



《产品经理的服务设计工作坊》

课程纲要

讲师：王晓东

课程纲要

【课程名称】 《产品经理的服务设计工作坊》

【课程背景】

数字化，体验经济的时代，我们的客户获得产品及服务的渠道更多，决策更快，喜好变化快，要求提升更高。环境的改变对产品经理提出了从产品至上向服务升级的思维转变要求。但是我们经常听到一些产品经理抱怨说，自己引以为傲的，功能全性能高的产品，客户就是不会用；明明是按照客户要求开发的产品，客户却不喜欢；听到客户说系统难用，产品经理就是找不到问题出在哪？不知道如何满足 C 端客户与 B 端客户差异化的需求？该如何挖掘客户到底要什么，并消除客户购买使用中的障碍？

上面这些场景相信是工作中令很多产品经理焦虑的缩影。

《产品经理的服务设计工作坊》就是为身处体验经济时代下的产品经理特别定制的实用性课程。帮助产品经理建立一套如何通过洞察找到产品机会；如何设计具有连贯性支持性的服务以减少客户使用的障碍；如何提升客户体验的全流程系统思维方法。从底层思维剖析，到工具方法，再到实操演练，是一套具有实战价值的课程。

【课程目标】

- 对比其他行业产品经理实务，吸收其可借鉴可思考的关键点。
- 理解服务设计赋能于产品经理的价值
- 理解产品思维，用户思维，品牌思维的结合。
- 掌握通过关键时刻的抓取和选择，提升服务及产品体验。
- 熟悉 5 天设计冲刺的方法及浓缩版实践演练。

【课程时长】 1-2 天（6 小时/天）

【课程对象】 产品经理；对课程内容感兴趣的团队

【课程大纲】

第一部分：聊聊产品经理

1、产品经理的宏观思考：

- B 端与 C 端产品的区别
- B 端产品经理的六大技能领域
- B 端产品的客户体验

案例：ZENDESK 的 SaaS 客服服务创新

2、产品经理的心智模式 16 式

3、没有竞品如何做竞品分析？获得竞品信息的渠道与工具

4、工具模型集合：

- SWOT 工具与商业模式画布的结合使用分析
- 产品设计画布
- KANO 模型的价值

5、尼尔森十大可用性原则

案例：你所用的吉列剃须刀背后的故事

互动游戏：橙子柠檬

第二部分：产品经理为什么需要服务设计赋能

案例故事解读什么是服务设计

- 1、服务设计的原则如何具有工作指导意义
- 2、通过双钻模型，理解服务设计是如何可流程化工具化的

案例：服务设计的误区

3、服务设计的低层逻辑及应用背景：

- 用户不同期间分类及价值
- RARRA 模型与 AARRR 模型

- 体验与服务设计的关系

第三部分：服务设计流程化落地实践解析

第一节：理解客户是第一步

小案例：小张的智能鱼漂为什么没需求

1、领先用户的价值

3 M 医疗事业部的故事（领先用户案例）

2、客户访谈和调研的好处

3、痛点的五个方面

体验访谈可能遇到的坑（团队模拟访谈）

第二节：客户痛点及机会的挖掘与关键问题定义

1、和体验相关的 MAP 一家

2、客户旅行地图解析

工具演练：客户旅程地图基础演练

3、HMW 主题定义工具

4、峰终定律及 MOT 关键时刻的价值

第三节：如何通过共创激发团队创新

1、头脑风暴原则与练习

2、亲和图分类法解析演练

3、痛点金字塔

4、可行性分析

第四节：通过精益思维建立快速原型迭代概念

1、什么是快速原型？快速原型的重要价值是什么？

2、快速原型的类型？

3、如何进行用户测试迭代？

第四部分：谷歌设计冲刺（可选章节）

1、5 天设计冲刺方法介绍

2、小组讨论冲刺题目方向

- 模拟第一天：画出示意图，选定目标
- 模拟第二天：拟出多个可选方案
- 模拟第三天：选出最好的方案
- 模拟第四天：做出原型
- 模拟第五天：找到目标客户测试

第五部分：理论要落地，实操演练

小故事：我们怎么帮助这个国内厂商找到了软件的使用问题？

- 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