

# ■ 従業員教育へのカスタマージャーニーマップの活用例 「期待察知」に焦点を当てたアプローチ

## カスタマージャーニーマップ

ペルソナ (対象顧客)					
顧客の 目的・場面	→	→	→	→	→
顧客の 行動と思い					
業務プロセス					
業務品質	ミニマム				
	プラス アルファ				
気付き					

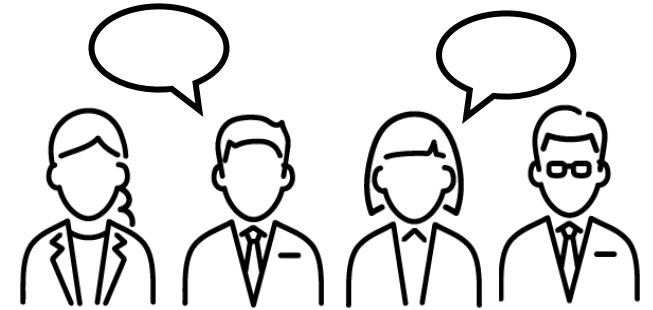
カスタマージャーニーマップを起点に  
誰のどのような期待・背景かは伏せて、  
「期待察知ケーススタディ」を作成

### 期待察知ケーススタディ ○番

30代ぐらいの（お声の）男性から、商品 a、b、c  
について順番に「食品添加物は何が入っているの  
か？」との質問を受けました。

ウェブサイトには記載が無かったと少しご不満な様子  
でした。そのほか、容量や消費期限、アルコール類の  
使用有無を確認されたので回答しました。

従業員同士で  
「自分ならどう対応するか？」  
を発表し合う



### Point

- ・「答え」は示さない
- ・カスタマージャーニーを想像する
- ・お互いの発想を知る

実際の顧客対応が改善され  
顧客体験の質が向上する /