

# Cosmicengine × CXdesign

コスミックエンジンが提供するCXデザイン

cosmicengine

2023年09月05日



## 今、この先に求められるデザイン = CX（顧客体験）デザイン

現代社会において、競争が激化するなかで、商品やサービスの提供だけでは顧客を獲得することが難しくなっています。それに加えて、デジタル技術の進化により、顧客のニーズや期待は複雑化しており、単なる機能や価格だけでなく、顧客体験も重要な差別化要素となっています。

このような背景から、CXデザインが注目されるようになりました。

CXデザインは、顧客の視点に立って、商品やサービス提供における顧客体験全体を設計することで、**ブランドイメージの向上**や**顧客ロイヤルティの向上**、そして**売上増加**につながります。したがって、現代のビジネスにおいては、CXデザインを取り入れることが必要不可欠となっています。

### ✔ **ブランディング効果**

企業や製品のブランド価値と認知度を向上させ顧客に対して信頼感や魅力を与え、競合他社との差別化を図ることができます。

### ✔ **顧客ロイヤルティ向上**

顧客の満足度向上に繋がる良い体験を提供することにより、継続的な支持を確保。ビジネス成果向上や競争力強化につなげます。

### ✔ **LTV向上**

顧客の長期的な生涯価値を高めることで支持を促進、その顧客から広がる効果により企業の収益性や持続可能性を向上させます。



