

고객여정기반의 서비스 · 제품 혁신

생성AI 활용 고객경험 · 여정지도 워크숍

A Customer Experience & Journey Mapping Workshop with Generative AI

2026년
피플앤인사이트 디자인씽킹랩

기업 맞춤형 인하우스 과정으로 만나 보실 수 있습니다.





제품·서비스 혁신을 위한다면 고객경험 여정부터 점검하라!

[점검해보세요] 우리 조직은 현재...

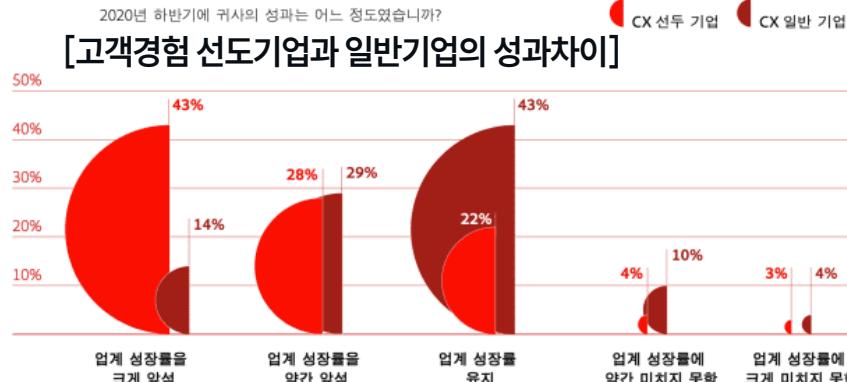
- 고객경험을 '개념'이 아닌 의사결정 기준으로 사용하고 있나요?
- 서비스 개선 논의가 부서별·기능별로 단절되어 있지는 않나요?
- 고객 불만은 존재하지만, 어디서 왜 발생하는지 명확하게 알고 있나요?
- 새로운 서비스·프로세스 기회를 고객 관점에서 재정의할 필요가 있나요?

고객여정지도는 이러한 문제를 하나의 공통 언어와 시각 자료로 정렬해 주는 강력한 도구입니다.

이제 기업은 제품 탐색에서 구매, 사용 단계에 이르기까지 모든 고객 여정에 대한 분석과 개선을 통해 고객경험을 개선하는데 집중해야 합니다. 고객의 눈으로 우리의 제품과 서비스를 바라보는 Outside -in 전략이 필요합니다.

고객경험 선두기업과 일반기업의 성과 양극화는 심해졌다.

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



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

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

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

고객여정지도는?

어떻게 하면 고객을 더 끌어들일 수 있을까?

어떻게 하면 고객이 다시 찾을 만한 가치를 제공할 수 있을까?

어떻게 하면 고객에게 도움이 되는 서비스를 제공할 수 있을까?

고객 여정 지도는(Customer Journey Map)은 개인이 어떤 기업의 고객으로서 겪는 경험을 그림으로 나타난 도표입니다. 고객을 중심으로 서비스 환경을 재구성하고 이슈를 발굴하기에 적합한 도구이기도 합니다. 고객 여정 지도는 단순한 접점의 나열이 아니라 고객의 동기와 태도에 대한 깊은 통찰을 담은 것입니다. 고객 여정 지도를 제대로 사용하기만 한다면, 기업은 아래와 같은 효과를 기대할 수 있습니다.



Outside in

고객 여정 지도를 제대로 사용하기만 한다면, 안에서 밖을 보던 기업의 관점을 고객의 눈으로 밖에서 안을 보도록 돌려 놓을 수 있습니다.



Customer Centric

부분 최적화의 합이 전체 최적화를 보장해주지 않습니다. 고객 여정 지도는 부서와 지위를 떠나 고객 가치 중심에서 고객의 전체 여정을 살펴 볼 수 있습니다.



Service Issue & Visualization

서비스를 이용하는 고객의 행동을 시간의 흐름에 따라 재구성하고 이때 고객에게 제공하는 요소, 고객의 감정 등을 상세히 기술할 수 있어 총체적인 고객경험 및 서비스 흐름 파악이 가능합니다. 가시적으로 표현된 고객 여정 지도는 내부에 판단 기준을 공유하고 제품과 서비스를 개선하는 수단으로 활용될 수 있습니다.

Why | 왜 이 과정인가요?

