい体験との出会いなど、購買プロセス全体で生み出される心理的な価値にシフトしています。

心理的な価値を提供するために、最適な購買プロセスを設計し直す必要が出てきました。

『カスタマージャーニーマップ』は最適な購買プロセスを描き、既存の商品や顧客接点でのサービスを見直すために開発された手法ですが、マップのつくり方によっては実務の改善につながらないとの悩みもよくうかがいます。

本セミナーでは、マーケティング、設計、開発など商品や顧客接点を創造する方々、営業、販売、アフターサービス、お客様対応など顧客接点を担う方々に向けて、購買行動を促進させる鍵となる顧客の心理(思考や感情)を徹底的に深掘りすることで、本当に実務の役に立つ『カスタマージャーニーマップ』の作成スキルと実務での活用方法を学んでいただきます。

BtoCだけでなく、BtoBのお客さまの購買促進、行動促進にも効果的です。

プログラム

<昼休み 12:00～13:00>

1日目：カスタマージャーニーマップで 顧客の行動と心理の流れを明らかにする

2日目：カスタマージャーニーマップから マーケティングの改善策を考える

1 カスタマージャーニーマップの必要性

- (1)現在の顧客が求める価値は変化している
- (2)顧客の行動の分析から心理の分析へ重点を変える

2 カスタマージャーニーマップの意味と構造

- (1)過去のカスタマージャーニーマップのよくある失敗
- (2)カスタマージャーニーマップの基本構造
 - ①ペルソナ：想定顧客像
 - ②顧客接点(タッチポイント)：直接・間接
 - ③行動：心理を生むトリガー
 - ④心理(認知/感情)：行動を生むトリガー

Point マップの基本構造と要素間の関係を理解する

3 観察学習 カスタマージャーニーマップ 作成デモンストレーション

- (1)マップ作成の基本手順
 - (2)体験から心理を引き出す「傾聴」スキル
 - (3)観察結果の発表、解説
- Point** 行動をうながす鍵を握る心理(思考/感情)の深掘りスキルを見て学ぶ

4 作成演習 カスタマージャーニーマップ作成

- (1)参加者同士でお互いの購買体験のマップ作成
 - (2)顧客・企業側、両方の立場・視点をリアルに体験する
- Point** 顧客のリアルな心理と影響を受けて変化する購買行動の見える化を練習する

4 作成演習 カスタマージャーニーマップ作成

(1日目の続き)

- (3)完成したマップの発表・講評

5 分析演習 カスタマージャーニーマップの読み取り

- (1)顧客接点の抽出 (2)顧客接点ごとの心理・満足度の評価
- (3)心理・満足度と行動の関係の理解

Point どんな心理が次の行動を促進または阻害するかを学ぶ

6 分析演習 カスタマージャーニーマップによる マーケティング課題の発見

- (1)顧客接点ごとの課題検討
 - (2)課題ごとの改善・革新アイデア発想
- Point** 好ましい感情や体験を増幅する可能性と積み上げる考え方を学ぶ

7 作成演習 自社のカスタマージャーニーマップ作成

- (1)自社の顧客の購買行動を対象に作成
- (2)商品、顧客接点の課題の発見
- (3)足りない情報を確認する
- (4)カスタマージャーニーマップの完成と社内活用のアクション検討
- (5)発表・講評

Point 足りない情報を明らかにし、マップを持ち帰り社内で活用する方法を学ぶ

8 2日間の振り返り

- 質疑応答
- まとめ

※プログラム内容は、変更される場合があります。また、進行の都合により時間割が変わる場合がございます。あらかじめご了承ください。

◆ 関係部門・関心のある方へご回覧・ご紹介ください。

実践的カスタマージャーニーマップ作成ワークショップ

講師紹介
(敬称略)

高橋 澄子

経営コンサルタント・公認心理師

株式会社MOMO代表

広告会社でマス広告・セールスプロモーションの企画・制作に従事。体系的なマーケティング活動の必要性に目覚め、1990年経営コンサルタントに転身。主に消費者向けの新商品・新事業開発、マーケティング、顧客サービスの向上を支援し、商品企画者・マーケッターの養成研修多数。2007年起業後は消費者心理研究も。