# 目次

Index

- 1.はじめに
- 2.短期・中期・長期のゴール設定
- 3.CXプランニングワークフロー
- 4.サイト制作について
- 5.まとめ
- 7.料金について

# はじめに

## Chapter1

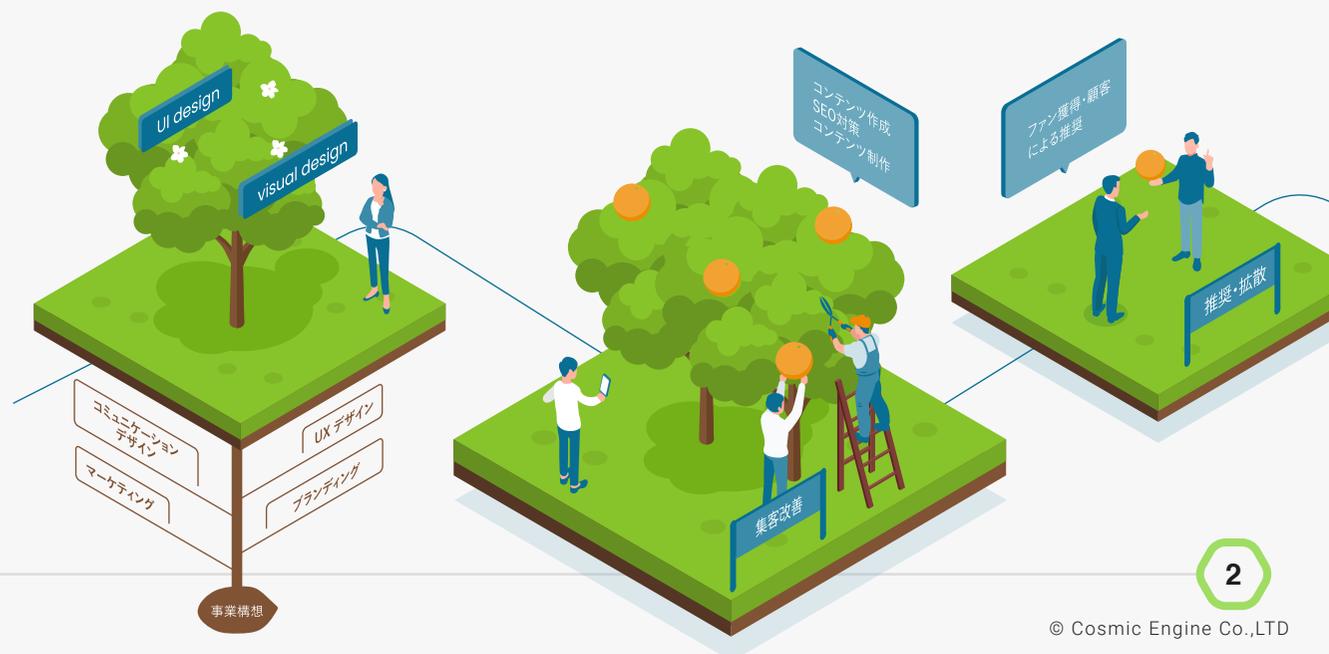
# CXデザイン概要

CXデザインは、顧客の本音や快適感情、体験など、目に見えないものを重視したデザインアプローチです。

製品やサービスのデザインや改善にあたり、顧客のニーズや要望だけでなく、顧客が抱える問題や疑問、または使い心地や感情などの非言語的な要素を把握することが重要です。

顧客が製品やサービスを利用する際に感じる快適さやストレス、満足感などは、顧客体験に大きな影響を与えます。

CXデザインでは、顧客の視点に立ち、顧客が求める製品やサービスを提供することによって、顧客ロイヤルティを高め、企業の競争力を向上させます。

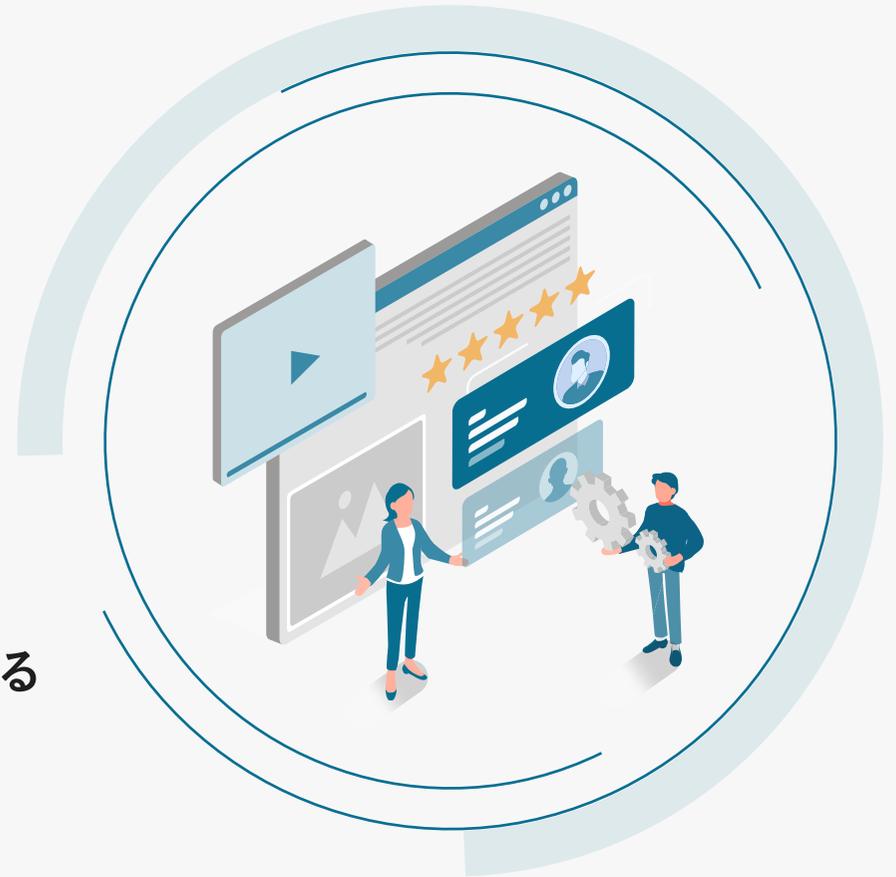


# CX = ファン獲得が事業成功の鍵

## マーケットに即したブランド創出があらゆる企業に求められている時代

御社のサービスにおいて良質なCX（顧客体験）が実現できていますか？すべてがネットで完結できる昨今、優れたサービスや製品というアドバンテージだけでは顧客満足を得る事はできません

