

Continuum 是一家 全球创新设计咨询.

我们致力于改善人的生活。依托深厚的专业功底、对人的理解及全球化视野，我们会为您开发新的产品、服务和体验。

The Future. Made Real.™



“感觉比事实更重要！”

—如何巧用戏剧设计打造动心的体验

Continuum

7.13.2017

We Are Now Living In The Experience Economy.

A close-up, monochromatic image of a person's face, focusing on the eyes and nose. A single tear is falling from the left eye. The image has a dark, blueish-grey tint. The text "Feeling is More Important than Reality!" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the face.

**Feeling is More
Important than Reality!**

从原材料到商品、从服务到体验的演进

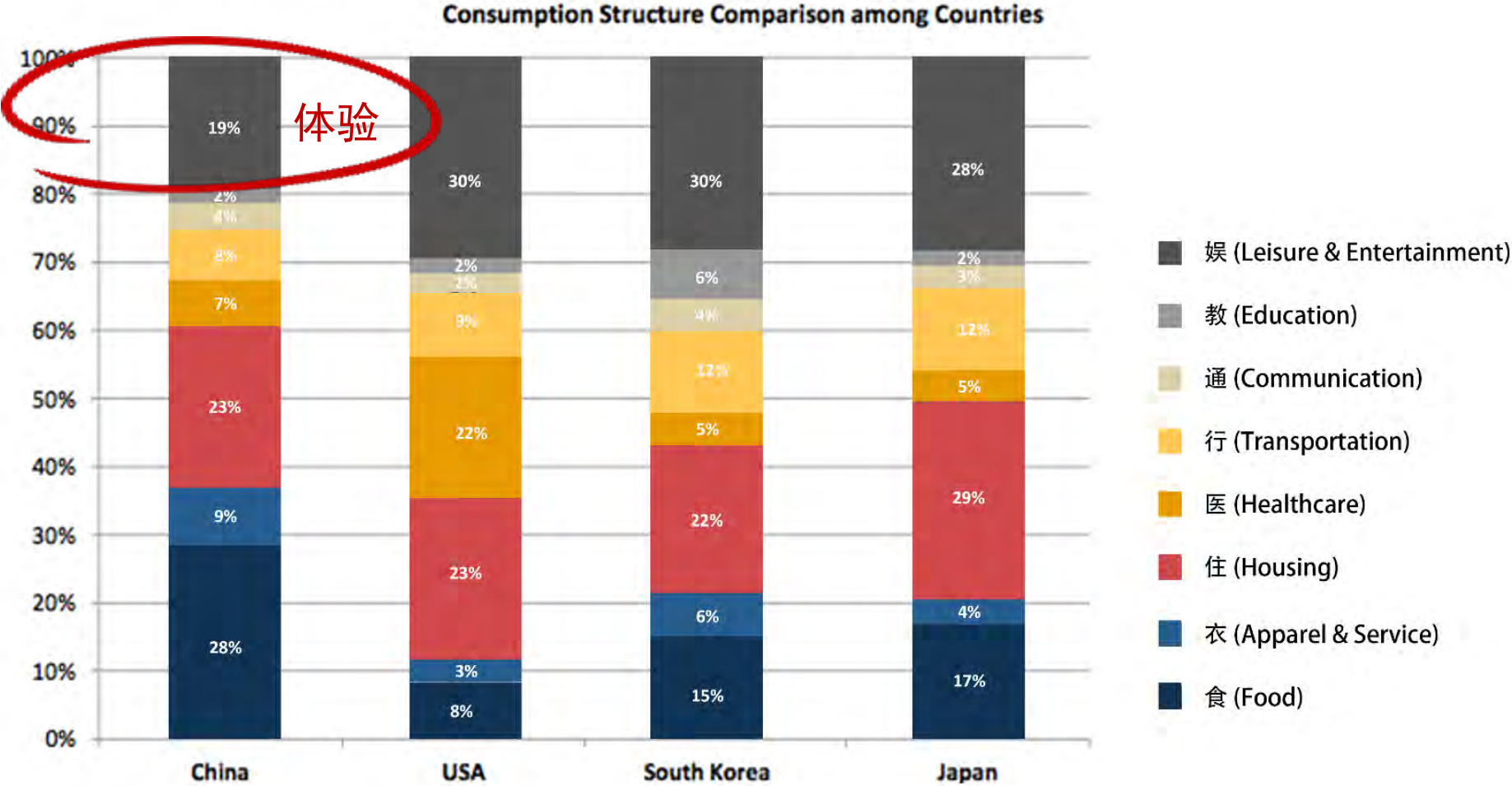


当我们购买服务时，买的是无形活动；
当我们购买体验时，买的是难忘回忆。

Source: B. Joseph Pine II and James H. Gilmore. The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage



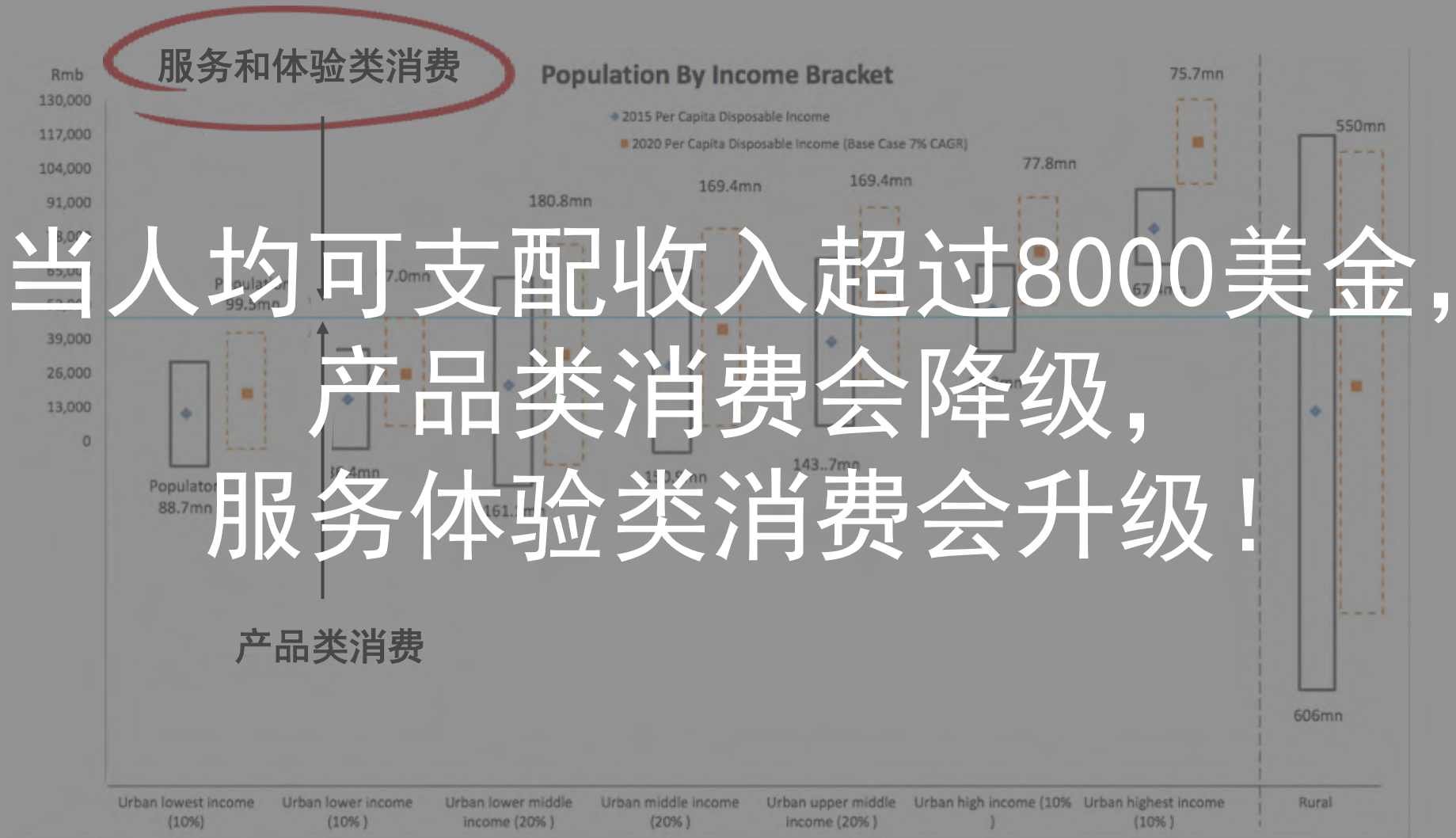
基于体验的消费在中国仍相对较低



Source: Euromonitor, Morgan Stanley Research



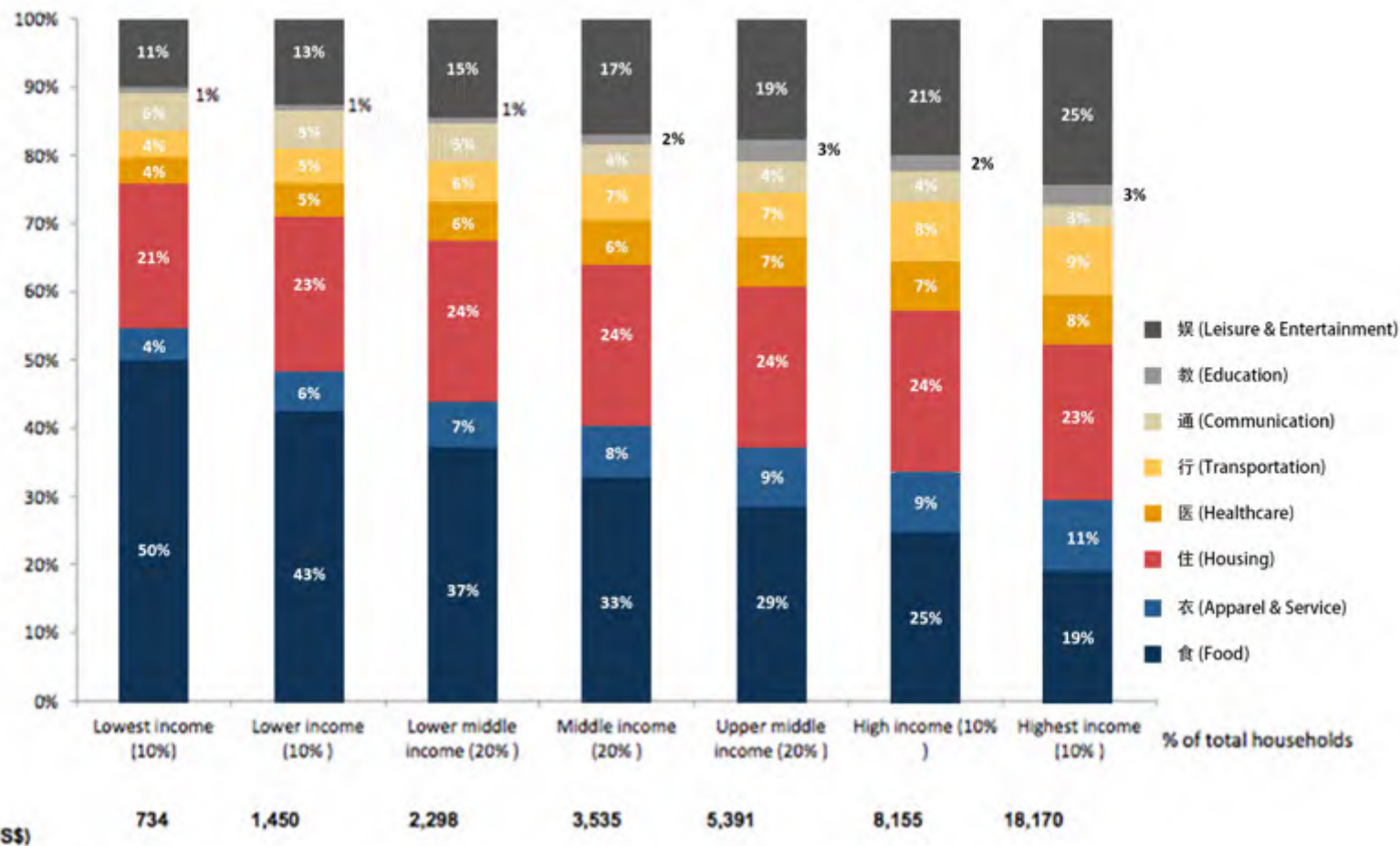
随着中产阶级在中国不断扩大，服务和体验驱动的消费将大幅增长



Source: CEIC, Morgan Stanley Research.

随着可支配收入的升高，娱乐体验类消费会大幅度增长

Comparison of consumption structure among different income group (2015)



Source: Euromonitor, Morgan Stanley Research.




不断扩大的中产阶层和持续消费升级将对中国服务设计领域产生深远影响

	“新”中产阶级	消费升级
主要趋势	<ul style="list-style-type: none"> • 主要分布在城市 • 80、90后 • 目前占总人口比例10-20% • 经济高速发展，移动互联网一代 • 独生子女一代 	<ul style="list-style-type: none"> • 娱乐休闲、汽车出行、医疗保健等消费提升 • 服务体验类消费将大幅提升！
人物画像	<ul style="list-style-type: none"> • 富而不“足” • 有自我意识（独生子女） • 圈层化 • 国际化 • 数字化 • 实时“社交” • 缺乏信任（食品安全、产品质量） • 有精神诉求 	<ul style="list-style-type: none"> • 性价比 • 品牌个性 • 小众化、有口碑（大众同质化商品已逝！） • 西式文化与生活方式依然有诉求 • 便利：一键即可完成 • 可即时分享（随时随地都可以分享到微信） • 追求健康；成分与加工过程透明化 • 仪式感、传递文化、工匠精神

BE YOUR BETTER

How to Create a Memorable Experience?



