

# Customer Journey - analiza ścieżki klienta - e-learning

Customer Journey to narzędzie, które pozwoli zoptymalizować ścieżkę Twojego klienta i wspólne punkty styku z Twoją firmą/produktem/usługą.

Jeśli pracujesz nad daną usługą w firmie, jesteś liderem projektu, chcesz zaadaptować Wasz biznes do nowej sytuacji, tworzysz lub wpływasz na doświadczenia klientów, chcesz rozwiązać problem lub wpłynąć na stworzenie nowego produktu/usługi - musisz dobrze rozumieć odbiorcę i jego potrzeby. Na to właśnie pozwala narzędzie Customer Journey, które czerpie z metodyki service design i narzędziownika design thinking.

W kursie dzielimy się z Tobą wskazówkami i inspiracjami, które czerpiemy z licznych projektów współpracy z klientami z różnorodnych branż przy mapowaniu doświadczeń klientów czy pracowników. Dzięki wskazówkom, dobrym praktykom i inspiracjom, przygotujemy Cię do roli lidera, który po skończonym kursie będzie mieć możliwość zorganizowania warsztatów Customer Journey ze swoim zespołem.



## Odbiorcy szkolenia

Dla kogo jest to szkolenie?

- Managerów i osób zarządzających organizacją, którzy chcą zaadaptować swój biznes (produkty, usługi, procesu) do nowych warunków,
- Specjalistów ds. produktów, usług, doświadczeń klienta (CX), chcących zrozumieć, jak optymalizować i zmieniać doświadczenia klienta,
- Liderów zmian, poszukujących nowych narzędzi do współpracy w zespole i optymalizowania efektywności.



## Korzyści

- Dowiesz się, czym jest Customer Journey i czym różni się od innych narzędzi (User Stories, mapy empatii, service blueprint, lejka zakupowego).
- Poznasz 10 zastosowań narzędzia Customer Journey w takich obszarach organizacji jak: marketing, sprzedaż, rozwój produktów & usług, Human Resources (HR) i Employer Branding (EB), zarządzanie, tworzenie innowacji.
- Poznasz proces przygotowania się do mapowania doświadczeń klienta (metody badawcze, techniki zarządzania danymi i ich syntezy) – podzielimy się z Tobą wskazówkami i dobrymi praktykami, jak prowadzimy tradycyjne badania (wywiady, obserwacje, service safari), jak i te cyfrowe (ankiety, analiza zachowań użytkownika, social listening).
- Pokażemy Ci krok po kroku jak mapować doświadczenia klienta – nie tylko na teoretycznym szablonie Customer Journey, ale na praktycznym przykładzie.
- Będziesz mieć kompetencje do samodzielnego zaplanowania procesu korzystania z Customer Journey w Twojej firmie (współtworzonego ze współpracownikami, klientami, partnerami, a nawet konkurencją!).
- Poznasz nie tylko dobre praktyki i przykłady od naszego zespołu, ale również będziesz mieć dostęp do ekskluzywnych wywiadów (nagranych tylko na potrzeby tego kursu!) z liderami zmiany w organizacjach, gdzie wykorzystuje się Customer Journey.



## 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 bóleczki 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 platformie online
- 18-22h materiałów szkoleniowych (wideo, atrykuły)
- Dyplom po szkoleniu
- Praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić nabytą wiedzę
- Możliwość komentowania bezpośrednio pod daną lekcją na platformie online
- Przykład uzupełnionej, biznesowej Customer Journey



Czas trwania

1 dni / 8 godzin

## Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski