

고객의 니즈는 변화합니다.
끊임 없이 고객의 경험을 고민하는
기업만이 수익이 마르지 않는 우위를 가지게 될 것입니다.

디자인 씽킹을 활용한 고객경험(CX) 전략 워크숍

일시: 2024년 4월 4일(목) ~ 4월 5일(금)

장소: 강남 교육장 및 현장방문

과정 개요

제품이 아니라 고객 경험을 파는 시대. 고객 경험은 기업의 모든 고객 접점에서 고객이 긍정적 경험(Good Experience)을 느끼도록 관리하는 것 입니다. 아마존, 애플, 구글과 같은 고객 만족도가 높은 기업은 지난 10년 동안 주주 가치를 평균 2배 더 창출한 것으로 BCG는 보고하였습니다. 이처럼 뛰어난 고객 경험은 고객은 물론 기업에게도 경쟁력이 됨이 증명 되었으며 앞으로는 고객 경험이 얼마나 잘 설계 되어 있느냐가 기업의 성패를 좌우하게 될 것 입니다.

Outside-In의 전략적
관점으로 바라봅니다.



공급자가 아닌 고객관점에서 우리의
제품과 서비스를 통해 고객이
경험하는 전체를 이해하는 것이
중요합니다.

PBL방식으로 배우며
고객의 니즈를 찾는
인사이트를 배웁니다.



고객의 니즈는 계속 변화되고
어쩌면 숨겨진 니즈(unmeet
needs)를 아직 발견하지 못했을 수
있습니다.

필드 리서치를 통해,
새로운 고객경험을
제안합니다.



잘나가는 기업들은 어떻게
고객경험을 제안하고 있는지
팝업스토어를 통해 배우고 우리
기업에 적용할 아이디어를 얻습니다.

“고객경험은 고객이 상품과 서비스를 경험하는 모든 과정에서 겪는 감정과 반응을 기획하고 분석하는 것, 고객경험(CX)은 신뢰와 몰입을 거쳐 충성까지 가는 여정이다.”



과정 특징

- 경험 디자인에 혁신을 불어 넣을 디자인 씽킹의 프레임워크 사용
- 고객경험을 체험할 수 있는 현장 방문 및 인사이트 리서치
- 팀 학습자들이 가상의 문제를 해결하면서 지식과 기술을 습득하는 Project Based Learning



과정 마인드셋

- 고객에 집중한다.
- 다양한 관점의 프레임워크를 가진다.
- 시각화하고 보여준다.

과정 주요 내용

분류	모듈	주요 토픽	시간
1일차	디자인 씽킹 기반의 고객 경험(CX) 개요	<ul style="list-style-type: none"> 디자인 씽킹의 문제해결 특징 고객경험 이해와 고객경험의 속성 탁월한 고객경험을 위한 연결요소들과 사례 	1.5h
	고객경험 이해 및 고객경험 필드 리서치	<ul style="list-style-type: none"> 해결과제 소개 고객공감 활동 방법론 이해 및 준비 고객 페르소나를 활용한 고객이해 	2.5h
		<ul style="list-style-type: none"> 필드 리서치 : 고객경험 설계에 인사이트를 붙여넣어 줄 현장 방문 및 체험 	3.5h
2일차	기회 포착과 고객여정 개선	<ul style="list-style-type: none"> 필드 리서치 디브리핑 고객여정의 이해 (접점, MOT, Touch points) 	2h
		<ul style="list-style-type: none"> 고객여정지도 작성과 여정개선 아이디어이션 	2.5h
	고객 경험 설계	<ul style="list-style-type: none"> 새로운 고객경험 프로토타입 테스트 계획 	2.5h
	워크샵 wrap up	<ul style="list-style-type: none"> 과정 정리 및 리플렉션 	0.5h

- 교육과정은 강의와 팀 단위 실습기반의 워크샵으로 구성되어 있습니다.
- 참가가 구성 및 상황에 따라 커리큘럼은 일부 변경하여 진행할 수 있습니다.
- 1일차에는 고객경험 현장 방문 (성수,한남,여의도 등 주제에 따라 선택함) 필드리서치 활동이 있습니다.

