

実践課題制作

2019/07/01

Kazuma Sekiguchi

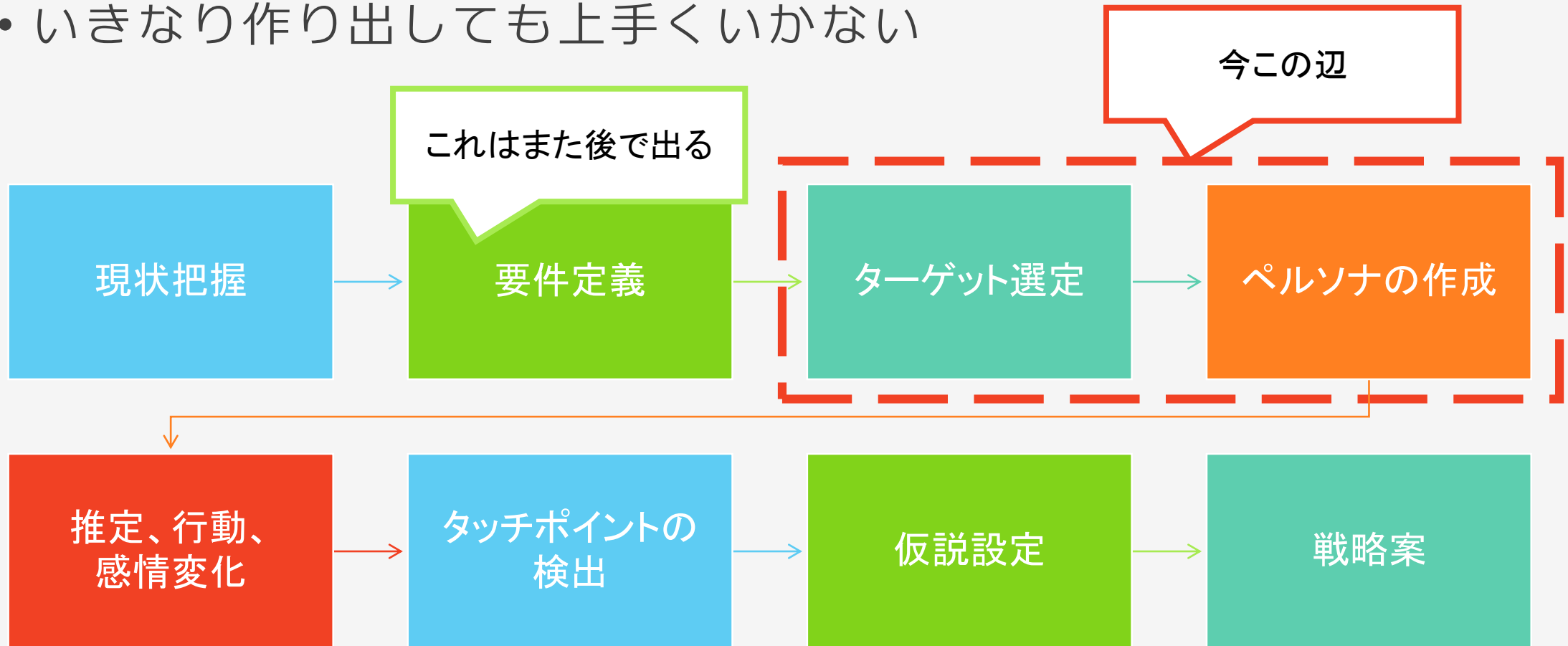
class@cieds.jp



進め方

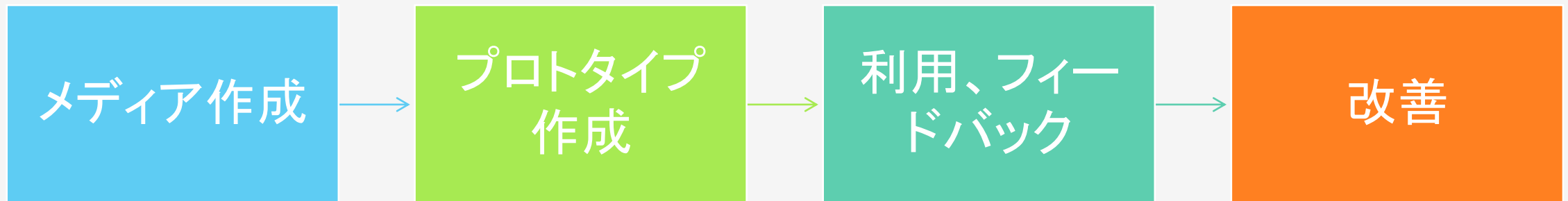
- やり方（立案まで）

- 課題解決のためにはいくつかのプロセスを踏んでいく必要がある
- いきなり作り出しても上手くいかない



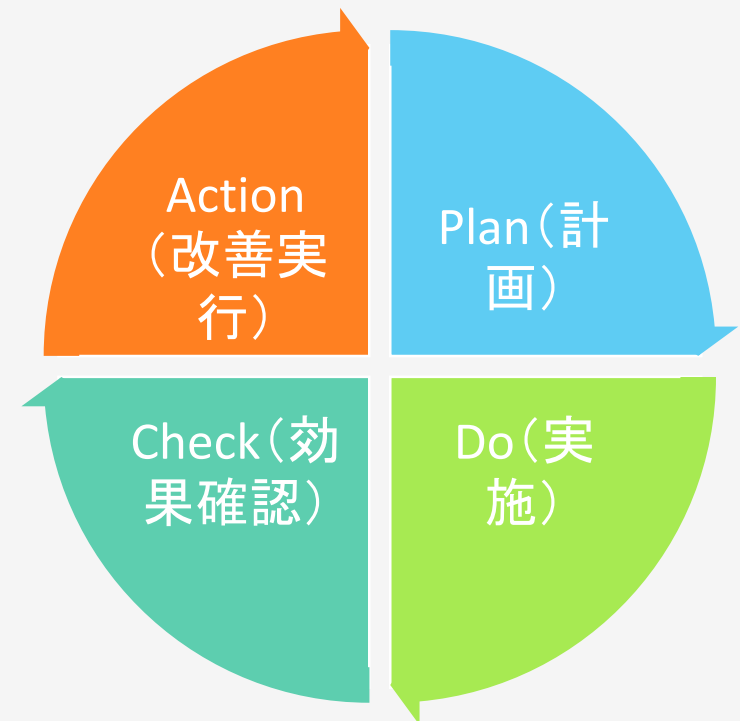