- ✔ サイトが会社案内としてしか機能していない
- ✔ webサービスを展開しているが集客に課題がある
- ✔ コンテンツを充実させるリソースが足りない



## 顧客体験向上に必要な施策の基本とは

御社のサービスを利用する目的やメリットは何か？ターゲットによってサービス利用満足度は様々です。マーケットの調査と理解、ペルソナの設定によるサービスの最適化が何より重要です。



都内在住 40代男性

ネット利用に慣れており、  
ネットの利便性を十分に活用している



地方在住 30代女性

主に美容やファッションに関する  
情報収集にネットを利用している



都内在住 20代男性

SNSを活用した情報収集がメインで、  
話題もSNS情報が中心

**サービスを利用するターゲットの目的や動向を知ることがファン化には必須**

# 循環型／再利用型のビジネスモデルを目指す

## 顧客中心型の販促とブランディングによるファン化

刻々と変化していく顧客動向をマーケティングで把握し、設計／運用に落とし込んでコントロールし続けることで、ブランドが醸成され見込み客へのアプローチを達成する好循環を生み出します。



# 短期・中期・長期のゴール設定

Chapter2

## ユーザー目線での短期的な戦略立案

### ターゲットの動向分析と把握、競合との差別化で市場創出

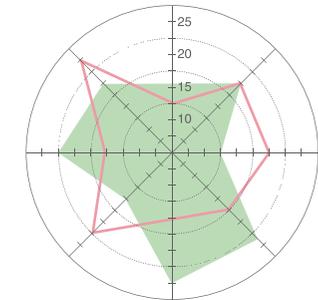
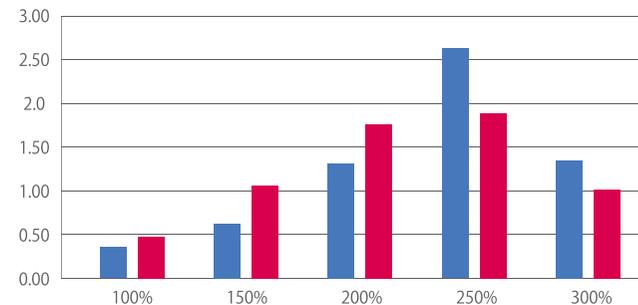
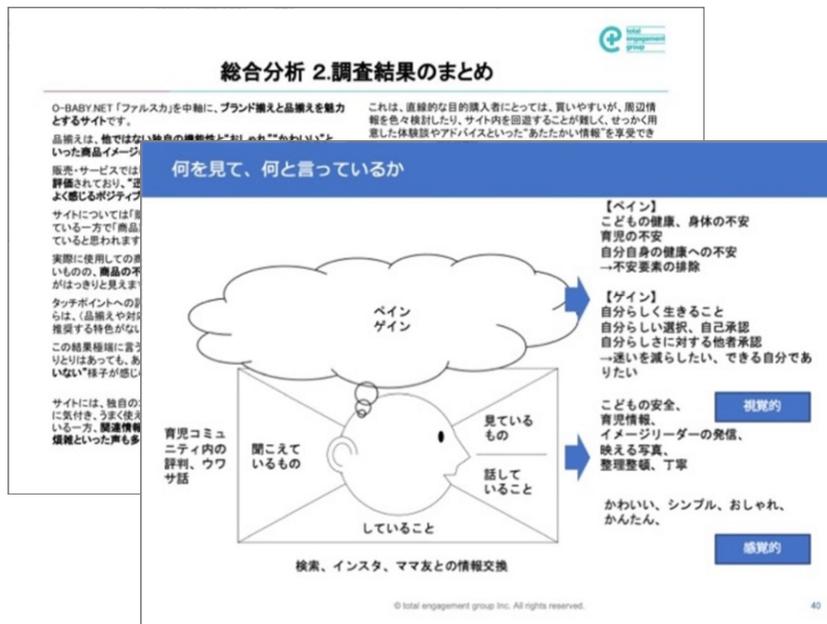
多様化するユーザーとの接点にマッチングさせるため、ターゲット層や消費意識その行動を分析し、最適な機会を探り、商材に合わせた的確なマーケティング戦略を立案します。

- ✔ 商材のブランドポジショニング分析
- ✔ ターゲット動向と購買意欲の分析
- ✔ 業界に精通したマーケターによる分析



# アンケートを基に現状を徹底分析し企画・設計

顧客の体験価値を分析、課題を明確化しコンセプトメイク



ペルソナ検討、共感マップによるインサイト分析、言語世界分析を行い、「理想とする顧客体験」を策定、ユーザーの欲求段階に沿った情報体験を計画し、テストを行って有効性を確認します。

# ブランドへファン化する体験型のサイト構築へ

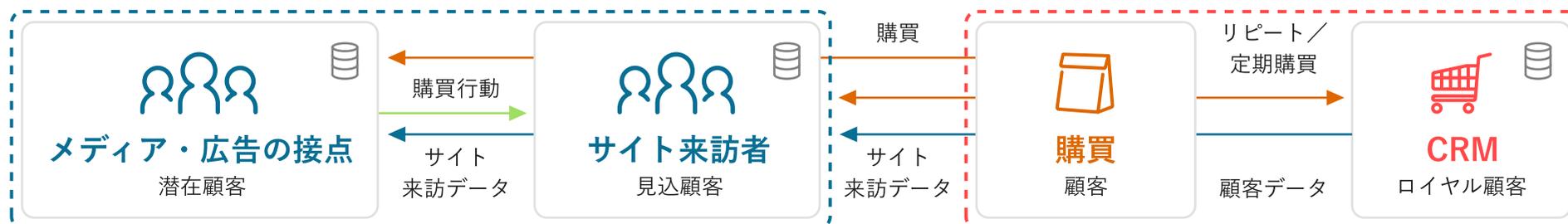
## データドリブンが生み出すブランド創り、データが反映される顧客体験

データの活用によるコンテンツの強化やUI/UXの改善をはじめ、メルマガ配信やSNS広告など顧客との接点を増やしたり、施策やWEB出稿などがこれまでよりも的確に実施できるようになります。そして、このことはブランディングにも、新規顧客へのアプローチにもつながる重要な

### CRMデータの有効活用で新規・潜在顧客の流れができる

収益化による予算枠の拡大、潜在顧客へのアプローチ

データ分析から傾向を探り新たなターゲットへの施策

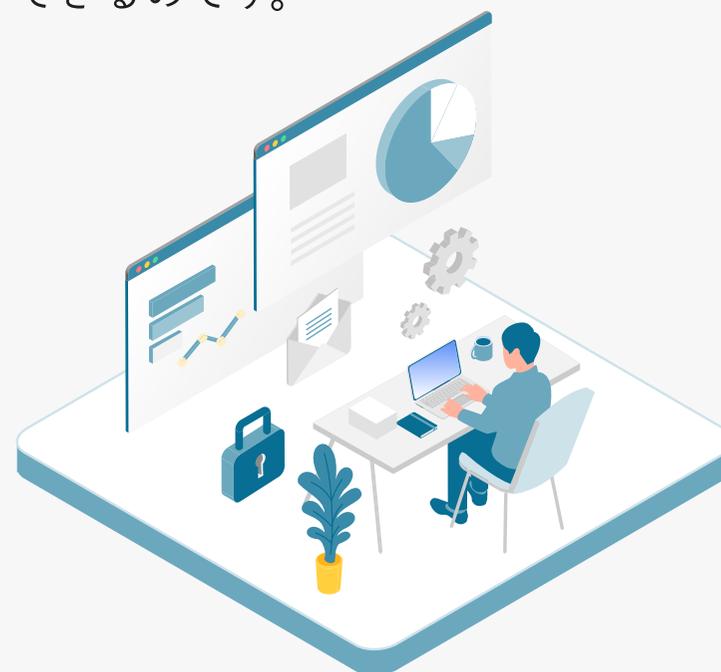


# 良い循環づくりがブランド醸成へつながる

## ファン化と潜在顧客掘り起こしのための継続的なCX向上プラン

収益化がゴールではありません。その先には日々触れるプロダクトやサービスを通じた様々な体験で生まれる共感や消費者のインサイトから商品価値の向上やブランド醸成といった循環を生み出し続けていくことでより多くの利用者の心を掴むことができるのです。

- ✓ サービス利用価値の向上と利用者層の拡大
- ✓ 自立型ブランディングによる商品価値の醸成
- ✓ 消費動向の継続的な分析と施策実施、CX向上



[フェーズ1]

