

고객가치창출을 위한 고객니즈 분석 (Customer Needs Analytics)

고객이 진정으로 원하는 Needs를 분석할 수 있는 다양한 방법을 이해할 수 있도록 한다.

고객이 바라는 잠재된 고객가치를 찾아낼 수 있도록 한다.

비정형 고객 데이터에서 고객니즈를 직접 분석하는 실습을 통해 실무에 활용할 수 있도록 한다.

정형 고객 데이터에서 고객니즈를 직접 분석하는 실습을 통해 실무에 활용할 수 있도록 한다.



무엇을 배울 수 있나요? ●

- 고객 니즈 분석을 통해 가치를 창출한 사례를 검토하여 실무에 활용할 아이디어를 얻을 수 있도록 한다.
- 고객의 정확한 니즈를 파악하고 분석하여 고객의 가치를 높일 수 있도록 한다.
- 비정형 고객 데이터를 분석할 수 있는 텍스트 마이닝을 할 수 있도록 한다.
- 정형 고객 데이터를 분석할 수 있는 정량 데이터 분석을 할 수 있도록 한다.

누가 참여하나요? ●

- 고객분석 담당자, 고객만족 및 마케팅 전략 기획 실무자
- 고객 니즈 분석을 통해 새로운 아이디어나 문제해결을 하고자 하는 실무자
- 고객 니즈 분석에 어려움을 경험하고 있는 실무자

강 사 ●



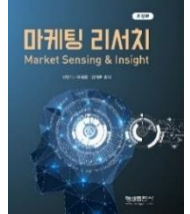
구자룡

경영학 박사 (마케팅 전공)
(현)㈜밸류바인 대표컨설턴트
(현)(사)글로벌경영협회 이사
(현)서울브랜드위원회 위원
(현)생산성경영체계(PMS) 인증심사원

Carlson Marketing Group Korea 이사/마케팅실장
상명대학교 경영학과 겸임교수
지금 당장 마케팅 공부하라(개정판/한빛비즈)
마케팅 리서치 : Market Sensing & Insight(형설출판사)
시장조사의 기술(리더스북)

"본질을 꿰뚫어 보는 통찰력은 하루 아침에 생기지 않습니다. 지식의 축적은 기본이며, 시장에 대해, 고객에 대해 깊은 관심이 있어야 합니다. 그리고 모든 비즈니스의 시작은 고객의 결핍입니다. 고객의 결핍을 충족시켜야 고객의 가치를 창출할 수 있습니다. 고객 데이터 속에서 고객의 니즈를 분석하고, 인사이트를 얻는 것은 모든 비즈니스맨의 기본적인 역량입니다."

* 더 자세한 강사 프로파일은 밸류바인 사이트에서 다운로드 가능합니다.
(<http://valuevine.kr/wp-content/uploads/2016/08/KOOJARYONG-Profile2020.pdf>)



강의주제 ●

고객가치창출, 고객니즈분석
기본과정: 2DAYS, 14HR

※ 교육 니즈에 따른 맞춤형 강의가 가능합니다. (2-20시간 내외)

강의특장점 ●

컴퓨터로 직접 고객 데이터를 수집하고 분석할 수 있는 실습을 병행합니다.

강의목표 및 기대효과 ●

- 고객이 진정으로 원하는 Needs를 분석할 수 있는 다양한 방법을 이해할 수 있도록 한다.
- 고객이 바라는 잠재된 고객가치를 찾아낼 수 있도록 한다.
- 고객니즈를 직접 분석하는 실습을 통해 실무에 활용할 수 있도록 한다.

	주요내용	교수법	시간
1일차	• 고객니즈와 고객가치 • 비정형 데이터 분석을 통한 고객 니즈 분석	강의 실습	7.0H
2일차	• 정형 데이터 분석을 통한 고객 니즈 분석 • 분석 결과의 시각화를 통한 고객 가치 창출	강의 실습	7.0H

참고사항 ●

- 고객 니즈 분석을 위한 데이터 분석 실습
- 실습을 위한 개인별 노트북(엑셀, 인터넷 연결)

출강이력 ●

- 국민은행
- DB금융
- SK플래닛
- 한국생산성본부 등

상세 커리큘럼

교과목 (차시명)		주요 교과내용	배정 시간	학습 방법
1	고객니즈와 고객가치	•고객이 진짜 원하는 것 : 고객 니즈 •고객 니즈의 종류(표현된 니즈와 잠재된 니즈) •고객 니즈의 분석 및 발굴 방법	2	강의
2	비정형 데이터 분석을 통한 고객 니즈 분석	•텍스트 데이터의 수집과 텍스트 마이닝 •고객의 소리(VOC) 데이터의 수집 •파워 쿼리를 이용한 웹크롤링 •뉴스 빅데이터의 수집 •키워드 도출과 연관어 분석 •워드 클라우드 분석	5	강의 실습
3	정형 데이터 분석을 통한 고객 니즈 분석	•정형 데이터 분석을 위한 기초 통계 •온라인 서베이를 통한 고객 데이터 수집 •빈도분석과 히스토그램을 통한 변수의 특성 이해 •피벗테이블을 이용한 범주별 평균분석 •고객만족도와 추천의향점수 간의 관계 분석 •집단 간(성별/연령별 등) 차이 분석	5	강의 실습
4	분석 결과의 시각화를 통한 고객 가치 창출	•피벗테이블과 피벗차트를 이용한 데이터 시각화 •고객 니즈 분석을 통한 가치 창출 방안	2	강의 실습