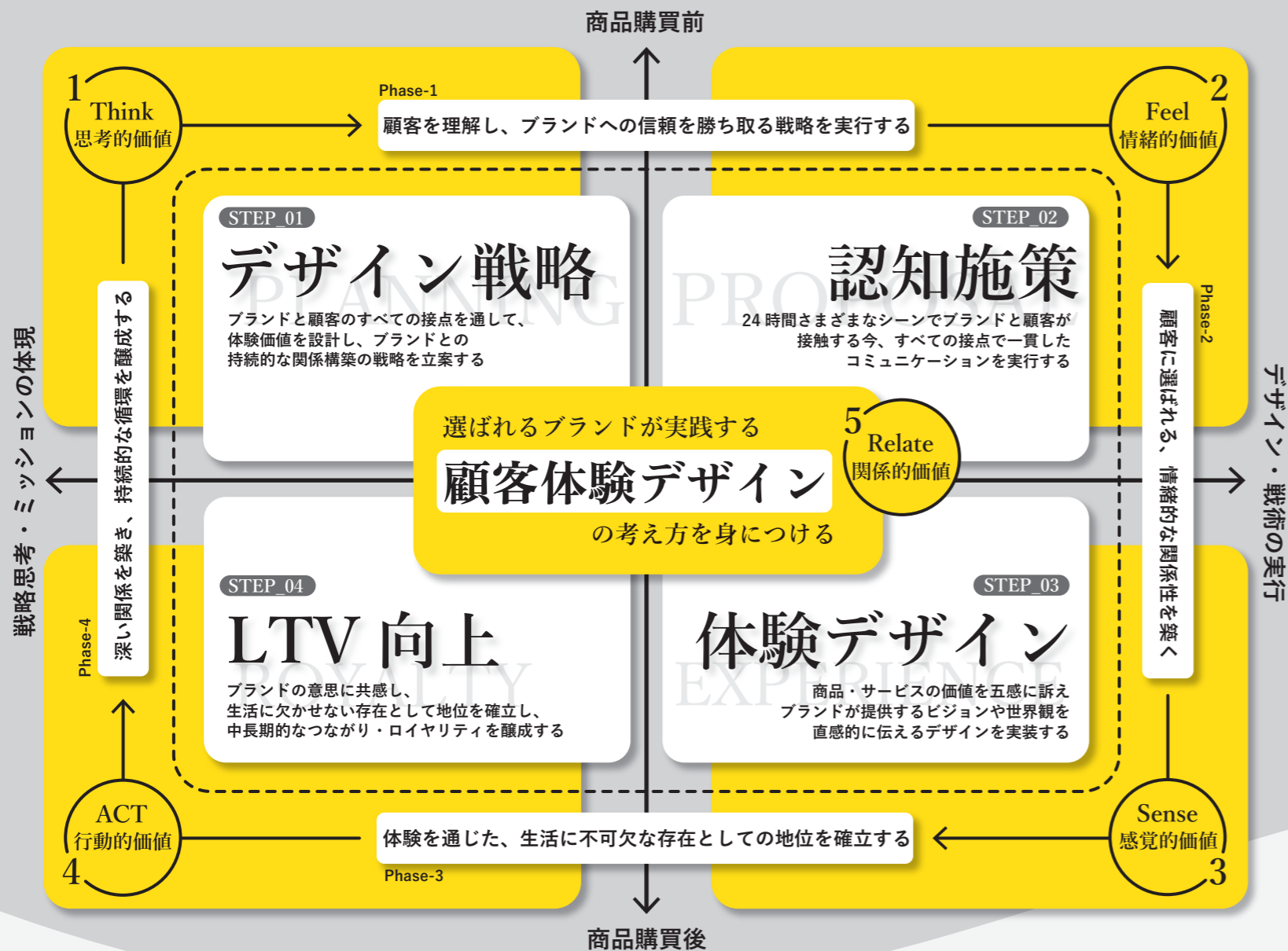


顧客を理解し“選ばれるブランド”を体現する技術を学ぶ 顧客体験デザイン実践講座

プロセスと考え方を体系化した決定版

2024.4.8MON - 5.31FRI

優れたブランドは顧客と素晴らしい体験を共有し、長期にわたり生活者と繋がり続け、必要不可欠な存在へと持続的に成長し続ける循環を実現しています。この循環のエンジンとなるのが、まさに本講座でテーマとして扱う「顧客体験」です。ブランドを通じた顧客体験をデザインすることの重要性は説かれているものの、実際にマーケターやデザイナーはどのように考え、どのようなプロセスを経て顧客体験をつくりあげていくべきか。表立って語られることの少ない顧客体験のデザインを起点としたブランド戦略の裏側を「デザイン戦略・認知施策・体験デザイン・LTV向上」の4つの視点から体系化。実際の事例をもとに18名のトップクリエイターがその技術を公開します。



STEP 01 デザイン戦略

優れた顧客体験デザインか否か、差を分けるのは「いかに顧客を理解するか」だ。まずはブランドの顧客を深く理解するため徹底したリサーチと問いの設定を行い、それに基づくブランドと顧客のあるべき関係性を構築するためのデザイン戦略の立案手法を5人のビジネスデザイナーから学ぶ。

- 豊かな顧客体験をつくるパーバズドリブなデザイン経営
—— KESIKI 石川俊祐氏
- 事業成長に貢献するデザインイノベーション特別講座
—— Takram 田川欣哉氏
- ビジネスデザイン力養成講座
—— kenma 今井裕平氏
- 変化をもたらす問いのつくり方
—— PwCコンサルティング 野々村健一氏
- 未来思考のクリエイティブ人材に求められる条件
—— 富士通デザインセンター長 宇田哲也氏

STEP 02 認知施策

立案した戦略をコミュニケーションに落としこみ、購入前の顧客から信頼を勝ち取るのが本フェーズ。さまざまなシーンでブランドと生活者が接触する時代に一貫したブランドの意思を伝え、体験をつくり出す手法を事例から学ぶ。

