

未来創造志塾 16期第4回(2017. 6. 12)

ワクワク系「顧客ロイヤリティ・マーケティング」第4回

参考テキスト:小阪裕司著「価値創造の思考法」 博報堂行動デザイン研究所著「行動デザインの教科書」

価値創造の思考法 第4回 「顧客の旅デザインマップ」

ベンチマーク学習 = 経営のヒント286 カープスの顧客視点のビジネスモデルから学ぶ

グループ対話→「デザイン思考」×「顧客の旅デザインマップ」に置き換えると自社の課題が明確になる！

第4章 お客様の充実の旅を計画する(160p)

「お客様の行動」を軸＝時間軸・・・お客様の人生の充実の旅(販売促進活動ではない!)を描く

お客様に行動してもらうための手立て(164p)

1. 購買行動デザイン・・・次回
2. カギとなる行動の発見…
3. 感性情報デザイン…時間軸 (短い＝オペレーション。長い＝顧客の旅デザインマップ)

顧客の旅デザインマップ (175P)

思考ツール (人生ゲーム・ボードゲームみたい)

5つの地「見込み客の地」→「新規客の地」→「顧客の地」…進化→「絆顧客」「応援者」

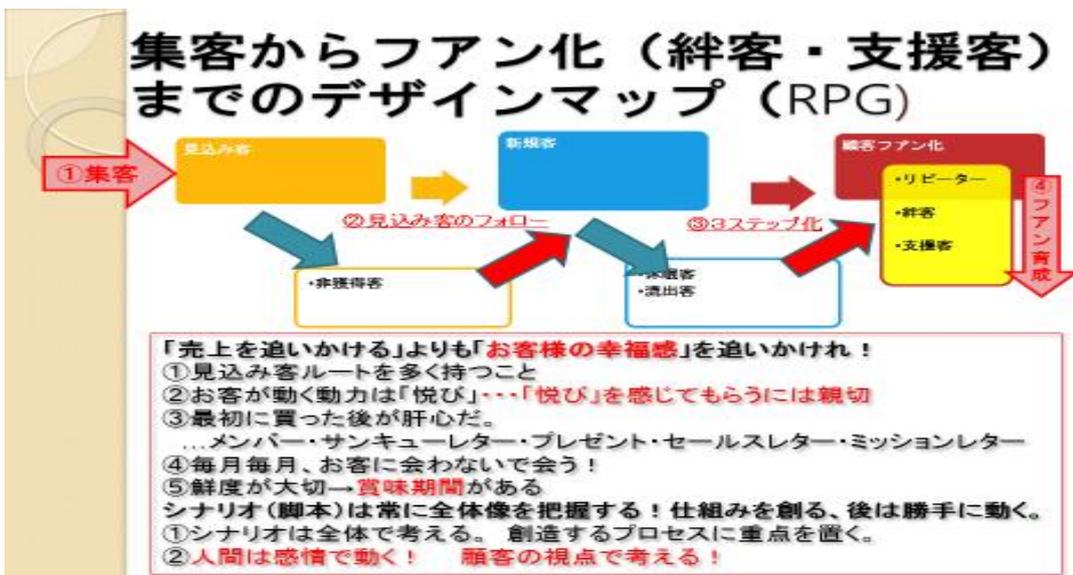
↓ 「待機客の地」 ↓ 「休眠客の地」「流出客の地」

…売らないことを前提に「変身」「体験」を薦める！

デザインマップの3つの有意義な使い方 (192p)

- ① 「時間の流れ」が把握出来ているか？
- ② 「連結」 ひとつの施策が次につながるツールか？→次に何をしたいか？
- ③ 「効果的」な施策として機能しているか？→位置づけ・目的・意味 (目的とゴール設定)

顧客の旅「デザインマップ」



- Step1 集客の仕組み…
- Step2 3ステップ化の仕掛け…その意味・意義・価値
- Step3 ファン育成の仕組み…
- Step4 紹介・ロコミの仕掛け…

振り返りシート (アクティブラーニング)

究極の質問「一番ダイジなのは何だと思えますか？」

Step 1 1分間、自分ひとりで考えてメモする。

Step 2 グループで、今回の発表者を決める。

Step 3 3分間、グループで話し合う。

Step 4 代表者が3分間プレゼンテーション (メンバーはサポートする)

振り返り・シート (価値・意義・意味・貢献)

名前 _____

1. 究極の質問「一番ダイジなのは何だと思えますか？」

2. なぜ、そう思ったのか? 感じたのか? 3. 具体的な事例は? 4. これからの行動はどうするのか?