

에프앤이노에듀 컨버전스 러닝 가이드북

“미래를 창조하는 혁신의 원천”
우리가 생각하는 '학습'의 다른 이름입니다.

오프라인(비대면 실시간) 교육과정 안내

2022년

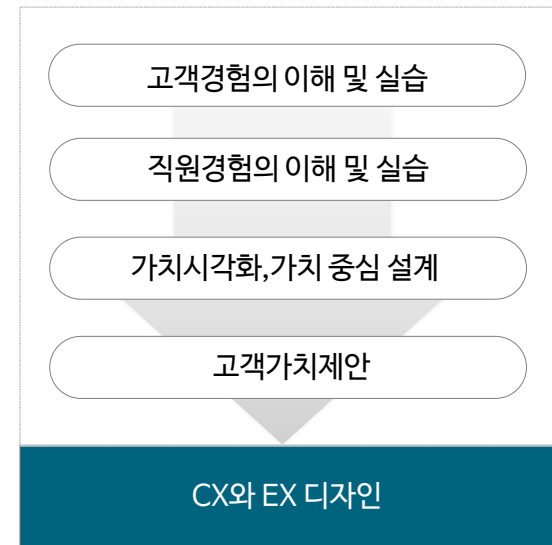
FN INNOVEDU

진정한 고객가치 창출을 위한 고객경험과 직원경험의 전략적 접근 방안 모색

복잡한 생태계 속, CX와 EX를 연결하는 가치 시각화 도구

- **교육대상** • 전직원
- **교육시간** • 1일 8시간
- **교육목표**
 - 고객경험과 직원경험의 의미를 확인한다.
 - 액션러닝 기반의 고객경험 가치제안을 학습한다.
 - 개인관점, 맥락과 목표, 미래상황의 관점에서 사용할 수 있는 디자인틀을 학습한다.
 - 가치창출을 위한 고객가치 방안을 모색한다.
- **교육특징**
 - 고객경험과 직원경험 모델을 학습하고, 고객가치 실습을 통해 현업에서 활용할 수 있도록 설계

■ 교육구조



이론과 실습

8H

진정한 고객가치 창출을 위한 고객경험과 직원경험의 전략적 접근 방안 모색

CX(고객경험)와 EX(직원경험) 디자인

교육주제	교육내용	교육방식	시간
M1 고객경험과 직원경험 연결하기	<ul style="list-style-type: none"> • 고객경험(Customer Experience)의 개념과 고객가치의 중요성 <ul style="list-style-type: none"> - 우리의 고객은 누구인가? 고객의 요구사항은? 고객의 잠재된 욕구는? - 사용자가 제품/서비스를 구매하고 이용하는 과정별 고객 경험과 인식/감정 파악 - 고객접점에서의 최고의 순간(MOT) : 감각, 감정, 인지, 행동, 관계 • 직원경험의 이해 <ul style="list-style-type: none"> - 직원경험의 핵심은? 문화적 환경, 기술적 환경, 물리적환경 - 직원경험을 모니터링 하는데 필요한 단계, 직원경험 매핑 • CX(고객경험)와 EX(직원경험) 정렬 <ul style="list-style-type: none"> - 고객경험과 직원경험의 조화를 위한 두 차원 정렬 강화방안 - 고객경험과 직원경험 매핑을 통한 개선기회 모색 	강의 실습 영상 토의	3H
M2 가치시각화, 가치 중심 설계	<ul style="list-style-type: none"> • 개인, 누구의 경험인가? <ul style="list-style-type: none"> - Design Tool: 고객가치사슬, 페르소나, 소비자 통찰지도 • 맥락과 목표, 해결과제는 무엇인가? <ul style="list-style-type: none"> - Design Tool: 소비자 청사진, 고객여정지도, 경험지도, 생태계 지도 • 미래상황, 구상하는 미래경험은 무엇인가? <ul style="list-style-type: none"> - Design Tool: 스토리보드, 사용자 스토리 맵, 비즈니스 모델 캔버스, 가치제안 캔버스 	강의 실습 토의	3H
M3 고객가치제안	<ul style="list-style-type: none"> • 가치 창출에 집중하기 <ul style="list-style-type: none"> - 고객가치창출: 기능적 가치, 사회적 가치, 정서적 가치, 인식론적 가치, 상황적 가치 - 고객 가치 제안 캔버스(Value Map) 작성 	강의 실습 피드백	2H

과정 운영 사진