

基于用户体验驱动的创新工作坊

Human-centered design & Service Design Workshop

【课程概述】



“体验经济时代”的到来，人们生活水平的提高，用户更加关注的是一种感觉，一种情绪上、智力上甚至精神上的个性体验。在市场竞争激烈同质化现象严重的情况下，靠什么赢得客户？只有一切从用户的角度出发，摒弃企业喜好，不求大而全的功能点，减少华而不实的功能，完善细节，不断创新，才能打造出来让用户满意的产品与服务，这才是基于用户体验驱动产品创新的新视角。

2019年，第三产业占中国整体GDP的53.9%。从产品至上转向服务升级，从单纯的服务扩展为服务生态，这个过程中也需要合适的利器来帮助我们找到持续增长的空间或适合自己的蓝海世界，设计思维及服务设计是为构架将人资产和流程三要素结合，既是一种战略，更是一种变革。

“如果当初让我去问顾客他们想要什么，他们只会告诉我：“一匹更快的马。”
——亨利·福特

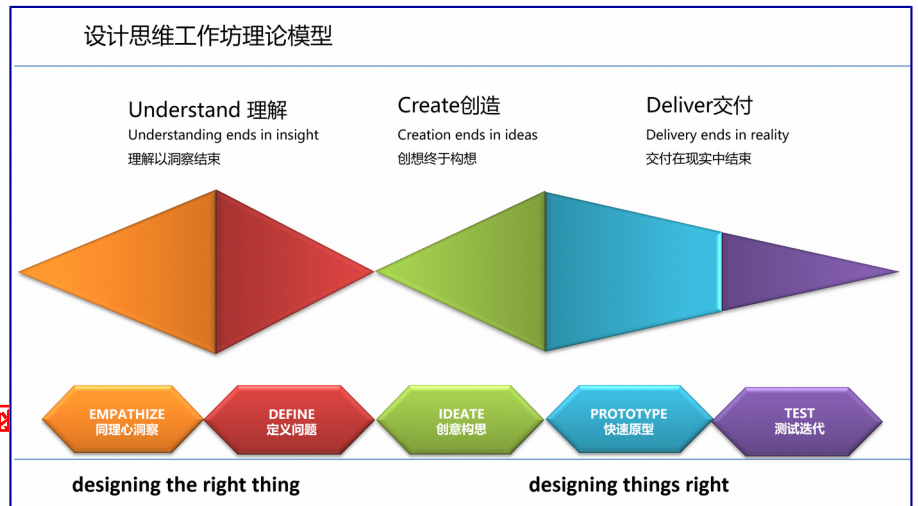
【课程目的】

- 引领学员从宏观角度思考产品策略，角色定位及方法论应用。
- 引导学员从单纯产品设计的视角转向关注用户体验打造有用、易用、令人满意的产品或服务。
- 理解如何基于产品服务化的理念，通过服务场景的分析挖掘产品或服务体验的可创新点？
- 检测并领会是否拥有客户思维（以客户为中心），是否真正理解客户待解决的问题到底是什么？痛点是什么？这些信息是怎么收集来的？用以往人口统计学信息收集的信息是否能找到真实需求？
- 学习演练如何找点MOT时刻，打造峰值体验，相对应的策略应该是什么？
- 掌握相应工具帮助设计整个项目过程的成果，是否全面考虑客户旅程路径中的痛点与需求，以此来打造客户体验的一致性和连贯性。
- 学习领会产品或服务如何检验？MVP（最小可行性产品）是什么？怎么做？意义何在？什么时机找什么客户调研才是合适的？

【课程设计底层理论构架】

- 创新设计思维
- 服务设计思维
- 宏观产品战略
- 精益创业
- 产品游戏化思维

(以上理论框架涉及的创新活



【课程基础理念】

好产品需要好体验，好体验需要好场景，好场景促进好生态，好生态产生更好的商业价值。

【课程时长】 2-3 天

【课程对象】 需要思考创新战略的高层。

需要知道实施创新工作的中层。

需要学习方法论工具的基层。

第一章：基于用户体验驱动的产品创新基础理论初识

章节	内容	要点/收获
理论引入	开场 破冰游戏	引领进入状态

分组 打破思维定势 什么是创新 (案例：迪斯尼的故事)	
不舒服又习以为常的产品或服务 (案例，讨论)	打开思路关注长远 基本定位
创新设计思维及服务设计定义及应用范围 服务设计的五大原则： <ul style="list-style-type: none"> ● 以人为本 ● 协作迭代 ● 连续 ● 真实 ● 全面 	创新基本概念及对应方法论 理解核心原则的含义
创新设计思维及服务设计的流程与步骤	从整体理解流程及意义
利用创新设计思维的思考方式获得产品改良案例：GE 的故事	通过现实案例理解方法论的价值