- 本質的なブランドをつくるためのブランディング講座
—— 柴田陽子事務所 柴田陽子氏
- 本質を可視化する力
—— 日本デザインセンター 原研哉氏
- 領域を超えて巻き込み、つなげていくデザインの力
—— goen° 森本千絵氏
- マーケティングクリエイティブの二刀流で打率を10倍にする方法
—— PARTY 中村洋基氏

STEP 03 体験デザイン

商品・サービスを通して情緒的・感覚的価値を五感に訴え、ブランドと顧客の関係を一気に縮めて生活に必要不可欠な存在へと昇華するための体験をデザインする。ブランドとして提案するビジョンを実際の体験を通して体感させ、情緒的なつながりをつくり、選ばれるブランドへ押し上げる技術を身につける。

- 顧客ストーリーから考えるコンセプトメイキング
—— ソニーデザインコンサルティング 細田育英氏
- 越境するクリエイターの未来
—— Whatever 川村真司氏
- アートディレクター視点でのプロダクトブランディング
—— KIGI 植原亮輔氏
- すべての人に必要なデザインリテラシー
—— TSDO 佐藤卓氏
- またとない形にするデザイン
—— 日本デザインセンター 色部義昭氏

STEP 04 LTV 向上

3ステップを経てロイヤリティを高めた後顧客と中長期的な関係を築くため、カスタマージャーニーをもとにしたLTVを最大化するコミュニケーションの立案と実行が必要です。選ばれ続ける好循環を生み出す実務家から、事例をもとにその考え方を学ぶ。

- 時代を乗り越えるブランドのつくりかた
—— TBWA HAKUHODO 細田高広氏
- 事業開発に欠かせない『N=1発想法』
—— スマイルズ 野崎互氏
- 水野学のブランディングデザイン術
—— good design company 水野学氏
- デザイナーとしての体験の仕事術
—— ドラフト 宮田識氏

複数人受講可
法人申込
現在受付中

4月申込限定
60%OFF
現在受付中

オンデマンド
6ヶ月間
受講可能