kod szkolenia: E-CJO / PL e-learning

Customer Journey - analiza ścieżki klienta - e-learning

Szkolenie, które pozwala zrozumieć, zaprojektować i skutecznie wykorzystać narzędzie Customer Journey do optymalizacji doświadczeń klienta na każdym etapie kontaktu z firmą, produktem lub usługą. Kurs składa się z 5 modułów, a jego realizacja zajmuje 18–22 godziny. Uczestnicy uzyskują roczny dostęp do platformy, materiałów wideo, ćwiczeń oraz przykładów praktycznych z różnych branż. Szkolenie łączy podejście service design i design thinking, dostarczając gotowe narzędzia do tworzenia map podróży klienta.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie skierowane jest do projektantów usług, innowatorów i osób prowadzących projekty transformacyjne, którzy szukają narzędzi do współpracy i analizy potrzeb użytkowników:
Managerów i liderów zmian, którzy chcą dostosować swoje produkty, usługi lub procesy do zmieniających się potrzeb klientów.
Specjalistów ds. doświadczeń klienta (CX), rozwoju usług, marketingu i HR, pracujących nad optymalizacją ścieżki klienta lub pracownika.
Zespołów interdyscyplinarnych, które chcą lepiej zrozumieć zachowania swoich klientów i planować działania na podstawie danych.

Korzyści

1. Praca z narzędziem Customer Journey – poznasz różnice między mapą podróży klienta a innymi narzędziami UX, takimi jak empatia, lejek zakupowy czy service blueprint.
2. Wykorzystanie w różnych obszarach – dowiesz się, jak stosować Customer Journey w marketingu, sprzedaży, HR, zarządzaniu oraz tworzeniu produktów i usług.
3. Praktyczne badania – nauczysz się prowadzić tradycyjne i cyfrowe badania użytkowników oraz

analizować dane jakościowe i ilościowe.
4. Mapowanie doświadczeń – opanujesz technikę tworzenia mapy ścieżki klienta krok po kroku, w tym identyfikowania punktów styku i mierników efektywności.
5. Zastosowanie w zespole – będziesz przygotowany do samodzielnego przeprowadzenia warsztatów Customer Journey w swojej firmie lub organizacji.

Program szkolenia

1 .Czym jest Customer Journey (ścieżka klienta)?

- Model Customer Journey i jego założenia.
- The Bow-Tie Funnel – nowe spojrzenie na lejek sprzedażowy.
- Sesja najbardziej nurtujących pytań i odpowiedzi w temacie ścieżki użytkownika.
- 10 przykładów zastosowań podróży klientów.
- Case study CJ w wybranych branżach.

2. Metody badawcze & digital research

- Badania? Ale po co? Znaczenie badań i analizy danych
- Jak przygotować się do badań? Lista potrzebnych materiałów
- UX, UI i inne doświadczenia – jakie mają znaczenie w biznesie?
- Przykłady firm, które inwestują w mapowanie doświadczeń klientów
- Badania na żywo – wywiady, service safari, obserwacje.
- Badania digital – ankiety i wywiady, analiza zachowań użytkowników i netnografia (social listening),

3. Priorytetyzacja danych i wniosków

- Jak zarządzać danymi z badań? Jak interpretować dane i wyciągać wnioski?
- KANO – o modelu i wykorzystaniu.
- Jak przygotować się do sesji Customer Journey?
- Narzędzia do Customer Journey – rekomendacje i porównanie dostępnych narzędzi do mapowania ścieżek klienta online i offline (customer journey map, czyli mapy podróży klienta)

4. Warsztat Customer Journey Mapping

- Praktyczne wskazówki i instrukcja krok po kroku, jak mapować doświadczenia klientów (customer experience) i tworzyć Customer Journey Map (mapy podróży klienta).
- Persona odbiorcy a różne scenariusze korzystania z usługi.
- Customer Journey Mapping – elementy składowe.
- Aktywności i potrzeby użytkowników.
- Punkty styku i kanały.
- Doświadczenia użytkowników, potencjalne bolączki i szanse na zmianę / optymalizacje / innowacje.
- Mierniki efektywności Customer Journey i poszczególnych aktywności użytkownika.
- Customer Journey a Service Blueprint Map.

5.Customer Journey i co dalej? Wykorzystanie wiedzy i danych pozyskanych z narzędzia

- Wykorzystanie wiedzy i danych pozyskanych z narzędzia.
- Sposoby walidacji i metody generowania danych.
- Sposoby mierzenia efektywności Customer Journey.
- Jak przeprowadzić szkolenie Customer Journey z zespołem / klientami / konkurencją?

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników

Szkolenie obejmuje

– Dostęp do kursu przez 365 dni
– 5 modułów szkoleniowych na platfiormie online
– 18-22h materiałów szkoleniowych (wideo, atrykuły, podcasty)
– Dyplom po szkoleniu
– Praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić nabytą wiedzę
– Miesięczny dostęp do konta premium SentiOne
– Przykład uzupełnionej, biznesowej Customer Journey

Czas trwania

1 dni / 7 godzin

Język

- Szkolenie: polski
- Materiały: polski