目的：

- 对创新定义纠偏，为后续课程做铺垫。
- 从宏观整体的角度理解什么是以用户为中心的创新，相关方法论及适用范围。

第二章：基于用户体验驱动的创新方法与工具 (实操演练篇)

创新 5 步法

第一步：EMPATHIZE 同理心洞察

章节	内容	要点/收获
----	----	-------

洞察研究工具	访谈法 现场观察法 定量定性分析法的优缺点分析	基本调研工具的概念及使用
	JTBD 产品真正使命/顾客待完成任务 (奶昔案例)	如何透过调研发掘真正的需求点
	同理心地图 利益相关者分析 领先用户的价值	用户需求点的汇总与思考 用户细分的选择方式
洞察及挖掘 用户需求	(用户访谈方法演练)	通过实际演练体验问题设计及与传统调研方式的差别

目的：

- 了解洞察在整个创新过程中的重要性
- 洞察及调研的方法类型
- 创新中的调研与传统调研的区别
- 学会如何去理解你的客户
- 尝试访谈法的优点和技巧

输出成果：

- 调研问卷提纲及小组访谈记录

第二步：DEFINE 定义问题

章节	内容	要点/收获
问题定义工具 及方法	用户画像 (Persona)	人物角色创建方法及意义

	<p>客户旅程地图 (Customer Journey Map) 及服务蓝图 (Service Blueprint)</p> <p>10 种关键时刻创新策略</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 拔高波峰 2. 填平波谷 3. 优化关键时刻 4. 凤头 5. 豹尾 6. 延伸体验 7. 跳过体验 8. 重排 9. 智能 10. 彻底重设 	<p>双 4 步分析法： 10 种关键时刻创新策略</p>
	<p>观点工具及问题定义工具使用及时机</p>	<p>Point of View 及 HMW 工具使用</p>
<p>工具演练</p>	<p>客户旅程地图绘制及观点问题定义工具练习</p>	<p>动手实践</p>

目的：

- 任何产品都不可能满足所有客户的需求，利用用户画像找到主要关注的几类客户人群。
- 通过流程化，工具化的方式探索产品使用路径，以此识别机会点及内部协调机制是否缺失或冗余。
- 通过探索找到待解决的问题到底是什么 (POV)，以此来决定提供什么样的产品或服务

输出成果：

- 用户画像
- 客户旅程地图
- POV 基础观点

第三步：IDEATE 创意构思

章节	内容	要点/收获
创意构想工具及方法	<p>头脑风暴(Brain-storming)及原则</p> <ul style="list-style-type: none">● 暂缓评论● 异想天开● 借题发挥● 不要跑题● 一人一次● 图文并茂● 多多益善	基本方法原则及演练

目的：

- 根据定义的问题采用共创工具得出解决方案。

输出成果：

- 产品解决方案的点子

第四、五步 PROTOTYPE 快速原型+TEST 测试迭代

章节	内容	要点/收获
----	----	-------

快速原型工具 及方法	MVP 最小功能性原型的定义及使用场景	早失败早成功及迭代意义的理解
	故事板原型 多材料场景原型 角色扮演 多方法演练	多种原型方法演练
目的： <ul style="list-style-type: none">引入产品游戏化思维，学习如何使用最小可行性画布及原型迭代的价值体现。 输出成果： <ul style="list-style-type: none">多种方式的产品原型		
最终模拟路演		
小组成果汇报 小组间交流及问题答疑		

讲师简介

工作坊引导师 王晓东 ERIC

创新设计思维导师、传播者

香港大学 ICB 中国商学院产品创新与服务设计研究生

引导师，创新引导师认证（芬兰引导大师 Pepe）

桥中&Koos 服务设计大师认证

创新设计思维引导师认证

服务设计人才资质认证

创新设计思维（中国）研究院特约顾问

中科院创新平台政府合作项目特约讲师

曾任职于国内专业大型人力资源服务机构，负责培训产品相关业务



主要课程：

- 创新设计思维助力商业创新工作坊
- 创新服务设计-重塑商业与服务工作坊
- 商业探寻工作坊
- Better Business 之路
- 设计冲刺项目挑战
- 产品经理的设计思维
- 结合设计思维方法论的创新管理
- 品牌体验闭环打造可设计的增长