# CXプランニングワークフロー

Chapter3

# 顧客体験を重視したウェブサイトプランニング

ウェブサイトのプランニングでは、CX（顧客体験）を中心にしたコンセプトワークが鍵です。

ユーザーの目的や課題を理解し、求める体験を明確にし、それを基に情報構造やデザインを設計し、改善を繰り返すことで、価値の高いウェブサイトを実現します。

## ① 現状調査・分析

ターゲットオーディエンスや競合他社を分析し、ユーザー行動や技術側面を調査。これに基づいて強みと改善点を洗い出し、戦略を構築し、ユーザー満足度向上に貢献します。

## ② 戦略構築

ターゲットユーザーのニーズに応えるコンテンツやデザイン、テクノロジーを選択し、ユーザーエクスペリエンスを最適化して成功に導く計画を策定します。

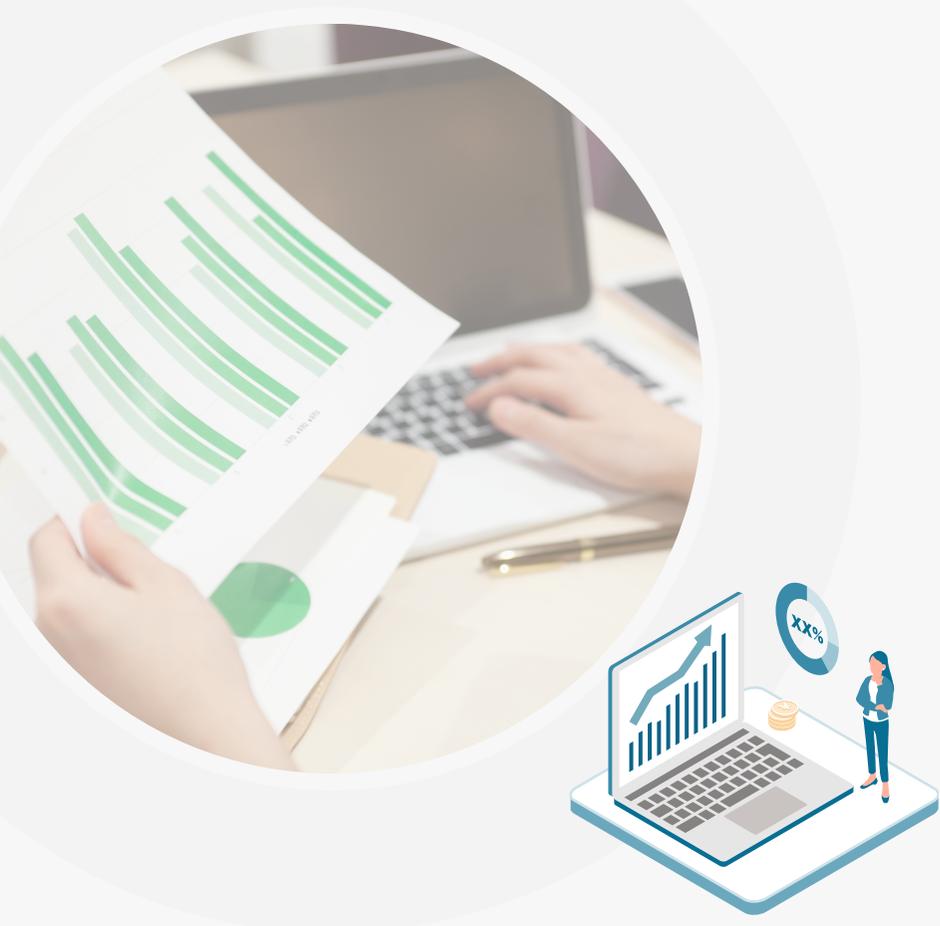
## ③ 情報設計・感情設計

情報設計は分かりやすく整理されたコンテンツ構造を構築し、感情設計は色やデザインを調整してユーザーの感情を引き出す役割を果たします。

## 目的の明確化



サイトの目的を明確にすることは、ユーザーが求める情報を提供し、欲しい行動を促すために必要不可欠です。明確な目的を持つサイトは、効果的なコンテンツやデザインを作り出すための基盤となります。



# ゴールセッティング



ウェブサイトのゴールを設定することは、成功の鍵となります。ゴールは、ビジネス目標や顧客のニーズに基づいて設定し、サイト内の各ページやコンテンツがそのゴールに沿って設計されます。訪問者がサイトを訪れ、そのゴールに到達するための道筋が明確であれば、サイトのパフォーマンスや顧客満足度が向上します。



## ユーザセグメントとターゲット



ユーザセグメントは、顧客やユーザを類型化したもので、属性や行動、ニーズなどに基づいて分類されます。一方、ターゲットは、商品やサービスの対象となる顧客層を指します。ユーザセグメントに基づいて、ターゲットを絞り込むことで、ターゲットが求める情報や体験を提供することができます。ユーザセグメントやターゲットを明確にすることは、マーケティングやプロモーションの効果をも高めるためにも重要です。



## 選ばれる理由の明確化



3C分析は、顧客と競合他社、自社の状況を分析する重要な手法です。

自社のサービスが選ばれる理由を明らかにするには、まず顧客のニーズを把握し、次に自社が提供するベネフィットと他社との差別的な優位点を明確にします。

これによって自社の優位性を確立し、サービス選択の決定要因を把握できます。



## 顧客接点・情報設計



情報設計では、顧客接点となるコンテンツからゴールまでの道程を描きます。情報をわかりやすく整理し、伝える順序を最適化することでユーザーの行動を導き、サイトやアプリの使いやすさや価値を向上します。

利用者のスムーズな体験を実現するためには、コンテンツや機能の配置、表示方法、ナビゲーションの設計などが重要なポイントです。

したがって、ユーザーが求める情報や行動を理解し、深く洞察することが不可欠です。



## 効果指標



サイトの効果指標を設けることは、サイトが適切に機能しているかを測定し、改善の方向性を示す重要な手段です。顧客にとっての使いやすさや満足度を評価し、サイトの改善に繋げることができます。

また、施策の投資対効果を把握する上でも定量的な指標を設けることが必要です。



## 運用計画



サイトの運用計画においては、顧客との関係を維持・向上することが重要です。そのためには、定期的なコンテンツの更新や、顧客からのフィードバックを収集して改善点を把握することが必要です。さらに、サイト運用に必要な人員やリソースを確保することも重要です。すべての要素を組み合わせ、継続的にサイトの品質向上に取り組むことが大切です。

