

顧客視点で打ち手を考える方法を学ぶ

カスタマージャーニーマップ 研修のご案内

9月17日(水)
13:00~17:00

カスタマージャーニーマップとは
顧客が商品やサービスを知り、
購入・利用・ファンになるまでの
行動や感情を時系列で可視化したもの

“売れない理由”を見える化し、売れる仕組みに変える —— 顧客視点で課題を解決する3時間

なぜ良い商品なのに売れないのか？
それは、顧客の視点・感情・行動を
正しく理解できていないからかもしれません。

本講座では、マーケティングの基本ツール
「カスタマージャーニーマップ」を活用し、
自社商品の「伝わらない理由」を明らかにし、
売れる構造を設計する力を身につけます。
BtoC・BtoB問わず活用できる実践的な
フレームワークを、自社の課題解決に
役立ててみませんか？



こんな方におすすめです！

- 「良い商品なのに売れない」と感じている経営者・担当者
- お客様の立場に立って営業や企画を考えたいが、
方法がわからない
- BtoC／BtoBを問わず、
提案や販促の“ひと工夫”に悩んでいる
- 社内の販促や商品企画の視点を底上げしたい

受講者の声(抜粋)

営業トークが変わった。
“選ばれる理由”が言語
化できたのは大きい
(営業担当)

打ち手を“思いつき”
でなく、顧客視点で考
えられるようになった
(営業企画)

得意先の担当者の性
格やその上司との関
係性など、顧客ごとに
マップを作成したい
(管理職)

研修の 目的

自社商品・サービスの「売れる構造」を自力で設計・改善できる力をつけることを目的とします。
顧客の視点・感情・行動を“見える化”することで、実現可能な打ち手と、
自社に本当に必要な改善点を 発見できるようになります。

研修の ゴール

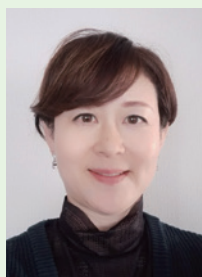
- 顧客視点での課題整理とアイデア発想のスキルが身につく
- 自社商品の「伝わらない理由」が構造として理解できる
- BtoC／BtoB問わず使える「カスタマージャーニーマップ」が描ける

研修プログラム ※内容が変更になることもございます。

はじめに	●中小企業でマーケティング思考が必要な理由 ●顧客視点の欠如がもたらす“もったいない”例
カスタマー ジャーニーマップ とは何か？	●顧客行動・感情・接点を可視化するフレームワーク ●顧客の「気持ちの変化」をとらえる意味
【演習】 自社の商品・ サービスで マップを描いてみよう	●テーマ設定／簡易ペルソナ作成／顧客行動と感情の洗い出し ●接点の整理と課題の発見／打ち手のアイデア発想
BtoB視点の 補足	●BtoBビジネスにおける“顧客”とは誰か？ ●意思決定プロセスに応じたマップ作成のコツ



講師プロフィール



株式会社エルアイズ 代表取締役 **山本 亜紀子**

大学卒業後(株)リクルートに入社。HR事業部営業に配属。6年在籍し大手～中小企業の採用と教育研修、組織開発に携わる。2007年に女性顧客対象のマーケティング会社を設立、北海道の消費者をモニター組織化し、定量・定性調査を得意とする。調査報告やマーケティング領域のアドバイザーの展開として、会議の企画・進行役や研

修講師の依頼が増加中。2018年始業の「北海道おみやげ研究所」では、北海道各地の土産品のプロデュースを担当。商品のアイデア考案、OEM開発、販売促進企画までのコンサル・講演多数

開催日時

2025年 **9月17日(水)** 13:00～17:00

研修会場

札幌駅・大通駅周辺 ※開催前にお知らせいたします。

料 金

お一人様 **30,000円(税抜)** ※9月末締め10月末払いにて10/10頃ご請求書を郵送します

定 員

30名(最少催行人数8名)

お申込み

以下URLまたはQRコードからお申込みできます
<https://forms.office.com/r/fRXFzJ7trk>



複数社合同での開催となります。1名様からでもお気軽にお申込みいただけます。



年間で多彩なカリキュラムがあります

北海道共創パートナーズ 各種研修会のご案内

検 索



スマホからQRコードで読み取ってください

お問い合わせ先

株式会社北海道共創パートナーズ(北洋銀行グループ)
研修事務局 ☒ kensyu@h-kyoso.co.jp 担当:西尾 ☎070-3813-6957
担当:山崎 ☎090-9817-9411