進め方

- やり方
 - 戦略に基づく作成
 - 必ずしもWebだけとは限らない
 - 雑誌広告、中吊り、アプリ、Web広告、TVCMなど
 - プロトタイプを作成してフィードバックを得る



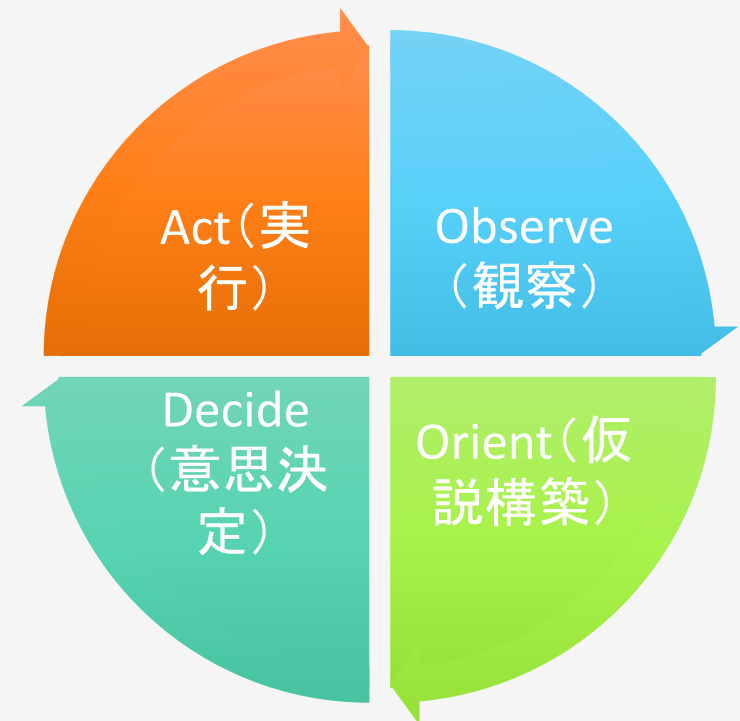
PDCAサイクル

- 現在のUI/UXではいかにして高速にPDCAをまわすかが鍵
 - デザイナーが作成したものは独りよがりでは意味が無い
 - 60点で出してしまう
 - フィードバックを得て改善をしていく