培训及咨询企业涉及服务业，金融，房地产，传统制造业； 国企，外企，私企。

部分课程项目：

- 中国国际航空公司某部门创新设计思维工作坊（中层以上级别）
- 中国工商银行电子中心创新工作坊（两期）（骨干人员培训项目）
- 金地物业集团人力资源创新设计思维工作坊（集团各地分公司人力负责人）
- 光大银行&日本JCB 银行服务设计工作坊（内部创新评比种子项目；JCB 亚洲区副总裁坂本雅俊先生全程参与）
- 国家电网（福建）创新设计思维工作坊（全员开放性普及项目）
- 中科创想商业探寻工作坊（北京及部分河北区域高层）
- 联想集团某部门创新设计思维工作坊（部门全员）
- 某私企文化公司创新问题探寻及解决工作坊（经理以上级别）
- 中银商务全员普及性创新工作坊（面向全国线上课程）
- 上海电信基于用户体验驱动的产品创新工作坊（产品经理能力提升项目）
- 丰巢 miniMBA 项目创新设计思维工作坊（中层骨干培训项目）
- 香港大学中国商学院创新工作坊公开课（北京场）

部分证书：



【典型案例】

线上课程：

案例（金融行业）

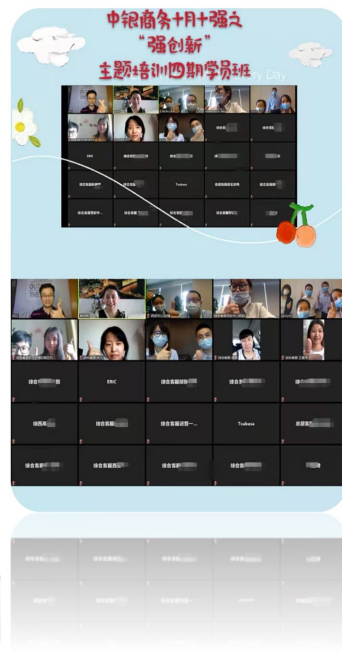
中银金融商务有限公司
创新设计思维线上工作坊



项目类型： 全员创新赋能项目；线上课程
时长： 1天（四期）
参与人员：
内部全体员工
目标：
配合中银商务创新主题日，进行创新文化赋能项目，让更多

工作坊要点：

- 讲解与互动结合
- 概念与故事案例结合
- 理论普及与实务要点重点剖析相结合



案例（金融行业）

光大银行&日本JCB银行
创新设计思维联合工作坊



项目类型： 内部创新评比种子项目（落地项目）
时长： 2天
参与人员：
JCB亚洲区副总裁坂本雅俊等高层；光大信用卡中心年轻骨干
成果：
4个小组均有不同解决方案，课程结束后一星期进行优化，交内部经理初评进入内部评比。

工作坊要点：

- 1.内部数据采集解读
- 2.邀请6位客户现场访谈
- 3.分析需求痛点，重新定义问题
- 4.激发点子
- 5.将点子分类整合做出原型



项目类型： 产品经理能力提升项目

时长： 3天（两期）

参与人员：

产品经理

目标：

结合现有项目，通过对创新方法论的学习，提升产品经理对5G产品与服务项目与客户需求连接的意识和方法。

• 服务设计思维

- 宏观产品战略
- 精益创业
- 产品游戏化思维

- 如何真正理解客户的方法
- 找到MOT时刻，打造峰值体验
- 全面考虑前中后各部门的作用和职责，达成客户体验的一致性和连贯性。
- MVP（最小可行性产品原型）的游戏化思维方式



案例（互联网科技行业）

丰巢科技
创新工作坊



项目类型：创新赋能项目

时长：1天

参与人员：

储备大区负责人

目标：

Mini MBA项目中创新模块的延伸，整体了解创新方法论的应用方式。

对现有产品和服务结合课程进行点拨。

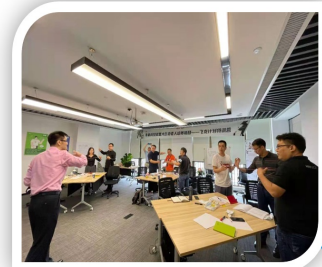
学员感悟：

以客户为中心这么简单的概念，原来我们都理解错了！



工作坊要点及成果：

- 创新方法论与Mini MBA课程的结合复盘
- 根据大家的疑惑，详细剖析了以客户为中心进行洞察的真正含义与方法
- 尝试用迷你工作坊的形式结合方法论流程打造好产品



OPPO
创新设计思维工作坊



项目类型：创新赋能项目

工作坊要点及成果：

- 讲解客户体验在品牌及营销中的作用
- 各小组根据选择的题目结合创意产出方法进行实践学习



案例（交通出行行业）

宁波轨道交通
创新设计思维工作坊



项目类型：创新赋能项目

时长：2天

参与人员：

优秀骨干

目标：

打破传统思维角度，建立新视角。

尝试解决先有问题，并代入之后的内部创新大赛。

掌握创意产出工具的应用。

工作坊要点及成果：

- 讲解（内外）客户体验在服务企业中的作用
- 各小组讨论主题，结合五步法进行实践学习
- 用故事模式进行模拟路演。