고객 경험 필드 리서치 : 인사이드 트립

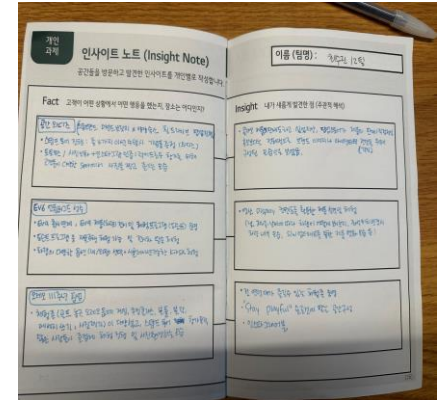
고객 경험의 대표적 아이콘 팝업 스토어! 주요 지역의 '팝업 스토어' 방문과 인사이드 얻기

필드 리서치

- ① 덕산동행복 3F 공강관리국책 : 용산구 자재동로 250
- ② 반석역도 베이비실 출하소책 : 용산구 자재동로 248
- ③ 코포플로소프 할남점 : 용산구 자재동로 260
- ④ 문복소책도야호 : 용산구 자재동로55길 43-1
- ⑤ 서울공예방 : 용산구 자재동로 35

CX 필드 리서치 미션 및 과제

팀원	개인목표	팀목표
단체사진 	CX 필드 리서치 참여자 	현장 서정활동 & PPT가 정리 (영수증/공용)
목적 정보 및 서정활동 팀원끼리 인맥 회사 사내에서 시간을 적게 소비하자 (우유)	CX 필드 리서치 참여 ① 미션(리서치)을 리서치 ② 고객 인터뷰 시, 리서치 ③ 인터뷰 시, 리서치 ④ 인터뷰 시, 리서치	현장서정 현장서정 활동은 리서치 활동과 현장서정 활동은 리서치 활동과 현장서정 활동은 리서치 활동과 현장서정 활동은 리서치 활동과
역할 분담 스토리텔링 인터뷰 사진	인터뷰 시, 리서치 참여 현장서정 활동은 리서치 활동과 현장서정 활동은 리서치 활동과 현장서정 활동은 리서치 활동과	현장서정 활동은 리서치 활동과 현장서정 활동은 리서치 활동과 현장서정 활동은 리서치 활동과 현장서정 활동은 리서치 활동과



(참가자 활동 자료 및 현장 모습)



필드 리서치 계획
 -방문지역 설정
 -리서치 방법론 학습



고객몰입 : 필드 리서치
 -고객 관찰
 -참가자 직접 체험



고객경험 인사이드 도출
 -토론
 -인사이드 정리

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, 브이피 고객경험 이해 및 심화과정 등
- 워킹백워드 : 삼성생명 서비스 개발 워크샵 및 아이디어이션 워크샵, LX하우시스 핵심인재 신제품 개발 워크샵
- 캡스톤 : 서울대 공학전문대학원, 경희대 대학원, 경기대
- 창의인재육성 : 성신여대, 군산대, 항공대, 동국대, 물금고 등
- DT 교수 워크샵 : 동국대, 대전보건대, 한남대, 군산대, 부산외국어대

경력

- 현. AT농식품유통교육원 자격시험 (디자인씽킹분야) 출제위원
- 전. 경희대 공공대학원 강사, 인하대 경영학부 강사
- 전. 강원바이오탈기업 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)



참가 안내



일 정

2024년 4월 4일 (목) ~ 4월 5일 (금) (09:30~18:00)



장 소

강남지역 (참가자분들에게 별도 안내 드립니다)



교 육 비

80만원 (부가세 별도/ 중식포함)



수 료 증

참가자 전원 디자인씽킹랩명의 수료증 제공



할인혜택

-얼리버드 기간 : ~ 3/20까지 등록 시 10% 할인혜택
-1사 2인 이상 참석 시 10% 교육비 할인 혜택 (얼리버드와 중복적용불가)



신청방법

'참가 신청' 버튼클릭 후 신청서 작성
-개강 10일전 1차 신청 마감합니다.



문 의

(주)피플앤인사이트 디자인씽킹랩
(전화) 02-556-2976 / (문자) 010- 8283-2978
(이메일) edu@pninsight.com

*취소/환불 규정: 과정 특성상 개강 5일 전(영업일 기준) 까지만 취소(환불) 가능합니다.
*컨텐츠/저작권을 보호를 위해 타 교육기관은 참여가 제한될 수 있습니다.



참가 신청하기 (카드결제)

네이버 예약 시스템으로 이동

참가 신청하기 (계좌이체)

세금계산서, 현금영수증 발행 가능



디자인씽킹랩

(주)피플앤인사이트
02-556-2976, 010-8283-2978
www.pninsight.com
www.designthinkinglab.co.kr

이 문서에는 피플앤인사이트에서 개발 제작한 콘텐츠 및 영업상의 보호를 받는 내용들 혹은 저작권의 보호를 저작물이 인용되어진 내용들도 포함 할 수 있습니다.
모든 내용들은 독자적으로 인용되거나 발췌되어 사용될 수 없으며, 제3자에게 제공될 수도 없습니다.