

《服务创新与峰值体验》课程大纲

一、课程背景：

《服务创新与峰值体验》课程聚焦于在当今高度竞争的服务行业中，如何通过深化知识经营、激发创新潜力、设计引人入胜的用户体验以及构建有效的商业模式来实现企业的持续竞争优势。在数字化转型和消费升级的大背景下，消费者对于服务的需求已经从单一的功能满足转向追求情感共鸣与个性化体验的更高层次。因此，该课程立足于创新心理学和行为设计学的理论基础，围绕服务创新的核心要素展开，强调通过知识管理驱动创新，并致力于培养能够创造出具有“峰值体验”的高质量服务的专业人才和团队。目前全球最前沿的企业创新管理方法论，UBER、迪士尼等企业正在使用的方法论！

二、课程收获：

1. **知识经营与创新战略**：学员将掌握如何运用知识经营策略提升服务产品的独特性和附加值，并将这种知识优势转化为持续的创新动能，打造不可复制的竞争优势。
2. **心理与行为科学视角下的创新设计**：通过深入理解和应用心流理论、创新心理学原理，学员能设计出引发用户积极情绪反应的服务流程，创造让用户全身心投入且记忆深刻的体验峰值。
3. **体验设计与优化**：学习并实践如何在服务设计中融入关键节点的峰值体验，通过细致入微的用户旅程设计，最大化提升用户满意度和口碑传播效果。
4. **商业模式创新整合**：学员将学习如何将创新服务理念融入商业模式的设计和重构之中，通过创新服务产品和业务流程，优化收入来源、降低成本结构，实现商业价值的最大化。
5. **赋能团队与文化塑造**：通过课程学习，学员能够掌握创新团队建设和管理的方法，营造有利于创新产生的企业文化氛围，激活团队潜能，协同推进服务创新项目的落地实施与持续改进。

三、课程对象：

- 1、负责营销、销售、服务管理的中高层管理人员；
- 2、产品经理、项目经理、用户体验设计师、市场营销专家、客户服务团队负责人。

四、课程时间：

精编版：1天6小时；标准版：2天12小时；工作坊：3天18小时。

五、课程大纲

第一讲 知识经营与创新战略

- 1.1 知识经营的魅力：新技术革命；
- 1.2 创新的本质：创造深刻而独特的知识；
- 1.3 企业转型升级：创新驱动发展战略。

第二讲 心流与创新心理学

- 2.1 精神世界的五个层次：意识、自我意识、理性、精神、绝对精神；
- 2.2 心流理论：最优体验心理学；
- 2.3 行为设计：心流理论的实践应用。

第三讲 服务创新与峰值体验

- 3.1 峰值体验：第一印象要好、做出最高峰值、结尾一定要好；
- 3.2 体验核心：欣喜、认知、荣耀、链接；
- 3.3 案例分析：海底捞、大董烤鸭、迪士尼。

第四讲 创新心理学设计商业模式

- 4.1 意识、自我意识、潜意识：史玉柱的脑白金、三得利的达卡拉；
- 4.2 理性、精神、绝对精神：喜力啤酒、海底捞、乔布斯的秘密；
- 4.3 心流理论：UBER 的商业模式。

第五讲 赋能团队与文化塑造

- 5.1 文化的秘密：最重要有非正式制度；
- 5.2 使命与愿景：使命召唤、自我驱动；
- 5.3 学习型组织：创新团队的五项修炼

第六讲 创新管理体系

- 6.1 创新管理国际标准：ISO56000-56008 创新管理系列标准；
- 6.2 创新管理的核心：知识创造的螺旋；
- 6.3 脑神经管理：多福模型。