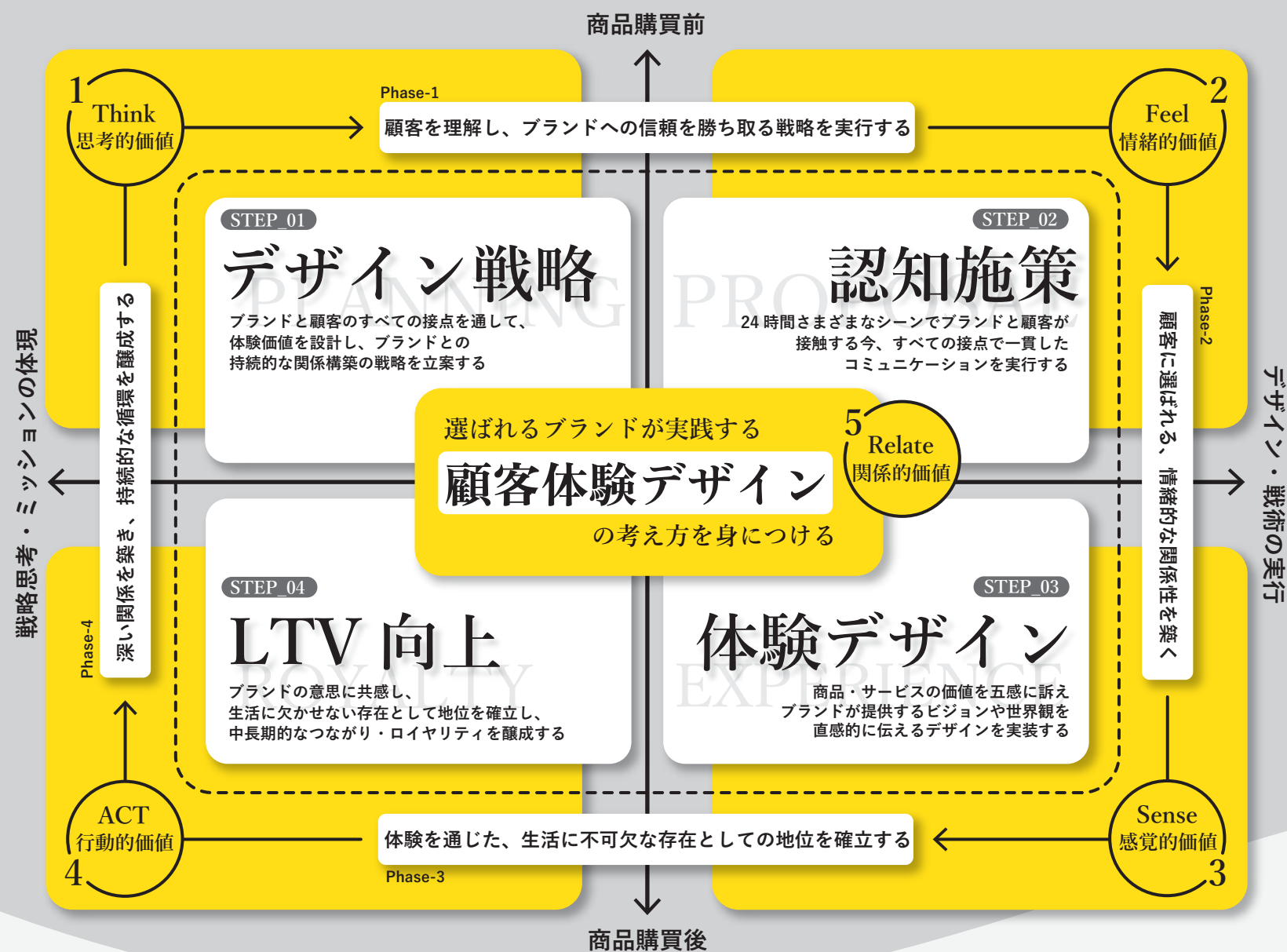


顧客を理解し“選ばれるブランド”を体現する技術を学ぶ 顧客体験デザイン実践講座

プロセスと考え方を体系化した決定版

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。ブランドを通し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パスドリブンなデザイン経営
—— 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
デザインの民主化－創造性が“特権”ではなくなる未来のつくり方
—— コンセプト 長谷川敦士氏

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

ビジネスとデザインを溶け合わせる思考法
—— マネーフォワード 伊藤セルジオ大輔氏

すべての人に必要なデザインリテラシー
—— TSDO 佐藤卓氏

ヒットブランドを創る方法－未来の記憶をデザインする
—— I-ne 今井新氏

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

あなたのブランドは本質を捉えているか。
—— Kontrapunkt Japan 濱口屋有恵氏