- 고객경험은 더 이상 마케팅 이슈가 아니라 조직의 성과와 직결된 경영 과제입니다.
- 많은 조직이 고객 중심을 말하지만, 실제 의사결정은 여전히 내부 관점에 머물러 있습니다.
- 고객여정지도는 고객의 실제 경험을 기준으로 문제 정의 – 부서 간 논의 – 개선 방향을 하나로 정렬하는 핵심 도구이기도 합니다.
- 이제 생성형 AI는 고객경험을 개선하는데 있어 업무의 속도와 사고의 폭을 확장하는 도구로 함께 사용할 수 있습니다.

What | 무엇을 다루는 과정인가요?

- 고객경험(CX)의 구조적 이해와 Outside-in 사고 전환
- 페르소나를 활용한 핵심 고객에 대한 니즈와 페인 포인트 발견
- 고객여정지도(Customer Journey Map)를 활용한 고객 행동·감정·터치포인트·페인 포인트 시각화
- 생성형 AI를 활용한 고객 가설 정교화, 여정 누락 점검, 인사이트 구조화
- 고객 관점 기반 서비스·업무 개선 기회 도출

Who | 누구에게 도움이 될까요?

- 서비스·제품을 실제로 책임지고 있는 실무자
- 기존 서비스·제품의 고도화를 고민하고 있는 담당자
- 기획-개발-운영 과정을 조율하는 하는 담당자
- 신사업 혁신과제를 맡은 담당자
- 세일즈, 세일즈 기획 부서의 담당자
- 고객에 대한 이해와 팀 단위 활동이 요구되는 신입사원/신규사원 과정

프로그램 내용 소개

Program Curriculum (기본안)

Part1. CX프레임과 고객 여정지도이해

- 고객경험과 새로운 고객경험 설계를 위한 요소
- 고객경험과 여정지도작성을 위한 필드리서치 방법

Part2. 고객정의와 페르소나 도출 실습

- 생성AI활용 고객 고개경험 도출
- 생성AI활용 페르소나 설정 (행동변수도출, 고객유형설정)

Part3. 고객 여정지도 개념과 작성

- 고객여정지도의 개념과 활용 목적
- 여정단계, 터치포인트, 고객행동, 감정, 페인 포인트 구조
- 생성AI를 활용한 고객 여정 구체화
- 대상고객 여정 단계별 경험 시각화

Part4. 인사이트 & 아이디어 콘셉화

- 문제지점 및 개선 도출 기회 포착 (인사이트)
- 생성AI활용한 고객경험개선과 서비스 아이디어 발산과 수렴
- 생성AI활용 아이디어 콘셉 정리
- 생성AI활용 아이디어 검증계획 수립

Skills You will Gain

고객 인사이트, 고객경험 이해, 고객경험 개선, 여정지도 작성, 페르소나 이해, 인터뷰 스킬, 아이디어 콘셉화, 아이디어검증 계획방법

워크숍 내용구성 및 시간

- 고객사의 니즈에 맞게 커리큘럼은 일부 변경됩니다.
- 워크숍진행은 6시간~16시간 내외 추천 드립니다.



기업들은 이렇게 활용했습니다.



- 글로벌 헬스케어기업 전문회사 O사의 영업 및 영업기획 담당자들은 채널별 고객구매행동 모델을 찾고 세일즈 강화를 위해 워크샵을 진행했습니다.



- H생활협동조합 현장의 활동가들은 매장을 방문하는 고객의 구매 여정을 이해하고, 서비스 개선의 아이디어를 얻기 위해 워크숍을 함께했습니다.



- D유통기업 서비스 운영 담당자들은 지속적으로 발생하는 고객 불만을 부분 개선이 아닌 구조적으로 해결하고자, 고객의 실제 구매·이용 흐름을 한 장의 여정으로 정리하기 위해 본 과정에 참석했습니다.



- 대기업 H리테일 그룹 인재개발원과 유통그룹사 S기업은 신입사원들은 고객여정지도를 통해 고객관점을 배우고, 유통업 조직의 구조와 업무의 흐름을 빠르게 이해할 수 있는 계기가 되었습니다.

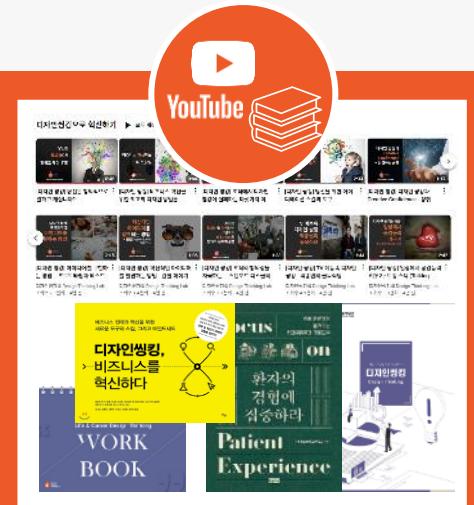
(주)피플앤인사이트 Design Thinking Lab 소개

지난 10여년간 삼성, SK, 현대자동차, LG, HD현대, 한화, 롯데, CJ 등 국내 주요 그룹이 디자인씽킹랩과 함께 했습니다.