OODAループ (ウーダ)

- PDCAでは現状に即していないことから出てきた概念
 - もともとPDCAは大量生産における業務改善サイクルとして提唱されているため、知的行動においては適切ではない、という指摘
- OODAループは意思決定への高速化サイクル
 - 観察と仮説に主眼が置かれる



カスタマージャーニー

- 対象（お客となる人）が自社の商品やサービスを購入するまでに、どのような接点でどのような体験をしてもらうのかを定義づける
 - ジャーニー：旅
- 接点：タッチポイントが重要
 - タッチポイントで何を提供するか、それによって、どのように興味関心を持ってもらうか、影響を与えるかを考察する
- 対象がどういう感情を持つか
 - 購入を決断するなどは、ポジティブな感情が必要
 - ネガティブな感情をどのように減少させるか

カスタマージャーニー

- 縦軸に「フェーズ」、「チャネル」、「タッチポイント」、「行動」、「思考」、「感情」を設定
 - 後で分析や理想を付け加える
- 横軸に「フェーズ」の段階を指定する
 - 各段階ごとの動きを考察して図に落とし込む
- 横軸のフェーズは決まりが無い
 - 対象となるサービスなどによってフェーズを分ける
 - 今回は、「認知」「興味・関心」「比較検討」「購入」のフェーズを設定する
- 図はアイコンなどを用いて視覚的に分かりやすくする
 - 文字だけで表現をしない

カスタマージャーニーマップ

対象となるペルソナ				
フェーズ	認知	興味・関心	比較検討	購入
チャネル				
タッチポイント				
行動				
思考				
感情				

チャネルとタッチポイント

- タッチポイントは対象者とサービス、ブランドとの接点を表し、チャネルはその接点を実現した媒体を指す
 - 「スマートフォンサイトでサービス詳細を閲覧」であれば、チャネルが「スマートフォンサイト」、タッチポイントが「サービス詳細ページ」となる
- 「ここでこういう接点を持ちたい」という理想と、「今はこういう接点になっている」という現状をきちんと分けておくことが必要
 - 接点を逃している、というのもあるかもしれない
- それぞれ複数存在する可能性がある
 - 複数ある場合は、列を増やしてそれぞれの記述を行う
- チャネルはWeb以外にもいろいろ考えられる
 - 通りがかった、看板、新聞、雑誌、人の口コミなどなど


















行動

- ペルソナの行動を時系列で洗い出す
 - 現状を顧客視点で洗い出すことを忘れないようにする
 - 顧客の行動はタッチポイントに対するアクションのみではない
 - 例えば「Webサイトの閲覧」というタッチポイントの前に「Googleでの検索」という行動や「商品をサイトで購入」というタッチポイントの前に「家族に相談」という行動があるかもしれない
 - タッチポイントの周辺の行動まで思いを馳せる

感情

- ペルソナの感情を記述する
 - 嬉しい・悲しい・不安・安心など行動に伴って発生する心の動き
 - 思考は「信頼する」「迷う」「疑問に思う」といった対象者の考えていること
- 「こうなっていたらいい」という売り手の理想を混ぜないこと
- 感情や思考はポジティブなものもネガティブなものも記述していく

