

デジタル時代の品質マネジメント実践講座～サービスマネジメントをCX・UXと測定値から改革！～【オンラインライブ】 (4124091)

「CX・UXメトリクス」を包括的に取り上げ、仕事の一環としてメトリクスを毎日簡単に使え、意思決定のプロセスを支援し、受講者の状況にあったCX・UXメトリクス選びをお手伝いします。また、具体的なCX・UXの問題に対処するためにどのようにメトリクスが使われているかを理解し、メトリクスによって明らかになる報告をどのように使うのがよいかを見極められるよう、ケーススタディを通じて体得して頂きます。

開催日時	2024年7月18日(木) 9:00-16:00ライブ配信
カテゴリー	IS戦略実行マネジメント・プロジェクトマネジメント 専門スキル
DXリテラシー	What (DXで活用されるデータ・技術) : データ Mind (マインド・スタンス) : デザイン思考 / アジャイルな働き方 Mind (マインド・スタンス) : 新たな価値を生み出す基礎としてのマインド・スタンス
講師	中谷英雄 氏 (株式会社ピーエム・アライメント 取締役 ビジネスコンサルティング部長) PMI認定PMP 2013年 米国PMI最優秀教育プロバイダー認定 スクラムアライアンス認定スクラムマスター (CSM) プロダクトオーナー (CSPO) <略歴> 1. BIPROGY (旧: 日本ユニバック) (1983年~) 2. 三井住友信託銀行 (旧: 三井信託銀行) (1990年~) 3. ピーエム・アライメント (2006年~現職) ・主に金融IT大規模プロジェクトのPMO支援に従事。 ・その後大学院でデザインマネジメントを学び、社会課題の解決、金融商品の開発等でデザイン、アート、顧客体験等を活用。 ・現在、新事業創出、デザイン戦略、イノベーションとDX推進に関する諸テーマを中心に、コンサルティング活動、教育活動を展開している。 <研究会活動> ・PM関連: PMIJ会員 (アジャイルPM研究会会員、プログラムマネジメント研究会会員) ・イノベーション関連: JUAS (イノベーション研究会会員JIIP3) PMIJ会員 (ソーシャルPM研究会) ・震災復興関連のNPO向けに、イノベーションプロセスの活用支援展開中 <PM関連書籍著> 監修 PMI 日本支部 「PMツールの実践的活用」プロジェクト 翻訳メンバー PMIプログラムマネジメント標準 第2版
参加費	J U A S 会員/ITC : 35,200円 一般: 45,100円 (1名様あたり 消費税込み、テキスト込み) 【受講権利枚数1枚】
会場	オンライン配信 (指定会場はありません)
対象	ITサービス部門のご経験がある方、管理者を目指す方、保守・運用部門の管理担当者として活躍される方、CX・UXでの評価に関心のある方 中級
開催形式	講義、グループ演習
定員	25名
取得ポイント	※ITC実践力ポイント対象のセミナーです。(2時間1ポイント)
特記	※PMP資格取得者の方へPDU取得修了書、これからPMP資格を目指す方には、「受講証明書」を発行いたします。(Ways of Working 7 PDU)
ITCA認定時間	6

主な内容

■受講形態

ライブ配信 (Zoom ミーティング) **【セミナーのオンライン受講について】**

■テキスト

開催7日前を目途にマイページ掲載

■開催日までの課題事項

特になし

◆◆デジタル時代の品質マネジメント実践講座

～サービスマネジメントをCX・UXと測定値から改革！～◆◆

<受講者の声>

・業務アプリケーションの運用を実施しているとCXの観点をあまり意識しないが、視野を広げて間接的にでもユーザの業務に貢献できているか認識を改めるきっかけとなった。

・CXの効果がわかりやすく説明され、社内に持ち帰って実践したいと強く思った。

・UX、CXという取り組み方が分かり難いものについて、具体的かつ実践的な内容でレクチャーしていただけたのは非常に良かったと思う。

◆趣旨

世界のデジタル変革のリーディングカンパニーは、デジタルを活用し、「顧客体験（CX）」進化を加速させています。

日本国内でも「顧客体験（CX）」「利用者体験（UX）」あるいはデジタル分野での経験価値を意味する「デジタル・エクスペリエンス（DX）」という言葉も多く聞かれるようになりました。