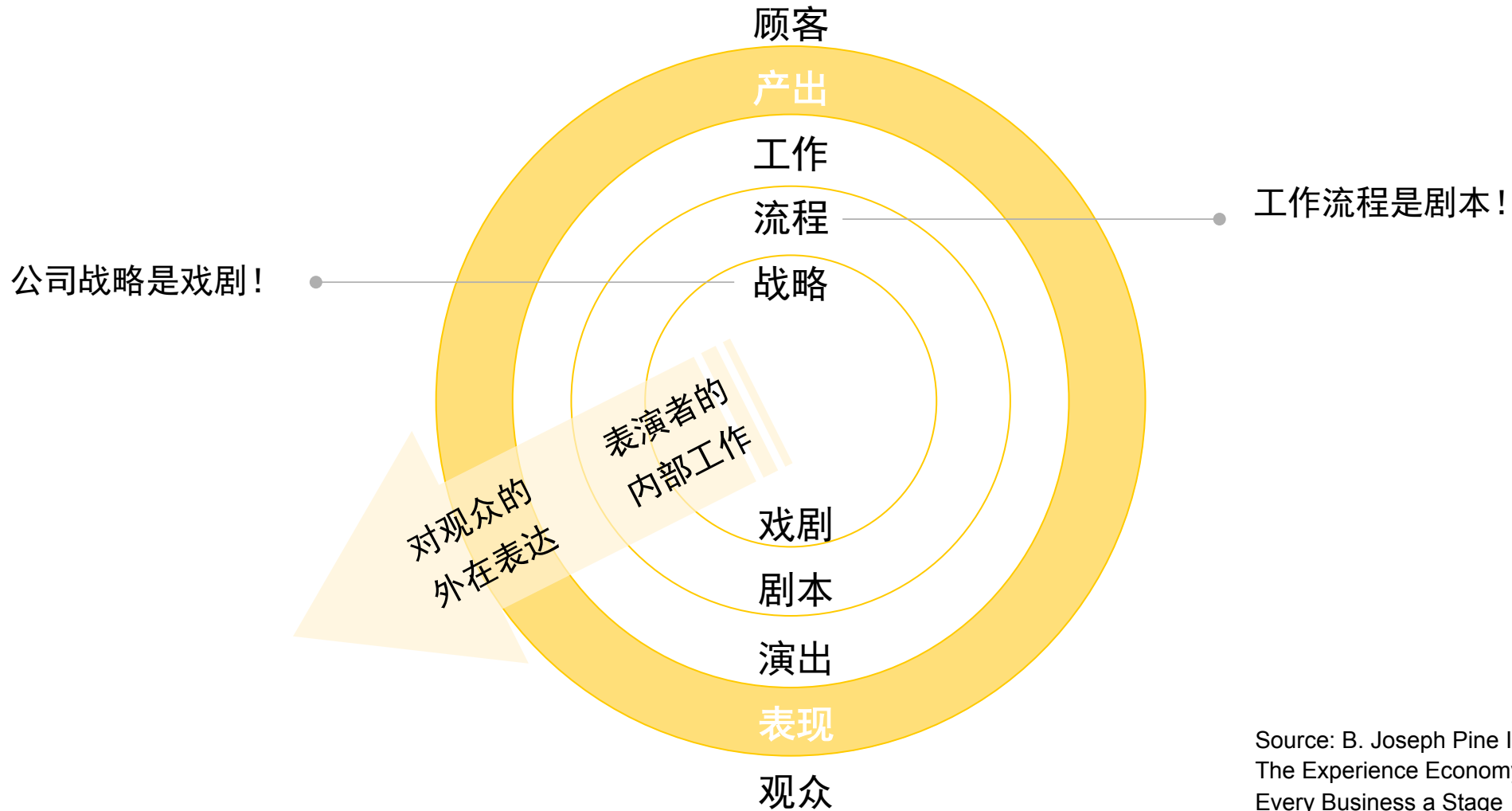
By Leveraging
Theater Design
to Create a Holistic CX.

