



《最真体验-企业持续增长之源》

课程纲要

讲师：王晓东

课程纲要

【课程名称】 《最真体验-企业持续增长之源》

【课程背景】

从服务经济进入体验经济，“体验”这个词几乎成为所有事物的标配。但是，仅仅给事物加上“体验”一词，并不能自动使它成为有价值的体验。作为企业方，是不是经常遇到以下的场景？

- 无法正确区分服务与体验的关系，自然看不到客户体验的价值
- 认识到服务与体验的重要性，但是无从下手，缺乏理论基础和实操方法
- 不能从高维视角审视服务，只关注细节忽略了整体
- 看不到通过客户体验聚焦核心竞争力的价值所在
- 员工看不到也不理解体验的价值，自然执行不到位

《最真体验-企业持续增长之源》课程是为疫情之下企业持续学习而设计的线上系列课之一，帮助其跳出思维茧房的赋能课程。从介绍体验和体验设计的概念入手，提出一些既基础又实用的定义，以帮助企业重构，反思自己的工作。同时课程将提供从平淡的体验到革新性的体验类型框架，及多种案例来解读体验的价值意义，为全面理解体验设计做准备，帮助企业指导或引领团队打造和落实引人入胜的体验。

【课程目标】

- 1、建立客户体验的整体视角；
- 2、理解科学管理，持续提升客户体验，避免盲目服务叠加的底层逻辑；
- 3、提升企业员工体验意识及设计技巧，为客户提供稳定而优质的体验。
- 4、通过独特的体验打造客户推崇的品牌。

【课程时长】 0.5 天 (3 小时)

【课程对象】 期望快速理解新时代下的创新方法的各层级员工。

【课程模式】 Online 线上直播 +Teamind 共享画布 (可选)

【课程大纲】

最真体验-企业持续增长之源

- 如何看待体验的价值
- 时代背景促动了体验升级
- 我们和客户想的一样吗？
- 一起来看看客户到底要什么？

案例解析：这事如果发生在你的身边，你的员工会怎么做？

- 产品，服务，体验之间有什么关系？
- 体验的重要，数据来说话
- 挖掘冰山下的体验需求
- 客户满意就够了？
- 体验的分级，让我们不再盲目
- 体验升级也有方法，客户旅程来帮忙
- 懂得峰终又懂关键时刻，让你的钱花在该花的地方
- 体验也是有衡量标准的，看看你用了哪几个？

讲师点评答疑