

服务创新设计 | 洞察用户、创新设计、重塑价值 (Service Design Thinking and Doing)

工作坊：3天

课程背景：

新时代的背景下，差异化服务已经成为全球市场需求新趋势。“服务设计”作为重点发展领域，与信息技术服务、电子商务服务、云计算服务、人工智能服务、建筑设计、文化创意服务、管理咨询服务和大数据等行业并行。服务设计思维工作坊，帮助企业员工在学习各种工具和技能，**学会应对真实的场景并创造真正的价值，以用户为中心重新审视原有思路，重新拓展创新管理思维，实现管理商业突破。**

授课形式：

问题讨论+案例引导+现场答疑+现场练习

你是否有以下困惑：

面临独特问题、没有标准解决方的“Wicked problems”，解决问题从而提高用户体验价值。组织不仅关注产品技术与服务，更加考虑内外部客户的真实需求，通过独特的视角为产品和业务差异化策略。

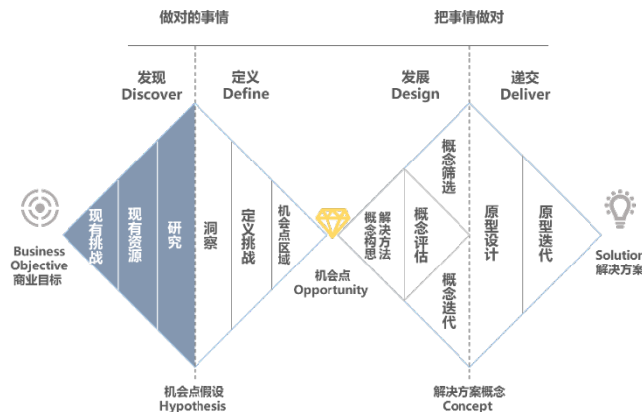
新型业态大量兴起，更加重视产品使用体验，面临挑战表现在：

定位难：客户/业务聚焦选择的方向很多，难以取舍，到底选择哪个方向？

越努力，客户越不满意，怎样办？

验证难：与内/外部客户沟通了很多次，方案不断修改，就是决策，怎么办？

核心模型：



课程收益：

培养对服务设计思维的认识，并且能运用到日常工作中，营造组织共同的创新语言；
在解决问题时总是以人为本，始终将客户置于创新设计的核心位置；
低成本构建产品与服务原型，快速测试原型与迭代，清晰有效表达观点，提高说服能力。

课程大纲：

模块 1

服务 (含产品) 设计概念

Service Design Thinking

问题的转变：从产品到服务

服务 (含产品) 设计是科学交叉的一种方法-Wicked problems

Services 服务 4 个特性：IHI-无形性、异质性、不可分割性、易逝性

Design 设计 4 个秩序：符号、物品、交互与体验、环境和系统

服务设计不是什么

不仅是美化与装饰、客户服务、服务补救

服务、产品

服务为中心 vs. 产品为中心的区别

服务设计 6 原则-以人为本、共创与共创、迭代、连续、现实、整体性

营销：以人为本，创造价值

【案例分析】传统咖啡-产品为中心；瑞幸、星巴克咖啡-服务为中心

小组讨论：用户改变-流程、触点、问题、员工服务、配送、后台

模块 2

服务设计应用领域

设计的变革与洞察

产品设计：服务应用与产品研发

平面设计：提供视觉阐释

互动 (交互) 设计：传递积极社会影响

战略管理：公司运营揭秘

运营管理：对效率的不懈追求

设计人种学：从日常生活中获取灵感

【案例分析】养老社区

【小组讨论】什么是老人的真正需求

模块 3

服务设计 12 戒律

服务设计 12 戒律

喜欢叫什么就叫什么、制作垃圾初稿、你是主持人

动手，别动嘴、是的…但是/并且… 先找正确的问题，再解决

现实世界的原型、不要把鸡蛋全放到一个篮子里、工具不是重点/改变现实才是

规划迭代，然后调整、兼顾整体与细节、一切皆服务

模块 4

服务设计核心活动

为设计服务找一个过程

设计过程中的基本模式

思考与行动的发散和收敛

先找对病因，再对症下药

服务设计框架中的核心活动

模块 5

服务 (含产品) 设计流程

Service Design Flow

双钻模型：机会点假设、解决方案概念
服务设计项目 Flow、工具库（非线性）
Discovery 探索阶段- Research
Define 定义阶-Analysis 分析
Develop 发展阶段-Ideation 头脑风暴
Delivery 交付阶段
【服务设计案例】商业、建筑设计、服务产品、运营

模块 6 服务设计思维核心方法

服务设计思维核心模型（双钻形模型）
商业目标>机会点假设>机会点>解决方案概念>解决方案
服务设计思维的创新维度
情感创新/体念创新/过程创新/功能创新
服务设计思维 3 个阶段
启发->构思->实施（三阶段反复循环）
服务设计思维的 6 个步骤
理解->观察->总结->构思->沟通->实施

模块 7

PERSONA 客户原型分析

（集思广益：信息收集方法）

客户原型分析-移情图模型

移情，创造客户体验，让客户满意

移情图，可以帮助清晰地分析出用户最关注的问题，找到更好的解决问题的方案

客户原型分析的流程

从目标开始，定义谁是移情的主题，希望他们做什么？

明确了目标，顺时针方向绕着画布，完成看，说，做，听

完成了外面一圈，再将注意力集中到客户头脑中的事情上

利用移情图进行客户原型分析

收集客户信息的方法-5W+1H

【小组演练】客户原型分析

模块 8

洞察客户心中的问题

为何洞察比答案重要？

识别对方真实想法>发现事物的本质>发现未来的问题>摆脱框架的束缚

洞见的三大层次

有效提问-问题漏斗

开放式提问、探寻式提问、封闭式提问

【小组演练】将洞察结果转换为客户需求

模块 9

服务原型的制作

原型制作的规划

服务原型的制作流程

数据整合与分析

原型制作与迭代方法

模块 10

从服务原型到服务体验

规划以人为本的实现

实现的 4 个领域

服务设计与变更管理

客户体验历程图解

【小组演练】绘制客户体验历程图

模块 11

服务设计工作原理

迭代过程：迭代四步法

步骤一，探索：双菱形设计流程模型

步骤二，创造：概念设计

步骤三，再思考：模型测试

步骤四，实施：进行计划变革

AT-ONE 法则：携手用户，实现 AT-ONE

A：参与人（Actors），在价值网络中密切合作

T：接触点（Touchpoint），让所有接触点形成一个整体流程

O：服务供应（Offering），树立品牌效应、

N：用户需求（Need），如何知道用户的需求

E：用户体验（Experience），令人惊奇的愉悦体验

模块 12

服务设计其它基本工具

利益各方图解、服务旅行、影子练习

情景交流、五个“为什么”、期望值图解

创意的产生、故事板

服务原型、服务展现

敏捷开发、服务蓝图

服务角色扮演、客户生命周期图解、商业模式画布

模块 13

将服务设计融入组织

从小型项目开始
寻求管理层的支持
提高认识
培养能力
留有余地
扩大规模
构建服务设计核心团队

模块 14

学习效果评估

总结服务设计思维的核心要点
学员准备：学习心得体会备忘录

👉 适合行业与人群：

服务创新项目团队成员，客户体验设计参与者
商业领域：酒店文旅、银行保险、专业服务、IT 互联网+
建筑设计、室内设计、平面设计、UI 设计等各跨学科与领域高潜人才
公共服务-医疗保健、公共社区服务、教育与培训