360度服务设计需要从5个点来全方位连接企业与消费者



任何经济产出都是企业从戏剧到剧本再到演出的顺序

工作即演出：通过为消费者营造表演，演出行为把戏剧和剧本与顾客联系起来，把他们变成了舞台前的观众。



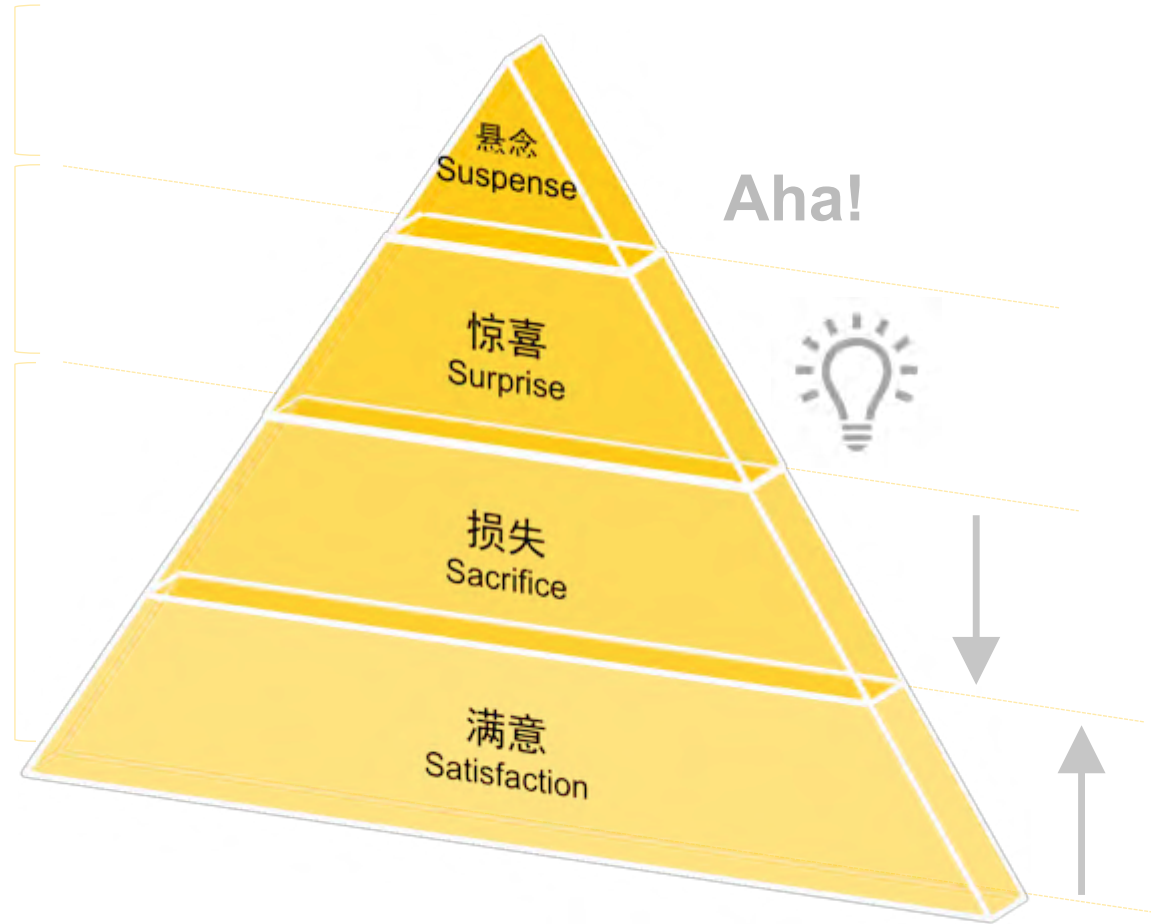
Source: B. Joseph Pine II and James H. Gilmore.
The Experience Economy: Work is Theatre and
Every Business a Stage