[フェーズ2]  
サイト制作について  
Chapter4

# サービス概要 ブランド体験によるファン化を総合的にサポート

## プランニングフェーズ

- ✓ 市場動向に即した企画立案と
- ✓ 科学的裏付けによるUI/UX設計

## 制作フェーズ

- ✓ エモーショナル・クリエイティブ
- ✓ UXを高めるエンジニアリング

## 運用フェーズ

- 定量評価と改善運用
- 解析とチューニング



WEB  
環境調査



デザイン  
制作



効果測定・  
運用



設計



コンテンツ  
制作



コンテンツ・UI  
チューニング

ビジネスの成果を高めるPDCAを回しながら自走するブランド構築を実現

# プランニングフェーズ

ブランド戦略

マーケティング

コミュニケーション設計

制作マネジメント

ビジュアル制作・実装



ストラテジック  
プランナー



インフォメーション  
アーキテクト



UI/UX  
プランナー



コピーライター



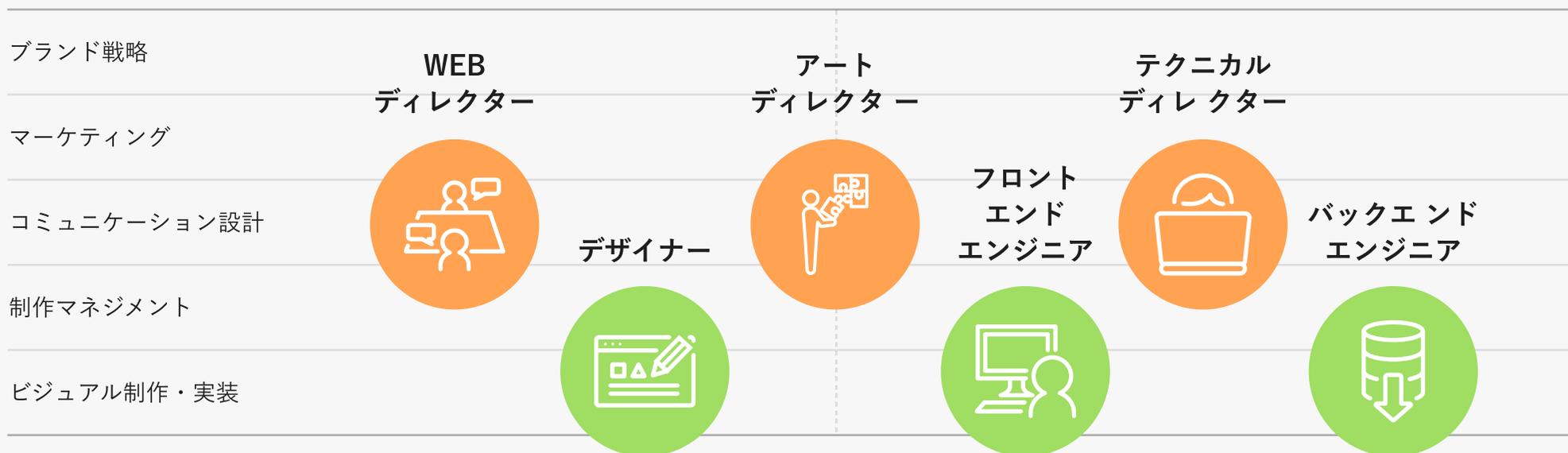
## ①WEB環境調査・戦略

WEB環境分析から、ステークホルダーの行動と意図を読み取り、ステークホルダーと実現したい将来の価値を定義します。

## ②設計(要件定義)

各種ステークホルダーとの接点、流入ページからサイト内でのコミュニケーションの流れを組み立て、サイト全体を設計していきます。

# 制作フェーズ



## ③WEB制作

①で定めた体験コンセプトと②の設計をもとに、事業が提供する世界を可視化し、WEBサイトとしての機能を実装します。

## ④コンテンツ制作・運用

ステークホルダーとのコミュニケーションに必要なコンテンツを順次拡充していきます。





# 人の心に根ざしたコミュニケーションをWEBで



**DCX design  
& management**

顧客体験向上、ブランド醸成

Emotion Science

## Brand & Mkt-Com Design

ブランドを捉えたマーケティング  
コミュニケーションデザイン

- ✓ 調査分析
- ✓ プランニング、設計
- ✓ クリエイティブ
- ✓ 運用／サポート

UI visualization

## Web & Graphic Design

デザインシステムの策定  
およびUIデザインとツール展開

- ✓ CI／ブランディング
- ✓ UIデザイン
- ✓ 販促ツールデザイン
- ✓ パッケージデザイン

Structuring of UX

## UI/WebApp Development

UXに基づくWEBプロダクト設計  
および実装技術の深化・向上

- ✓ プロダクト設計
- ✓ UI/UXディレクション
- ✓ デザイン、エンジニアリング

# ビジネスの成果に繋がるデザインプロセスとは

パルスマーケティング：エンゲージメント向上を設計、定量化して観測

デザインシステム：クリエイティブデザインとモジュールデザインの統合

## STEP.1

### 欲求を読み解き

顧客心理と行動を分析、  
WEB上の接点を見つける



