

顧客のコンテンツ体験を最適化する

カスタマージャーニーの可視化

顧客の行動分析やタッチポイントの明確化を行い、CXを最適化するワーキング型サービス

顧客目線で行動や接点を分析することにより、
さまざまなコンテンツの制作や提案手法を
より最適なポイントで打ち出すことが可能



自社のモノやサービスとの出会いを
顧客目線になって追体験する

顧客はどのポイントで自社の製品や
サービスを知り、どんな感情で行動
するのかを具体的にシミュレーショ
ンすることで、最適な情報発信の機
会を知ることができます。



いつ・どこで・どんな情報を
発信すれば良いかがわかる

カスタマージャーニーの制作を通
じて顧客の行動や感情が可視化さ
れるので、社内で顧客理解を軸と
した共通言語が生まれます。

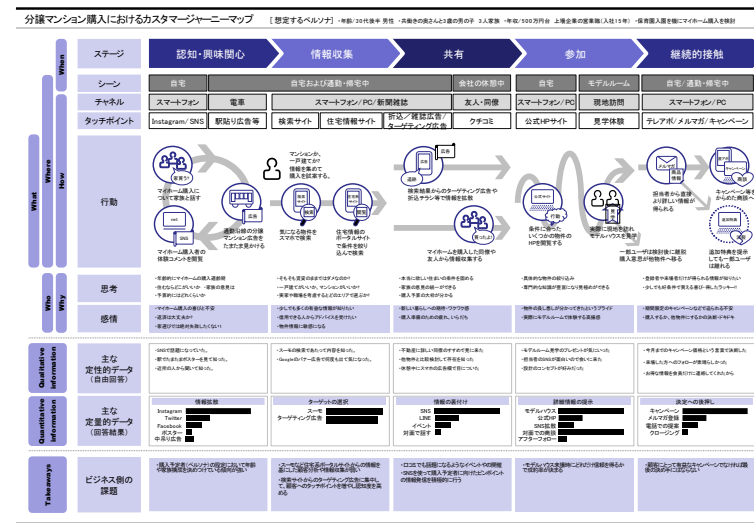


お客様の行動や感情を読み取ることで 「顧客主導」の先を行くビジネス提案が可能になります

カスタマージャーニーマップに応じた コンテンツのオムニチャンネル化の提案

カスタマージャーニーを制作して顧客の行動や感情を可視化することで、社内全体で「顧客が今何を求めているか」を共通理解することが可能。最適なコンテンツを最適なタイミングでお届けするための重要な指針となります。

WEBサイトやSNSだけでなくメールやスマホアプリといったその他のオンラインの接点、さらには展示会やポスター、チラシなどのオフラインの接点も含めて様々なコンテンツを連携した複合的なアプローチ（オムニチャンネル化）をご提案します。



💡 こんな利活用が可能です

- ①顧客目線でモノやサービスとの出会いや行動を考察することで明確なゴールが見える
- ②部署の垣根を超えて顧客に対しての共通した理解度を深めることができる
- ③いつ・どこで・どんなコンテンツや商品の発表をしたら効果的かが可視化できる