为制造令人难忘的惊喜体验，企业需要超越常规

客户悬念 = 客户未知惊喜 - 已知惊喜

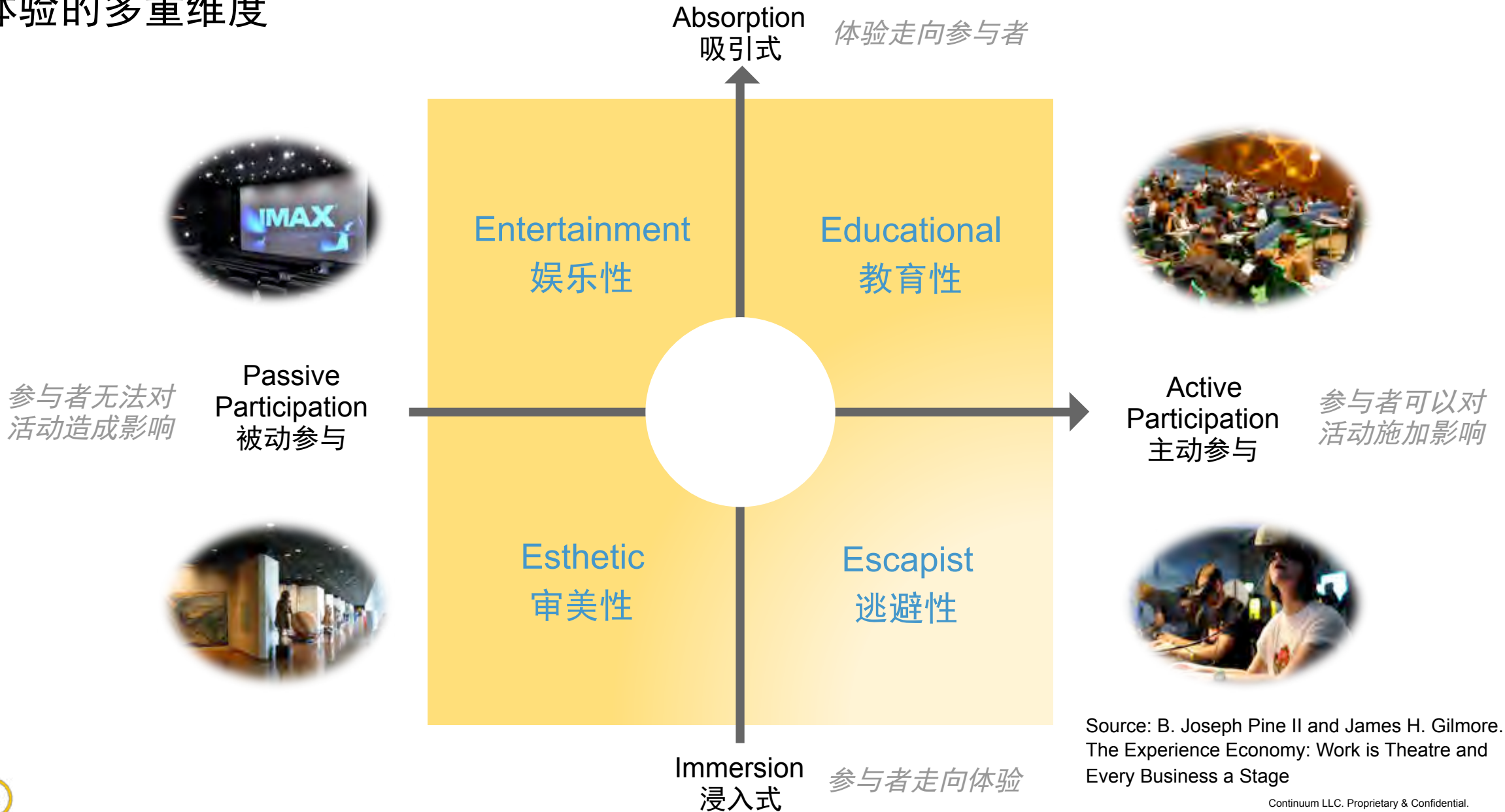
客户惊喜度 = 客户感受值 - 客户期望值

客户满足是一切的根基：
企业需要通过提供满足感实现期望
或通过降低损失设定新的期望目标。



Source: B. Joseph Pine II and James H. Gilmore. The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage

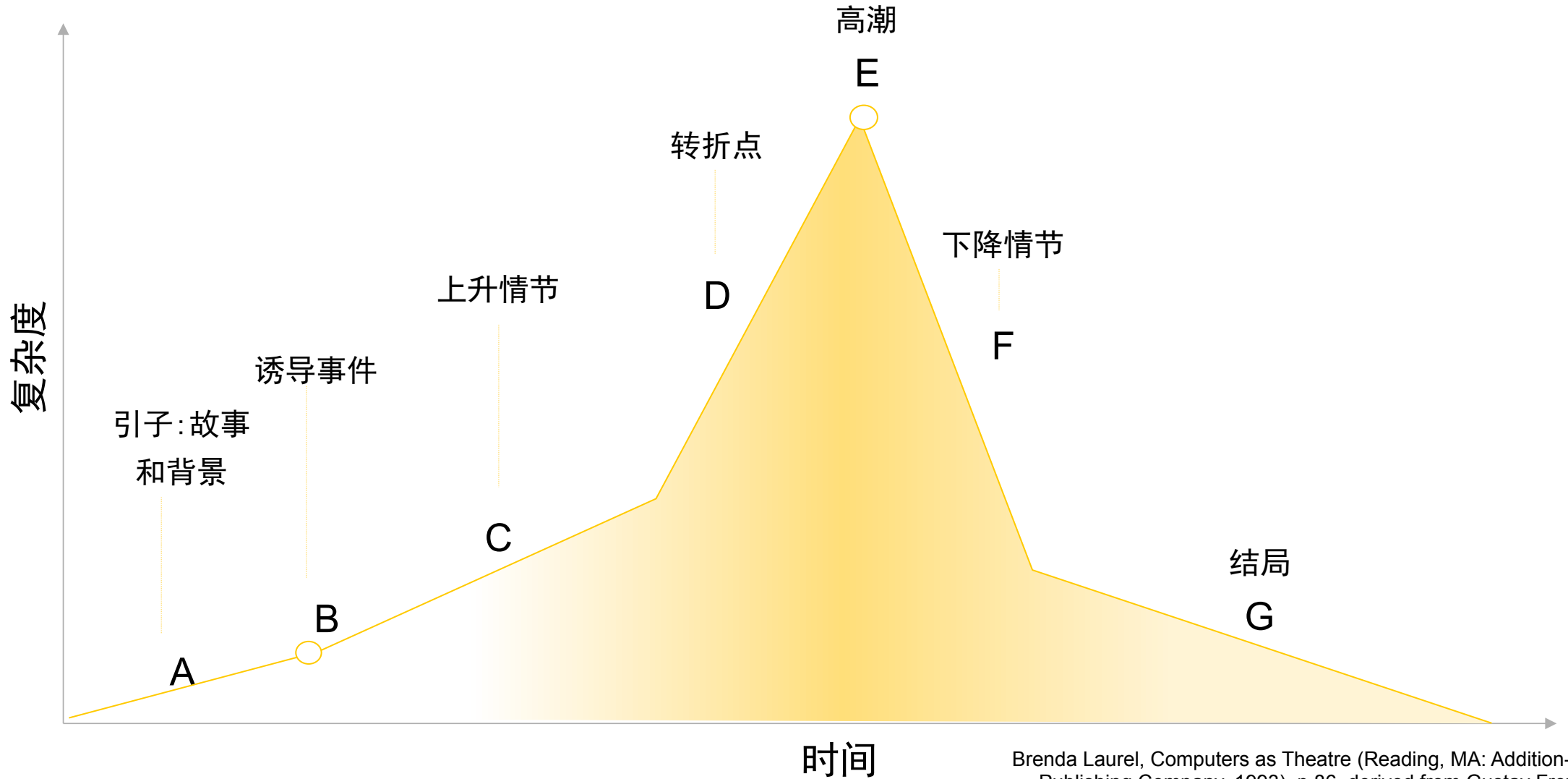
体验的多重维度



Source: B. Joseph Pine II and James H. Gilmore. The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage



引人入胜的体验好比一出跌宕起伏的戏



Brenda Laurel, Computers as Theatre (Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company, 1993), p.86, derived from Gustav Freytag, Technique of the Drama, 2d ed.(Chicago: Scott, Foresman,1898)



XINGKEDUO

XKD: Brand and CX Redesign

品牌假定代言人：品牌主张

为生活做减法 / 剪发



在生活节奏快速的今天，
高效剪发、优质体验、记忆深刻的服务，
是当今白领所追求的。

星客多提供适合每位用户的理发服务
与造型风格指导。
帮助每一个人以更好的形象迎接每天的挑战。



品牌假定代言人: 品牌主张



品牌假定代言人: 最好的你 —— 具有国际观的现代华人

精炼 | “精炼生活，保持环境的清爽，才能提高工作效率。”

协作 | “团队就是一群人一起成长”

热诚 | “认真面对自己喜爱的事情”

创新 | “科技可以带来效率”

成长 | “我喜欢能带给我新想法的人，我也时常扮演给人新想法的角色”



教育背景：中国出生，清华毕业

个性：内敛务实，懂得表现自我，目标清晰，乐观进取，勇于追逐理想。

生活习惯：注重饮食健康，运动是身心的提升。而科技则是他生活的一部分，穿戴智能手环，随时记录状态，透过身体数据更了解自己健康状况。善用数据来分析及解答生活中的问题。

穿着打扮：了解自己适合的风格，不彰显，不花俏但在乎细节，纯色中带有巧思，在意功能性。

兴趣爱好：对创新事物十分着迷并且相信科技带来效率以及提升生活品质。

生活灵感：知乎，好奇心日报, Fastco, 彭博商业周刊

购物习惯：注重质感并可靠的品牌

朋友描述：阳光笑容，待人诚恳，无时无刻都有新的idea。



品牌假定代言人: 最好的你 —— 现代华人的生活形象

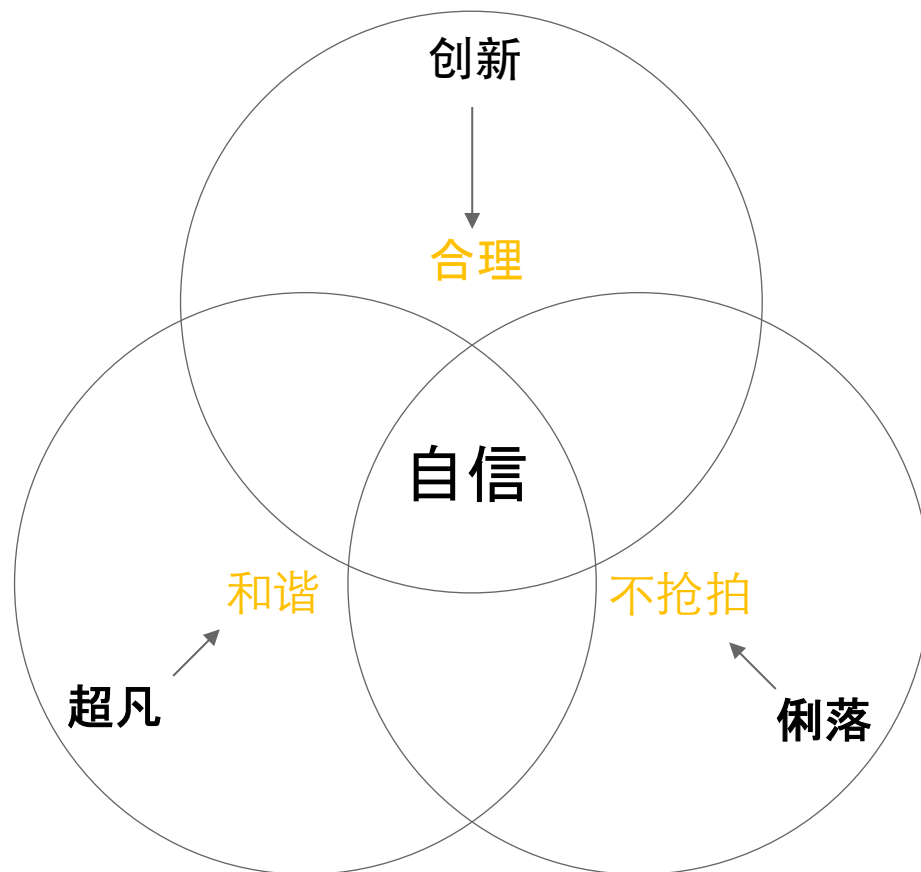


Bloomberg Businessweek
商业周刊/中文版



品牌假定代言人：最好的你 —— 现代华人的个性

现代华人有着恰到好处的自信，思想部分西化的现代华人看重自我突破、强调创意、快速的步调，这些元素是被心里的那把“尺”把关，因此现代华人的创新是具有合理性，他追求超凡也同时在意和谐，而处世俐落却不抢拍。