例

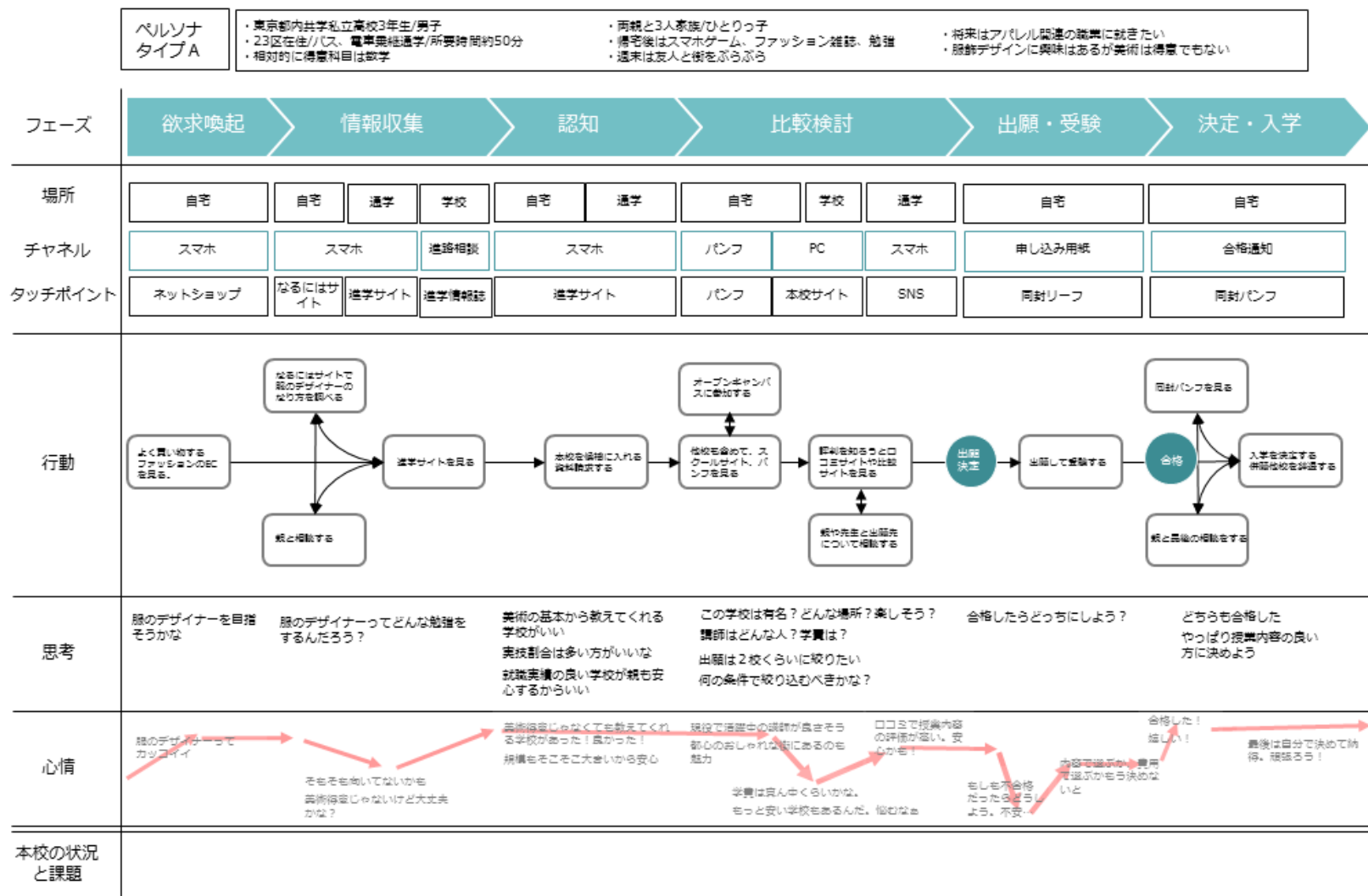
顧客	土日に遊びに行く場所を計画しているカップル 空港でも遊べるらしいという噂をきいてセントレアサイトを見に行く。			
フェーズ	遊び場所を探す	遊ぶ場所を決定	遊ぶ場所に行く	遊ぶ
行動	  	  	    	     
思考/感情	<ul style="list-style-type: none"> ●カップルで楽しめる場所あるかな ●遊べる場所がどのくらいあるかな ●ご飯も美味しく食べれるところがあるかな 	<ul style="list-style-type: none"> ●サイトに空港でできる内容が掲載されているか ●実際にいったら楽しそうか ●ワクワク感を感じられるか 	<ul style="list-style-type: none"> ●Webサイトわかりやすいか ●迷わずに移動できるか ●アクセス情報がわかりやすいか 	<ul style="list-style-type: none"> ●美味しいご飯、飲み物を取りたい ●せっかく空港に来たのだから飛行機をみたい ●予想外のサプライズがあると嬉しい
インサイト	空港で遊べるという情報を対外的に発信しているか。イベント情報等の発信ができていないか	サイト上で遊べることのアピールができていないか。ワクワク感を感じられるサイトになっているか	アクセス情報がわかりやすいか。スマホの情報がわかりやすいか。管理者目線の案内になっているか	空港内の情報がわかりやすく発信できているか。イベント情報を掲載できているか

