

# 服务内容及服务产品的设计与创新

主讲：金玉成

**课程对象：**

**授课时间：**2天，6小时/天

**授课形式：**

专题讲授、案例分析、工具分享、小组研讨、互动提问、脑力激荡、启发教学

**课程大纲：**

## 第一讲、服务体验提升与创新

课程导入：体验引发的联想

案例分析：优衣库、淘公仔专卖店和腾讯产品专卖店、宜家

### 一、服务体验旅程

- 1、什么是体验旅程
- 2、如何画出客户的旅程图
- 3、用户 HIGH 点和痛点
- 4、用户的“做”（行为观察）
- 5、用户的“想”（需求分析，和场景）
- 6、用户的“感受”（情绪和唤起）
- 7、体验工作坊（画出消费者旅程节点）

### 二、以用户为中心

- 1、用户分析
- 2、需求分析
- 3、场景分析
- 4、PERSONA 的产出

### 三、共同创造

- 1、请你的品牌的忠实客户参与
- 2、用户研究
- 3、概念设计
- 4、体验设计
- 5、反馈和迭代

### 四、可见性

- 1、把不可见的变成可见的
- 2、如何让一个概念通过文字传达
- 3、如果让一个概念通过图片传达
- 4、服务人格化
- 5、有效服务，拒绝“无记忆”的过度服务

### 五、NPS

- 1、NPS 概念
- 2、体验曲线
- 3、体验服务战略
- 4、服务细节和组织适应

### 六、工作坊操练

- 1、向优秀标杆学习体验

- 2、设计一个极致的概念“门店”
- 3、用体验金字塔，尤其是反思层设计

## 第二讲、服务产品的设计与创新

### 一、服务与服务系统

- 1、服务的定义与分类
- 2、服务的六个固有特性
- 3、服务的五个特点
- 4、服务功能与顾客化程度模型
- 5、KANO 顾客感知模型
- 6、服务要素竞争模型分析
- 7、服务系统的标准架构
- 8、服务实现过程模型分析

### 二、服务质量模型

- 1、服务质量与顾客满意
- 2、服务质量感知模型分析
- 3、SERVQUAL 模型——PZB 模型
- 4、服务质量的五个维度
- 5、服务质量差距模型分析
- 6、服务设计与传递中的七种差距
- 7、服务质量环与一般产品质量环的差异分析
- 8、服务质量形成一般模型分析
- 9、顾客满意度测评
- 10、顾客满意度计算方法
- 11、四种顾客满意指数模型

瑞典顾客满意指数（SCSB）模型、美国顾客满意指数（ACSI）模型  
欧洲顾客满意指数（ECSI）模型、中国顾客满意指数（CCSI）模型

### 三、服务创新动力与模型

- 1、创新的定义
- 2、服务创新概念与特征
- 3、服务创新与一般产品创新的区别
- 4、服务创新的类型分析
- 5、服务创新的驱动力模型
- 6、服务创新整合模型：四维度模型
- 7、服务创新模式  
战略创新、专业、配套创新、工匠模式、网络模式、参与者模式
- 8、服务创新的七个途径

### 四、服务设计与开发

- 1、新服务开发的定义与特性
- 2、服务过程再设计的类型
- 3、服务设计过程
- 4、服务设计的四种具体方法  
工业化设计法、定制化方法、顾客接触设计法、集成设计法

## 第三讲、课程总结与回顾