一方、日本の多くの企業や組織において、「製品やサービスの「顧客体験（CX）」「利用者体験（UX）」を向上させるための諸活動や諸施策を実施するか否か、どこから何を実施すればよいか」といった決定的な解決策を見出せないままの状況が散見されます。そもそも、企業経営や組織マネジメントにおいて、一定の目標を達成するために、最も合理的な選択と判断を行うための材料を用意することができなければ、最善の意思決定を行うことなどできません。

DXの時代は、サービスの価値を上げ続け、長く利用いただくかが、企業生存、利益拡大、サービス向上の鍵になります。開発は一瞬、運用は長いと言われてきましたが、今の時代は、運用でのサービスマネジメントで価値を上げ続けていくことが、今まで以上に攻めの運用として求められています。そのサービスの品質をマネジメントするために、QCD、SLAだけを追求するのではなく、CX、UXなどのメトリックスを持ち、価値向上させる議論ができる様、測定値を持つことが大事です。

本セミナーでは、「CX・UXメトリックス」を包括的に取り上げ、仕事の一環としてメトリックスを毎日簡単に使え、意思決定のプロセスを支援し、受講者の状況にあったCX・UXメトリックス選びをお手伝いします。また、具体的なCX・UXの問題に対処するためにどのようにメトリックスが使われているかを理解し、メトリックスによって明らかになる報告をどのように使うのがよいかを見極められるよう、踏み込んだケーススタディを通じて体得して頂きます。

最終ゴールとしては、自社組織にあった「CX・UXメトリックス体系」の構築とその実践に活かして頂きたいと考えます。

◆内容

第一章：デジタル時代のサービスマネジメント（講義）

1. 1 サービスマネジメントとは何か
1. 2 ITILの歴史
1. 3 ITILのフレームワーク
1. 4 他のフレームワークとCX・UXの関係
1. 5 デザインマネジメント概要

第二章：CX・UX概要（講義）

2. 1 アフターデジタル時代に求められる価値転換
2. 2 研修で説明する「デジタル時代の品質」とは
2. 3 CXとは何か
2. 4 UXとは何か
2. 5 CXとUXの違い
2. 6 誰がCXとUXを活用するのか？

第三章：UXメトリックス（講義）

3. 1 ユーザビリティとは何か
3. 2 なぜUXが重要なのか
3. 3 UXメトリックスとは何か
3. 4 UXメトリックスの価値
3. 5 ユーザーの目的
3. 6 正しいメトリックスの選び方

第四章：UXメトリックス活用実践（演習）

- 4. 1 事例1：音声認識システムのユーザビリティ評価
- 4. 2 演習1：ウェブサイトのデザイン変更

第五章：CX・UX戦略とCXメトリクス（講義、演習）

- 5. 1 CXとは「心理的・感情的な価値」を提供すること
- 5. 2 物理的・合理的な価値と心理的・感情的な価値の例
- 5. 3 CSでは顧客ロイヤルティは測定できない
- 5. 4 頭の満足、心の満足
- 5. 5 「合理的に満足」と「感情的に満足」の比較
- 5. 6 顧客ロイヤルティ（NPS）を測定する方法
- 5. 7 顧客体験のA S - I Sを理解する（演習2）
- 5. 8 CX・UX戦略の事例：三井住友銀行

※PMP資格取得者の方へPDU取得修了書、これからPMP資格を目指す方には、「受講証明書」を発行いたします。（Ways of Working 7 PDU）