



《创新的力量——创新设计思维工作坊》

课程纲要

讲师：王晓东

课程纲要

【课程名称】 《创新的力量——创新设计思维工作坊》

【课程背景】

科技的进步，时代的变化，企业竞争越发激烈，创新成为企业的必备技能，持续创新更显得尤为重要。

但是很多企业所面临的问题是：

- ◇ 增长乏力，战略方向模糊不清，不知道如何借力创新拨开迷雾。
- ◇ 有意愿无方法，传统创新方法如同海市蜃楼，学着开心，落地困难。
- ◇ 技术不是问题，反而往哪创新成了大问题。
- ◇ 对创新理解偏差导致两种现象：要么觉得没实力做，要么觉得创新一学就会。

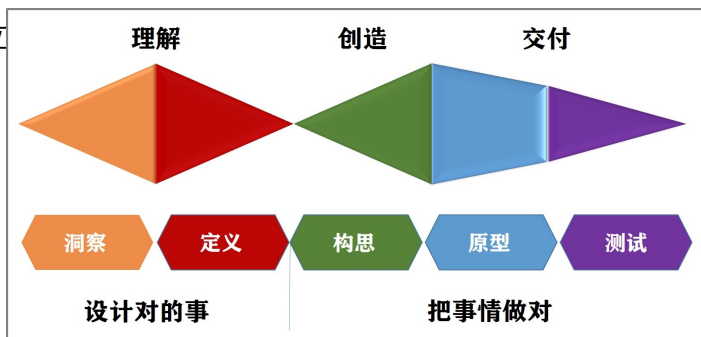
以上的问题根源就在于创新不是个新名词，创新是与时代特点相契合的。新商业时代下的创新体系是伴随互联网大潮而兴起的，比传统创新思维涉及面更广、更加体系化、更加便于学习掌握及复用。

《创新的力量——创新设计思维工作坊》是专门为帮助企业打开创新困局而设计的实战课程。创新设计思维诞生于硅谷，具有很强的普适性，经过多年的商业验证，成就了众多知名企业，是当下主流的核心创新方法论之一。其以人为核心思想与体验经济时代的主旋律珠联璧合，其流程化工具化的方法更是让落地成为了可能。课程采用工作坊方式带领学员从理论到实践，从认知到落地，体验利用创新设计思维尝试解决一个的创新命题。采用引导式培训及从做中学的方式，借助小组讨论，案例启发，现场演练，模拟路演等方法，相互交织完成学习过程，获得后续可落地的点子与方案。

【课程收益】

- 掌握可落地的创新设计思维方法论工具，并理解可延伸范围。
- 重塑以用户为中心的心智模式和目标导向的创新思维模式
- 建立对创新的共同语言，达成价值观共识
- 扩宽参训人员的思维边界
- 赋能企业创新文化建立

【课程设计底层理论构架】



- 创新设计思维
- 德鲁克创新与企业家精神
- 克里斯坦森经典理论集

(以上理论框架涉及的创新涵盖企业生态，战略，产品，服务等领域。)

【课程时长】 1-2天 (6小时/天)

【课程对象】

- 期望在创新/服务/体验等方面获得突破或提升的企业中高管；
- 基于项目改进，期望获得灵感或方法的团队；
- 对上述内容有兴趣学习的员工皆可。

【课程模式】

- Offline 线下课堂
- Online 线上直播+Teamind 共享画布
- OAO(offline and online)线下小组课堂+线上同步课堂

【课程大纲】

导引篇：创新的底层逻辑构建 创新的二次认知

- 到底什么才是创新
案例解析：什么样的创新让企业两年拿下 40%市场份额。
- 重新构架创新的方法
- 符合商业标准的创新甄别之法
- 流程化工具化帮助你走上创新之路
- 创新设计思维落地的流程与步骤概述
创新体验：从思维到行动

第一部分：需求不清，一切白搭

- **案例解析：销量额暴增 28%背后的秘密 (如何挖掘销量密码)**
- 什么是客户洞察？

- 用户洞察需要哪些方法？
- 用户洞察方法的优缺点分析

模拟访谈练习及点评

第二部分：机会需要深度挖掘，主题需要重新定义

- 利益关系人对创新的影响
- 换种方式理解你的用户-用户画像
- 痛点挖掘的两条分支路线：

①．客户旅程法

使用客户旅程地图梳理客户经历了什么

通过服务蓝图审视企业与客户的互动关系

用 HMW 工具定义待解决的关键问题

设计改进方向的底层逻辑-峰终定律及 MOT 关键时刻

工具演练：客户旅程地图基础演练

②．痛点金字塔法

第三部分：点子源于团队智慧

- 共创中的坑，你踩过多少
- 团队智慧激发方法之一：头脑风暴(Brain-storming)

创新体验：如何快速突破思维的局限

- 团队智慧激发方法之二：奔驰法创新工具及练习
- 众多点子的优化分类：亲和图分类法
- 好点子也得分轻重：点子筛选的方法

第四部分：如何让客户理解你的方案，之后还要做什么？

- 1、 客户需要能感知的方案：快速原型法
- 2、 快速原型的类型？
- 3、 优化方案需要用户测试迭代
- 4、 分不清用户测试访谈与洞察访谈，就没法得出正确的结果

团队任务：根据团队解决方案类型制作原型呈现创意概念

第五部分：现场知识检验时刻及复盘

创新设计思维方法论流程演练

- 小组定义主题
- 练习客户访谈
- 客户画像
- 客户痛点抓取
- 头脑风暴及分类优先级
- 原型设计及展示

最终小组模拟路演及小组模拟答辩

小组复盘并进行课程总结，讲师点评答疑