



# 《突破增长瓶颈，体验思维赋能》

## 课程纲要

讲师：王晓东

## 课程纲要

**【课程名称】** 《突破增长瓶颈，体验思维赋能》

**【核心理念】** 体验不是服务的叠加；体验是可以被设计的

**【课程方向】** 偏重体验设计方法

**【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（如餐饮体验、入住体验、员工入职体验）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。作为管理者，你是不是会遇到以下的场景？

- 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
- 知识结构没有随时代升级，很难跳出传统商业思维的禁锢
- 看不到通过客户体验聚焦核心竞争力的价值所在

《突破增长瓶颈，体验思维赋能》课程是为管理者精心打造，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，以帮助企业管理者指导自己的工作。同时课程将提供从平淡的体验到革新性的体验类型框架，及可落地可复用的工具，为全面理解体验设计做准备，帮助管理者指导或引领团队设计出引人入胜的沉浸式体验。

**【课程目标】**

企业收益：

- 1、尝试从高维角度思考各部门在客户路程中的角色定位及工作流程；
- 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、通过体验理论及方法论工具的系统学习，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。

岗位收益：

- 1、转变视角：从关注产品或服务本身，转变为客户体验的视角，创造独特服务体验。
- 2、落地转换：围绕具体的客户体验话题展开研讨，梳理端到端客户旅程、客户界面和业务流程，形成落地结果；
- 3、沉淀实用方法：将整套客户体验提升的落地工具与一线实战经验互补，沉淀为可复用的客户体验方法。

### 【课程特色】

- 理论扎实：基于经典理论、最新商业实践的研究支撑，根据商业环境的变化进行理论和方法整合升级；体验设计，创新设计思维，系统一二，峰终定律及关键时刻的整合性思考使课程更系统，更具落地性。
- 内容灵活：可根据学时调整，模块做定制化调整，还可与实践课程组合。
- 落地性强：除理论基础还包含可学可用的方法论工具，有助于帮助后续落地。
- 反复学习：方法论工具可复用，结合实战经验，可形成自己独特的体验方法。

**【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管理者；

## 【课程大纲】

### 第一部分：伟大的体验不是偶然发生的-需要有目的性和计划性

开场/破冰游戏/小组建设任务/挑战规则，积分规矩

#### 第一节 探索体验与体验设计

1. 提升客户体验的重要性

2. 什么是体验；服务与体验的区别

体验设计案例：这家医院已经名列前茅，居然还这么重视客户体验

3. 体验的三个基本元素；什么是体验设计
4. 为什么用户体验设计很重要
5. 四种体验类型

## 第二节 优质体验的构成元素

1. 人们到底想从体验中获得什么？PERMA 模型。
2. 如何吸引注意力；系统一与系统二
3. 设计值得回忆的体验
4. 体验概念三命题

## 第三节 体验框架

体验框架的五种体验类型与五种属性

# 第二部分：最佳体验设计工具包

## 第一节 体验场景

1. 体验场景的 6 元素
2. 用户类型深度解剖 ESP 模型
3. 用户预期及用户感官体验的构成（五感）

案例分享：区分用户类型找到体验机会（洗车案例）

4. 网络和社交媒体对体验设计的影响

## 第二节 体验创新设计思维

1. 什么是体验创新及设计思维
2. 核心五步：
  - 同理心洞察
  - 定义问题
  - 构思解决方案
  - 快速原型
  - 测试迭代

3. 总结：体验设计 + 设计思维

## 第三节 设计评估体验旅程

1. 访谈和调研的好处

2. 如何绘制体验地图
  - 如何选择正确的地图工具（客户旅程图与服务蓝图）
  - 体验地图的关键元素
3. 如何细分市场；洞见来自两种研究方法的结合
4. 如何创造价值曲线
5. 工具的辅助提升作用
  - 卡诺图有助于寻找持续性机会
  - 用 SCAMPER 法优化客户体验

#### 工具演练：

- 模拟访谈
- 体验地图绘制

#### 第四节 触点，痛点，MOT 关键时刻及峰终定律

1. 触点模板；普通触点转化为非凡触点的方法
2. 痛点的五个方面 TERMS
3. 客户体验 4 个阶段性关键时刻（ZMOT,FMOT,SMOT,UMOT）

#### 客户体验案例：（亚朵酒店）

4. 峰终定律怎么用

#### 实战演练：

结合课程内容，选取关键阶段时刻，发掘痛点，设计峰终时刻。

#### 第五节 体验设计实施原则及优化方法

1. 创造富有吸引力的体验 5 原则
2. 体验设计优化的方法：9 项技术元素与 7 项艺术元素
3. 实施客户体验创新的时间步骤
4. 总结：体验经济需要体验设计

#### 实战演练：

结合课程内容，从技术元素与艺术元素层面是否有新的体验设计添加。

#### 结语篇

课程知识点复盘，学员提问，讲师解答，小组课程总结。

学习承诺：延展阅读和行动计划