今のところインサイト(分析)は書かなくてOK

https://noren.ashisuto.co.jp/seminar/report/1187443_1574.html

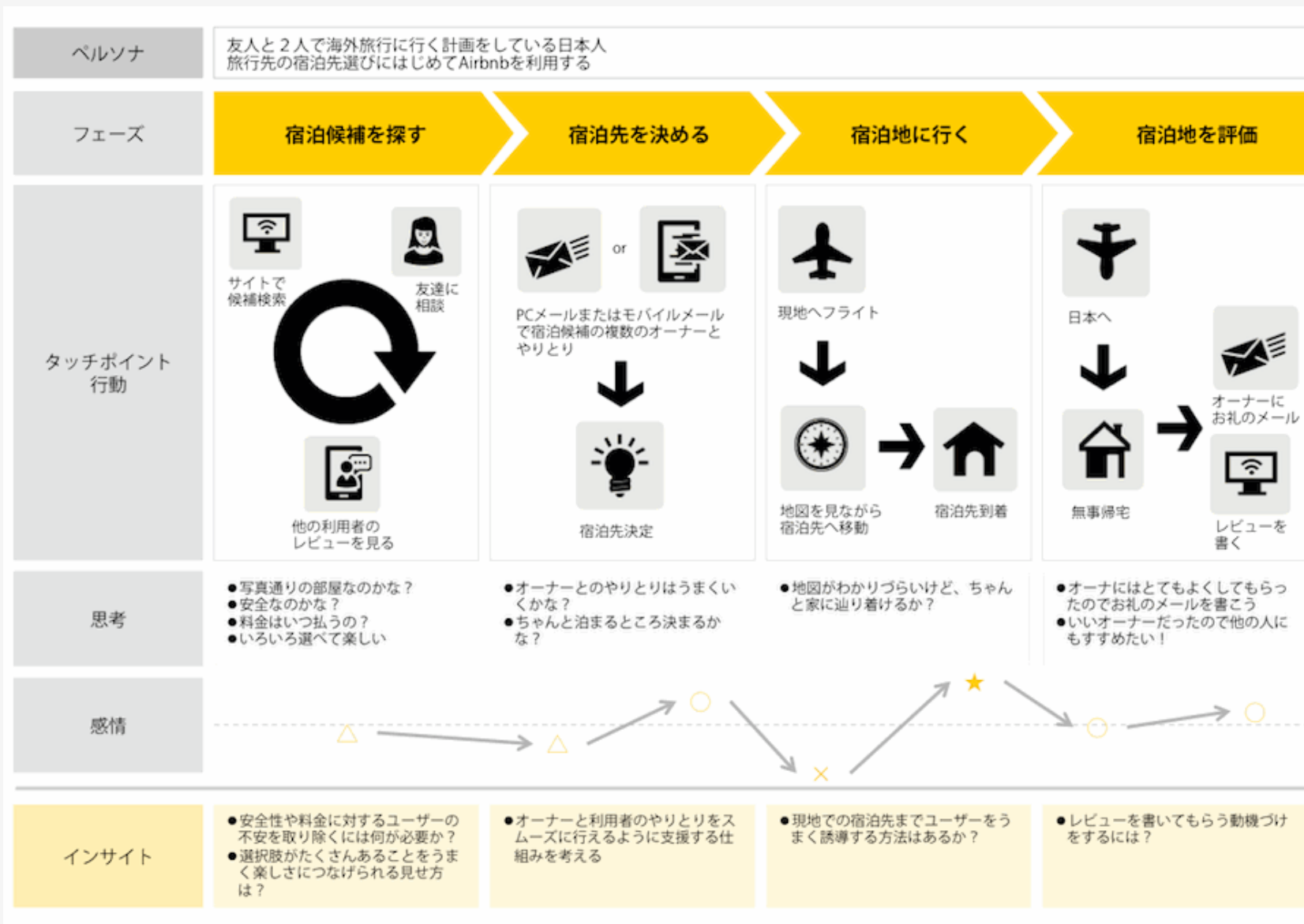
例

カスタマージャーニーマップ例：服飾デザイナー専門学校 <現状把握>



<https://webbu.jp/customer-journey-2532>

例



<https://webtan.impress.co.jp/e/2013/11/14/16305>

最終的なもの

- Webサイトが必要だと思えばWebサイトを
- 中吊り広告が必要だと思えば、中吊り広告を
 - https://ooh-media.keio-ag.co.jp/files/keio_media_guide.pdfが詳しい
- YouTubeなどの動画広告が必要だと思えば、動画を
- バナー広告が必要だと思えば、バナーを
- 彫刻が必要だと思えば、彫刻を
- システムが必要だと思ったら、システムの概要とデザインを（システムは作成不要）
- もちろん複数組み合わせてもOK
- 予算は500万円とします

今回のお題

- 英会話教室
- 名前：Revive（活かす、生き返る、吹き返す、興す、力付く）
- 所在地：新宿、中野、立川、八王子、府中、調布、多摩センターに教室を持つ
- 教員：ネイティブと帰国子女を中心に70名程度、交代で休日を取る
- 現状の客層：30代～50代のサラリーマンが仕事帰りに利用していることが多い

今回のお題

- レッスン：1回60分、1対1の他、グループ制（5名程度）もあり。レベルに応じて生徒ごとに選択できるレッスンが異なる。1対1はレベルに応じた対応を教員がしてくれる
