

기업 맞춤형 인하우스 과정으로도 만나 보실 수 있습니다.

제품과 서비스 너머 '경험'을 설계하라!

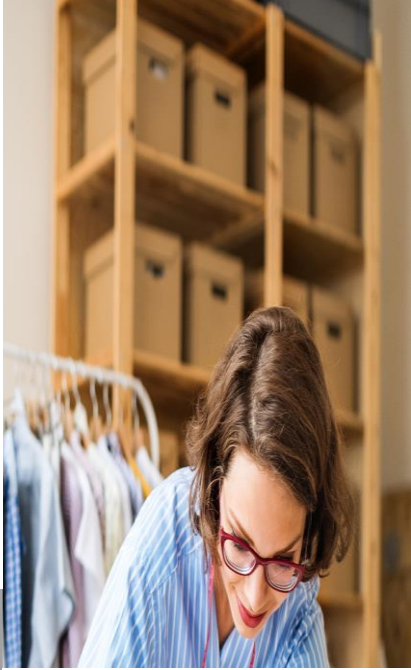
# 고객 경험의 이해와 고객 여정지도 워크숍

#Customer eXperience # Customer Journey map

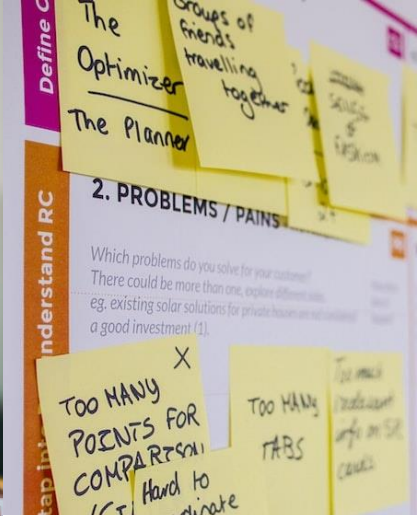
2024년 5월 10일 (금요일)  
(얼리버드 등록 시 혜택)

(주)피플앤사이트 디자인씽킹랩

#고객을만나야기를  
주고받는데시간을  
아끼지말라. 얼마나  
많은기업이고객의  
소리를듣지않는지알게  
되면 놀랄것이다.  
-로스 페로



#터치포인트



#고객경험



#여정지도



# 고객10명 중 7명은  
고객에게 탁월한  
서비스를 제공한다고  
믿는 기업에게 돈을 더  
쓸 의향이 있다고 응답





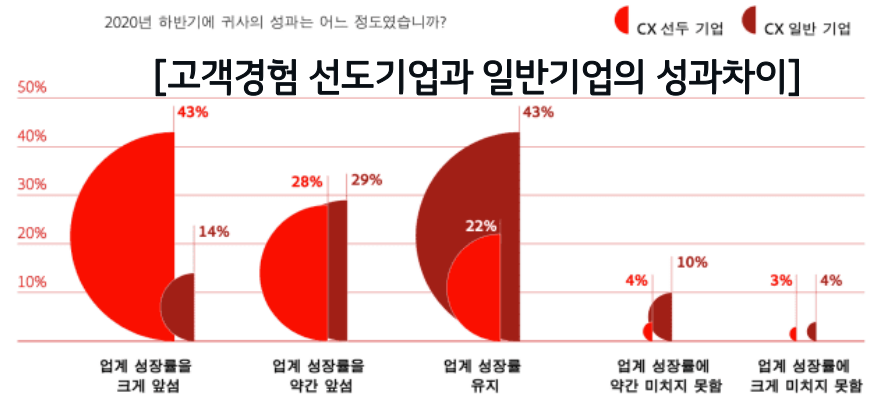
# 신뢰와 몰입을 거쳐 충성까지 가는 고객 경험 여정을 설계하라!

1990년대 기업은 고객의 중요성을 인지하고 고객만족을 중요하게 생각하기 시작했습니다. 이러한 흐름은 2010년대 들어서면서 '고객경험관리'로 진화하게 되었습니다. 공급과잉은 소비자에게 주도권을 쥐게 했으며 특히 디지털트랜스포메이션과 팬데믹은 온오프라인의 융합을 주도하는 등 시장에서의 급격한 변화를 만들었습니다. 이제 기업은 제품 탐색에서 구매, 사용 단계에 이르기 까지 모든 고객 여정에 대한 분석과 개선을 통해 고객 경험을 개선하는데 집중해야 합니다. 고객의 눈으로 우리의 제품과 서비스를 바라보는 Outside in 전략이 필요합니다.

- ✓ 고객의 경험을 얼마나 이해하고 계신가요?
- ✓ 우리가 알고 있는 것과 실제와 차이가 있다는 사실도 알고 계신가요?
- ✓ 효과적인 고객 경험 관리를 고민하고 계신가요?
- ✓ 고객의 경험을 의사결정의 최우선판단의 기준으로 삼고 계신가요?
- ✓ 새로운 사업 기회 발굴을 원하시나요?

## 고객경험 선두기업과 일반기업의 양극화는 심해졌다.

글로벌 팬데믹 속에서도 2020년 고객경험 선두 기업의 70% 이상이 동종업계 기업을 뛰어 넘는 비즈니스 성과를 기록한 것으로 나타났다.



디지털 트렌드 설문조사(2020년 4분기), n - CX 선두 기업 = 1,081, CX 일반 기업 = 4,864

\* 출처: 어도비 '2021 디지털 트렌드 보고서'(출처: ZDNET)

# 주요내용

## Program Outcomes

고객경험은 고객이 기업이나 브랜드와의 관계를 통해 해당조직과 주고 받는 모든 상호작용을 의미하며, 이러한 고객경험을 이해하기 위해 대표적인 방법은 바로 고객여정지도(Customer Journey Map)를 활용하는 것입니다. 고객여정은 고객과 브랜드의 상호작용이 나타나는 지점을 순차적 나열을 통해 문제를 파악하고 고객이 브랜드와 어떤 시기에 어떤 채널을 접촉하게 되는지를 종합적으로 이해하는 과정입니다.

고객경험이해와 고객 여정지도 작성의 장점

- 고객경험 이해의 프레임워크를 이해하게 된다.
- 고객에 대한 시각을 내부에서 외부로 전환한다
- 조직 공통의 큰 그림을 공유하게 된다.
- 조직의 사일로 무너뜨리는데 도움이 된다.
- 팀 간의 논의를 촉진시키고 조직을 집중하게 만든다
- 조직에게 개선과 혁신의 기회를 제공한다.

## Skills You will Gain

고객 인사이트, 고객경험 이해, 고객경험 개선, 여정지도 작성, 페르소나 이해, 인터뷰 스킬

## Program Curriculum

### Part1 . 고객경험의 이해 개요 (1h)

- 고객경험 개요
- 새로운 고객경험 설계를 위한 요소
- 탁월한 고객경험 기업 사례

### Part2. 고객 여정지도 개요 (2h)

- 고객여정지도 이해
- 고객여정지도 구성요소
- 여정지도 작성을 위한 고객 공감기법

### Part3. 고객 여정지도 작성 워크샵 / 실습 (2h)

- B2C 기업의 고객 여정지도
- B2B 기업의 고객 여정지도 (선택)
- 여정개선을 위한 아이디어이션

\*커리큘럼은 사전예고 없이 일부 변경 될 수 있습니다.

# 고객경험의 이해와 고객 여정지도 워크숍

## Participation Guide



대상

- 우리기업의 고객경험을 이해하고 개선하려는 기업의 책임/담당자
- 새로운 제품과 서비스 개발을 하고자 하는 책임/담당자
- 고객경험관련 부서 담당자 등



일정

2024년 5월 10일 (금) 13:00~18:00



장소

서울 강남 소재 강의장  
참가자분들에게 개별 안내 드립니다



참가비

30만원(부가세 별도)  
\*1사 2인 이상 참여시: 10% 할인 (얼리버드와 중복 혜택 불가)  
\* 얼리버드(~4/26) 참가자 10%만원 할인 (1사2인과 중복 혜택 불가)



문의

(주)피플앤인사이트 디자인씽킹랩  
02-556-2976, 010-8283-2978, edu@pninsight.com



참고

\*개강1주전 1차 마감하여 개강여부를 확정할 수 있습니다.  
\*프로그램 특성상 행사 개시 1주 전 까지만 취소 가능 합니다.  
\*컨텐츠보호를 위해 교육 기업/기관의 참가를 제한할 수 있습니다.

신청 하기  
(카드결제)

\*네이버 예약에서 결제

신청 하기  
(계좌이체)

\*법인세금계산서 or  
현금소득공제 영수증

김현주 대표  
피플앤인사이트



**분야**

- 디자인 씽킹(Design Thinking), 워킹 백워드(Working Backwards), 고객경험(Customer Experience)

**주요 강의와 워크샵**

- DT활용 문제해결 : 현대차 임원그룹 조직실행과제 도출 디자인씽킹 워크샵, 현대차그룹MI 창의적문제해결
- 디자인 씽킹 워크샵 : LG전자, 삼성SDI, SK하이닉스, CJ, 코로웅그룹, 매일유업, 이마트, LS미래원, WWF, UN글로벌컴팩트, 고용노동연수원, 농식품유통교육원 등
- DT전문가 육성 : 한화생명 디자인씽킹 사내 전문가 육성, KGC인재개발원 전문가 과정
- 고객경험 : LG인화원 고객경험의 이해 워크샵, 바이피 고객경험 이해 및 심화과정 등
- 워킹백워드 : 삼성생명 서비스 개발 워크샵 및 아이디어이션 워크샵, LX하우스스 핵심인재 신제품 개발 워크샵
- 캡스톤 : 서울대 공학전문대학원, 경희대 대학원, 경기대 등
- 창의인재육성 : 성신여대, 군산대, 항공대, 동국대, 물금고 등
- 교수 워크샵 : 동국대, 대전보건대, 한남대, 군산대, 부산외국어대 등

**학력**

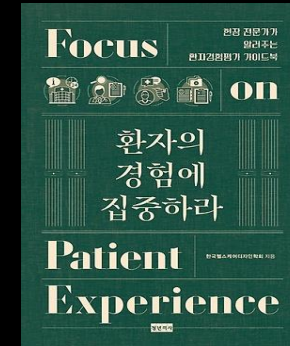
- 인하대 경영학과 박사 수료
- 미국 워싱턴주 Whitworth 대학원 MBA

**경력**

- 현. AT농식품유통교육원 자격시험 (디자인씽킹분야) 출제위원
- 전. 경희대 공공대학원 강사, 인하대 경영학부 강사
- 전. 강원바이오테타기업 육성지원사업 자문위원
- 전. 한성대 멘토단, 상지대 여대생커리어개발센터 자문위원

**저서 /역서**

- 디자인씽킹 비즈니스를 혁신하다 (2018, 틱움, 공역)
- 환자의 경험에 집중하라 (2022, 청년의사, 공역)
- 디자인 씽킹 교수법 (2022, 고려대 교수학습 센터)





## 피플앤인사이트

(주)피플앤인사이트  
02-556-2976, 010-8283-2978  
[www.pninsight.com](http://www.pninsight.com)  
[www.designthinkinglab.co.kr](http://www.designthinkinglab.co.kr)