マーケティング  
起点の戦略立案

## STEP.2

### 感情を動かし

心理変容のための  
コンテンツとデザイン



エモーショナルな  
クリエイティブ

## STEP.3

### 行動を後押し

事業成果につながるコンテンツ  
UI/UXと広告出稿の設計



UXを高める  
エンジニアリング



定量評価と  
改善運用

顧客体験の向上→潜在的な成果、エンゲージメント増加

**新規顧客開拓数の増加 × LTVの最大化 = 顕在化された成果、収益増加**

まとめ

Chapter5

## まとめ

### ファンベースの企業・販売戦略が より多くのファンを生み出す

人口減少、超高齢化、超成熟市場、情報過多など、ビジネスシーンを取り巻く環境は大きな転換点を迎えています。その中でも20%の顧客が80%の売り上げを支えてくれる「ファン」。この「ファン」を大切に、伸ばしていくことが中長期の戦略や企業価値、商品価値の向上につながっていく時代です。

私たちコスミックエンジンは「顧客体験」というキーワードを主に分析と戦略立案、クリエイティブからその後の運用まで、総合的な領域でファン化というミッションに取り組んだソリューションを展開しています。



# 料金について

Chapter6

# 明確な指針に基づく料金体系

## 明確な指針に基づく料金体系

クライアントのニーズに応じたオプションや明確な追加料金を提供し、透明かつ公正な価格設定でプロジェクトの目標達成をお約束します。高品質なサイト構築とサービスを心がけ、円滑なコミュニケーションから生まれる信用と信頼を重視しクライアントのビジネス成功に貢献することをお約束します。



## CXプランニング・設計



サイトリニューアル計画

**¥880,000～**

[内容]

サイト規模：50ページ程度  
戦略策定・サイト要件定義一式



D2Cブランディング伴走

**¥198,000～**

[内容]

戦略策定から運用ディレクション  
準委任契約期間6ヶ月～



B2Bブランディング伴走

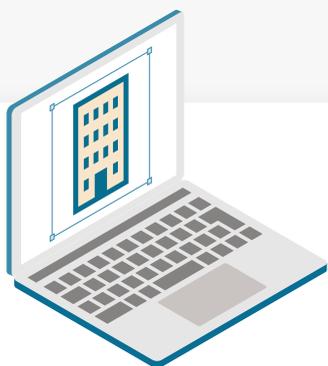
**¥88,000～**

[内容]

戦略策定から運用ディレクション  
準委任契約期間6ヶ月～

※構成・料金は目安です

## サイト作成・リニューアル



コーポレートサイト制作例

**¥1,320,000～**

[内容]

ページ数：10ページ  
お問い合わせフォーム、WP



ECサイト制作例

**¥528,000～**

[内容]

ページ数：10ページ  
Shopifyにてオリジナルデザイン  
の場合



ランディングページ制作例

**¥330,000～**

[内容]

ページ数：1ページ、バナー  
出稿については別途ご相談ください。

※構成・料金は目安です



## 有限会社コスミックエンジン

〒141-0031 東京都品川区西五反田1-26-3 第二白井ビル7F

TEL : 03-5719-4008 FAX : 03-5719-4012

[www.cosmicengine.co.jp](http://www.cosmicengine.co.jp)