- 英会話の目的に応じて「ビジネス英語」「日常会話」に大別され、さらにそれぞれが5段階のレベルに分かれている
- 1回：1対1であれば6,000円～（教員のレベルに応じて違う）、グループは3000円
 - 都度払い。当日キャンセルは全額。前日キャンセルは0円
- 入会金：20,000円（1回限り）
- 数種類の教材などを教室で販売。会員以外も購入可能（但しほとんど会員以外には売っていない）大体2,000円程度で15種類程度

今回のお題

- 金曜日、土曜日の夜は予約が取れないくらい混雑する
 - 日中はほとんど生徒がいない
 - 10:00～23:00まで
- 決められた教室に行く必要あり
 - 会員の情報は教室にだけ存在するため、どのレベルかが分からない
 - 自習するためのスペースが存在
- 予約はレッスン終了時または営業時間に電話で予約可能
- 1回であれば、無料で体験授業を受講可能

今回のお題

- 直前キャンセルが多発している
 - 結果として教員のスケジュールが空いてしまう
- 希望する時間帯に予約が取れないという意見が多い
- グループレッスンがどの時間帯に開かれているのかが分かりづらい
- 新しい会員を獲得したい
- 売上を向上させたい
- 日中の空いている時間を有効的に利用させたい

予定

- 7月22日までに戦略案を作成して提出
 - 戦略案には
 - 現状把握
 - 作成したペルソナ
 - カスタマージャーニーマップ
 - 仮説
 - 戦略案（作成するもの）
 - システムがある場合はシステムのフロー図（来週図示）
を含ませること
 - 仮説と戦略案は普通の文章またはプレゼン的な資料でOK
- 29日に返却します（あんまり変だったら再提出）
- 夏休み明けまでに戦略案に沿ったものを作成して提出
 - もしかしたらメールで提出になるかもしれません<(_ _)>