





与角色工作，都是基于这十二个节点。

在亚朵入住的时候，有三项服务是为了加强第二个节点的体验强度。比如百分百奉茶，到了亚朵，先给你一杯茶；三分钟办理入住；有时候再做一个“免费升舱”，给用户惊喜。

你在亚朵的终值体验是退房的时候，这时服务人员会给你一瓶矿泉水，如果是冬天就会给一瓶温热的矿泉水。

亚朵给每个服务都起了个文绉绉的名字，比如临走时给你的这瓶水叫“别友甘泉”之类的。这会给当时用户有概念体验和印象留存，对用户来讲，这就够了。

刚才说了亚朵服务蓝图的十二个节点，在这十二个节点配置资源的时候，亚朵采取了“与其更好，不如不同”的策略。

你入住酒店时，一推门第一眼看到的是大堂。一般四星酒店装修大堂会花非常多的钱，而亚朵并没有在大堂大理石等地方上多花钱，因为花再多钱也不如五星级酒店。

亚朵更愿意做一个有温度可体验的小空间，它会在大堂设一个图书馆，可以在那里看书、喝咖啡，也可以把书拿回房间看。

这就是“与其更好，不如不同”。

出差的人核心需求就是睡个好觉，床的体验好，对出差的人很关键。亚朵宁愿在床、床垫、枕头上花更多的钱，选更好的品质，降低地毯这类开支成本。

这就是一个用户体验地图和服务蓝图的对接过程。在用户有预设的地方，不要太让用户失望。在用户没有预设的地方，给他惊喜，制造峰值。

所以，亚朵每个房间的平均成本控制得很好，而且做到口碑不错。

### ——◆ 本讲小结 ◆——

我们有了用户视角的用户体验地图概念之后，需要对应做服务蓝图，来安排我们的资源，以及配置每个接触点的角色，用来完成服务。

但是企业的资源是有限的，你不可能在所有点都达到用户预期。

所以，你需要做的是，在服务蓝图上配置你的资源来制造用户体验，使用户拥有一个美好的峰值和令人回味的终值，并且全程不突破用户的底线。

### ——◆ 课后作业 ◆——

这节课留一个有趣的作业：

请你按照峰终理论，设计一次约会的峰值和终值。

如果设计一场你和男朋友／女朋友的约会，你会设计一个什么样的环节，让对方惊喜万分或者感动？约会结束时，你会设计一个什么结尾，让对方印象深刻？

把自己当成导演和恋爱达人，开始设计吧。

我会挑出在体验设计上最特别的五位，送一份小礼物。

今日得到

1月

24日

**【服务蓝图的核心要素：峰值、终值】**

人们对于产品服务的体验，根本记不住全程，只会被两个关键点影响：一个是体验峰值，可能是正面也可能是负面；一个是体验终值。

所以要设计好用户的峰值、终值体验。

当然，还有一个条，永远不要突破用户的底线。

《梁宁·产品思维30讲》

「得到」App出品·大师课

点击图片可分享

**梁宁·产品思维30讲**

从第一个用户到第一桶金

版权归得到App所有，未经许可不得转载