



《触点思维——服务创新与工作改进》

【课程场景】

服务不是口号，服务不是成本，服务是企业利润的基石。服务已不单是销售人员、售后服务人员或服务型企业员工关心的事，满足客户的需求是企业可持续发展的必由之路，不断创新一流的服务已成为企业竞争的新焦点。

服务的创新本质是感觉上的打造，就是提升用户体验的每一个关键点。这个方法就是“触点管理”也叫“触点服务创新”。品牌、产品、服务等在各个方面各个环节与用户的接触点，包括视觉、触觉、听觉、嗅觉、味觉以及心理上所接触的每一个点，都可以叫做触点。简单点说，就是抓住与用户接触的各个“关键时刻”。通过接触点的规划、设计和管理，使这些与用户接触的关键时刻变为用户满意的点，从而继续下一步。

【课程收益】

通过触发点的创新改进，提升服务力
通过客户体验地图绘制，建立同理心
通过拆分工作服务流程，找到改进点
通过加减乘除基本方法，痛点变爽点

【培训特色】

- 趣味性：建立乐在其中的体验感；场景搭建、用手思考、实战模拟；
- 参与性：学员是主角，可以调动全身心参与，教练更多是引导者的角色；
- 互动性：充分运用听、说、学、做、改等一系列学习手段，开启一切可以调动的感官功能，对所学理念形成深度团队记忆。

【培训目标】

找到服务中的潜在影响点，在每个关键时刻改进升级，持续创新。

【培训对象】 客户服务、服务流程设计人员、公司部门间内外部服务者

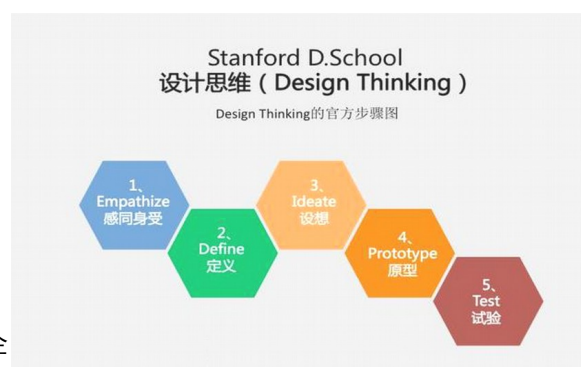
【课程时间】 6 学时

【课程内容】

第一节 同理心：换位思考，感同身受

1、服务是有温度的沟通

- 沟通四大目的：说明事物、表达感情、建立关系、进行企图





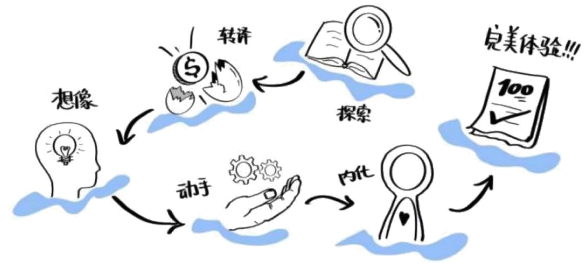
- 沟通是信息和情感的传递；沟通过程就是把别人变成自己人的过程

2、客户关系的建立模型

过程：不认识——认识——喜欢——信任——尊重——合作伙伴

方法：接触——同步——了解——担当——交集

- 接触法：爱的基础是接触
- 同步法：同流才能交流
- 了解法：人人都是斯诺登
- 担当法：责任稀释跳动定律
- 交集法：朋友是麻烦出来的



3、用户画像：用户思维+客户视角

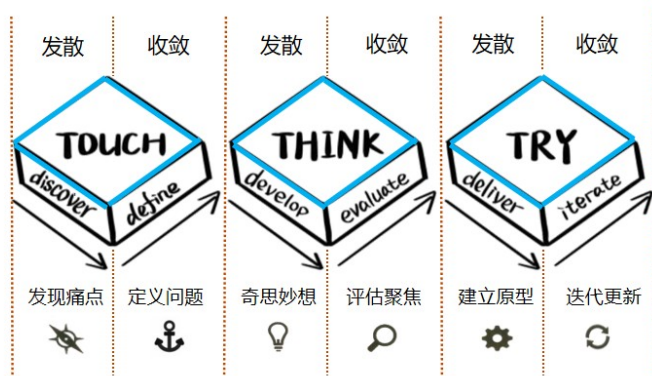
- 同理心探询
- 用户访谈
- 用户画像
- 用户场景模拟

第二节 拆解：细分产品和服务，定义问题点

创新工具——从“迪士尼策略”到“三个盒子”

1. 触点盒子：TOUCH 触点——找到工作中需要改进的痛点，作为创新的发力点
2. 亮点盒子：THINK 亮点——通过脑力激荡激发灵感，为工作改进注入闪光点
3. 试点盒子：TRY 试点——实践是检验真理的唯一标准，收敛落地，试错迭代

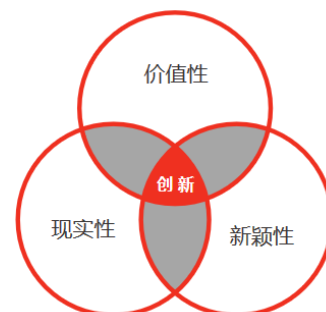
- 触点图：罗列出在这个流程之中，目标人群可能会接触到的触点。
- 情绪波动图：找出痛点和爽点关键时刻
- 机会热点图：每一个痛点都是创新机会点
- 亮点：引人注目
- 痛点：解决问题
- 痒点：激发欲望
- 喜点：砰然心动
- 笑点：娱乐精神
- 泪点：感动营销
- 靚点：视觉呈现



第三节 创新：加减乘除，激发创意

- 加一加：重新组合、混搭杂交
- 减一减：取消删除、化繁为简
- 乘一乘：放大提高、长板加长
- 除一除：缩小降低、短板补足

第四节 呈现：服务改进方案路演，收集反馈进行改进





作品登记证书	
登记号: 沪作登字-2022-L-02268170	
作品/制品名称: 触点思维——服务创新与工作改进	作品类别: 其他作品
作者: 龚晓晴(龚一)	著作权人: 龚晓晴(龚一)
创作完成日期: 2018年06月25日	首次发表/出版/制作日期: 2018年08月08日
以上事项, 由龚晓晴申请, 经上海市版权局审核, 根据《作品自愿登记试行办法》规定, 予以登记。	
登记日期: 2022年02月25日	
中华人民共和国国家版权局统一监制	