【書籍】「はじめての新事業開発マニュアル」海文堂

「ヒット商品開発のための一見えないニーズのつかみ方」技術情報協会

「高齢者・アクティブシニアの本音・ニーズの発掘と製品開発の進め方」技術情報協会

お申し込みについて

定員になり次第、申込受付を終了します。お早めにお申し込みください。

C

1



パソコン(各種検索サイト)からダイレクトで

セミナーID(半角数字) **JMA 152599** で検索

もしくは、<https://school.jma.or.jp/>

※貴社の情報セキュリティ方針等でwebからのお申し込みが難しい方は
JMAマネジメントスクールまでお電話にてお問い合わせください。

TEL : 03(3434)6271

2



スマートフォン
タブレットから



参加料 (消費税込)

一般社団法人日本能率協会法人会員	132,000円/1名
上記会員外	148,500円/1名

※参加料にはテキスト(資料)費が含まれています。

※昼食の提供はございません。(各自でご用意ください)

※法人会員ご入会の有無につきましては、下記HPにてご確認ください。

<https://www.jma.or.jp/membership/>

※参加申込規定はJMAマネジメントスクールのWebページ(<https://school.jma.or.jp/>)に掲載しておりますので確認、ご同意のうえお申し込みください。

参加定員 15名 (参加人数が最少催行人数に達しない場合は、延期もしくは中止にさせていただきます。)

プログラム内容に関するお問い合わせ先 (企画担当)

一般社団法人日本能率協会 経営・人材革新センター

〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22 TEL : 03(3434)1955(直通)

申込に関するお問い合わせ先 (参加証・請求書・キャンセル・変更などに関する内容)

JMAマネジメントスクール TEL : 03(3434)6271

電話受付時間 月~金曜日9:00 ~ 17:00 ただし祝日を除く

E-mail : seminar@jma.or.jp FAX : 03(3434)5505

会場案内 会場地図は、参加証送付時にご案内いたします。

日本能率協会 研修室

〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22

キャンセル・参加日程変更の規定

キャンセルご連絡日	キャンセル料	日程変更手数料 (年度内一回限り)
開催15日前~開催8日前 (開催当日を含まず)	参加料の10%	無 料
開催7日前~前々日 (開催当日を含まず)	参加料の30%	5,500円(税込)
開催前日および当日	参加料の全額	7,700円(税込)

参加日程の変更については、変更後の日程で確実に参加することを条件に1回のみ可能といたします。

電話でご確認後、所定のお手続きをお取りください。万一キャンセルの場合、初回のお申出の日付により上記キャンセル料が発生します。なお変更後の日程のキャンセルの場合も上記キャンセル料を申し受けますのでご了承ください。変更は同一年度内(4月~翌年3月)に限りです。

(注)変更・キャンセルの場合は必ずJMAマネジメントスクールの問い合わせフォームよりご連絡ください。

日本の経営革新

×
学びと成長



日本能率協会(JMA)は、企業経営の要である「ひと」の力を最大にすることを通じ、新たな経営・組織づくりに貢献します。

社長・役員向けプログラムのほか、次世代経営者・幹部育成のための長期プログラム、役職別の能力開発研修、人事・教育、マーケティング、営業、開発・設計・技術、生産、購買・調達など専門領域のスキルアップ研修など年間2,000本以上の公開型研修を開催しています。また、企業・自治体・学校向け、個別課題解決支援も行っています。

会員制度のご案内

一般社団法人日本能率協会は法人を対象とした法人会員制度を設け、セミナー参加料割引をはじめ各種サービスを提供しております。是非この機会にご入会をご検討ください。

詳細は

<https://www.jma.or.jp/membership/>

JMAが選ばれ続ける4つの理由

1 現場課題に
合わせた
プログラム内容

2 実践力のつく
演習

3 研修結果を
継続させる仕組み

4 多様な業界、
業種と交流