(주)피플앤인사이트는 ‘사람과 지식을 통한 성장’이라는 모토로 2013년 설립된 회사입니다. 우리는 성공 비즈니스를 위한 솔루션은 바로 사람(People)과 그 사람들의 통찰(Insight)이라고 믿습니다. 지식과 경험을 통해 사람과 조직의 성장을 돋는데 그 역할을 하고자 합니다. 개인과 조직이 더 가치 있는 일에 집중하고 새로운 지식을 통해 매일매일 성장하는데 우리의 역량과 노력을 보태고 싶습니다. 겸손하고, 올바르게, 천천히 그 일을 하겠습니다.

디자인 씽킹(Design Thinking)은 혁신기업들 중심으로 확산된 <사람 중심의 혁신기법>으로 고객(사용자)의 니즈에 대한 근본적인 이해를 바탕으로 문제 해결에 중점을 두고 새로운 비즈니스 기회를 발견해 내는 창의적 혁신 기법입니다. 갈수록 문제 자체를 정확히 정의하기 어려운 사업환경속에서, 기존의 문제 해결 방식이 가지는 한계를 넘어서기 위해 디자인 씽킹(Design Thinking)이 부상하고 있습니다.

디자인씽킹랩(Design Thinking Lab)은 지난 10년 간의 경험위에 다양한 산업에 경험과 전문성을 보유한 Design Thinking 전문가 그룹과 함께 비즈니스 현장에 바로 쓸만하고, 수준 높고, Practical한 전문 프로그램”을 선보이고 있습니다.



2025 기준



서울디자인재단

#제품·서비스 혁신



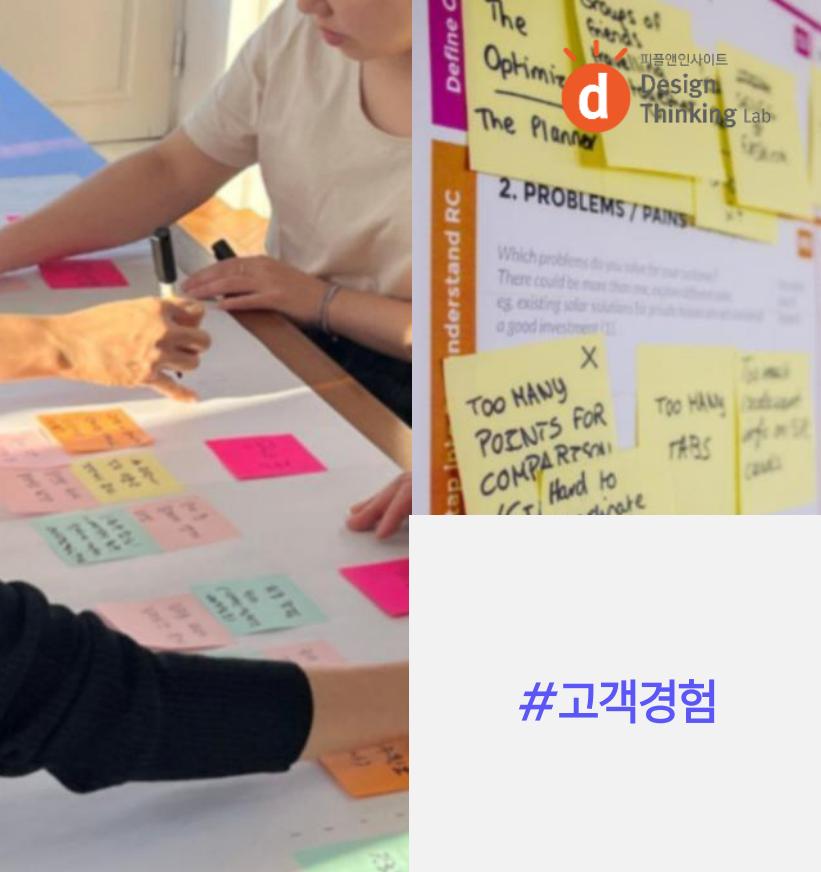
#서비스 개발의 새로운 기준



#터치 포인트



#페르소나 #MOT



#고객경험





THANK YOU

× × ×

///

피플앤인사이트 디자인씽킹랩

02-556-2976

www.pninsight.com

www.designthinkinglab.co.kr