品牌假定代言人：最好的你 —— 现代华人的形与色

形

边界明确的

1. 边界明确没有模糊地带
2. 造型单纯，几何形状
3. 垂直、水平
4. 以空间导出程序

现代华人沟通是直率，不拐弯抹角的。强调步骤，希望清楚的视觉引导，让现代华人直率的性格体现于外观。



色

实色块

1. 不具渐层的色块
2. 同时拥有冷暖色系
3. 彩度高，但同时搭配白色系
4. 轻快的配色

现代华人具备阳光的个性，以明亮色彩烘托出这样的个性。



质感

表面光滑 细节具纹理

1. 大部分的光滑，搭配细节的纹理
2. 光滑但不过分反光
3. 轻快、不老派

低调的纹理，如同现代华人内敛的性格。



品牌假定代言人：最好的你 —— 现代华人的标准色

我们如何将，**创意、个性、俐落**，这三个关键字融入品牌当中，有着“自信”的调性，保有“**不彰显、不装逼格**”的态度。以下为我们针对星客多的色彩计画。在大面积上我们大量运用看起来平稳的主色调，并在细节部分以点缀色提点。

主色调

自信

不彰显、不装逼格

2955C
C100 M83 Y36 K27

点缀色

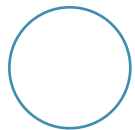
创意、个性、轻快

488C
C0 M31 Y26 K0



品牌假定代言人: 最好的你 —— 现代华人的拍照风格





没有微笑



太装、遮住脸部无自信



不够真实 (人是人、不是商品)



没有看镜头



品牌企划与执行：店面设计



品牌企划与执行: XKD 3.0 店内音乐风格

音乐对用户的心理和行为都会有深刻的影响。快节奏音乐会让用户感觉到仓促和压力，而古典音乐和爵士则让用户联想到高端的场所。

在星客多，我们希望播放平衡、特殊与具吸引力的音乐。**90-120拍/分钟**的节奏能提供足够的活力和信心，但不需太快，过快会让用户感到焦虑。

星客多的音乐主要是为了营造情绪氛围，让用户享受店内环境。**我们想制造温馨、愉悦、有吸引力、踏实的氛围。**

我们策划的音乐要涵盖国际化曲风，想像现代华人都灵听什么音乐呢，包含了：独立民谣、独立另类摇滚、日式冷爵士、韩流独立/R&B和中国独立摇滚

这些音乐有助于传递**品牌的国际化视野**，这是一个能在同一张音乐列表里包容不同曲风和语言的品牌形象。

SONG	ARTIST	ALBUM		
+ Sketch For A Summer	The Durutti Column	The Return Of The Durutti Column	21 hours ago	2:58
+ North	Phoenix	It's Never Been Like That (Deluxe Version)	2 days ago	5:01
+ 閃電 - 電視劇《愛的生存之道》插曲	法蘭黛樂團	隨波逐流我不介意	21 hours ago	3:57
✓ Bawling	Primary, OHHYUK	Lucky You! - EP	21 hours ago	4:23
✓ In Your Eyes	BadBadNotGood, Charlotte Day Wilson	IV	2 days ago	4:00
✓ Gibraltar	Beirut	No No No	2 days ago	3:42
+ 熱烈	法蘭黛樂團	隨波逐流我不介意	3 days ago	5:19
✓ Time Moves Slow	BadBadNotGood, Sam Herring	IV	2 days ago	4:34
+ Waves	Bahamas	Bahamas is Afie	7 days ago	4:21
✓ Wi Ing Wi Ing	Hyukoh	20	2 days ago	3:14
+ 接下來如何	Hello Nico	熟悉的荒涼	3 days ago	4:33
✓ Perth	Beirut	No No No	2 days ago	3:37
+ Golden Cage	The Whitest Boy Alive	Dreams	2 days ago	4:28
+ The Look	Metronomy	The English Riviera	2 days ago	4:38
✓ Etunnel (feat. Gaeko)	Primary, OHHYUK, Gaeko	Lucky You! - EP	2 days ago	5:28
+ 1517	The Whitest Boy Alive	Rules	2 days ago	3:41
+ Best to You	Blood Orange	Freetown Sound	2 days ago	3:46
✓ Panama	Sports	Naked All the Time	2 days ago	3:19
+ Is This How You Feel?	The Preatures	Is This How You Feel	21 hours ago	3:35
+ Always Alright	Alabama Shakes	Always Alright	21 hours ago	4:09
+ 青春地圖	929	3	3 days ago	5:15
+ Inside Out	Spoon	They Want My Soul	2 days ago	5:28
+ 墜落	929	3	21 hours ago	5:03



品牌企划与执行: XKD 3.0 推荐制服

制服帮助员工能够更渴望服务顾客。制服不仅仅意味着品牌的核心价值,而且还提供了归属感、一种平等的感觉,而且还促进了员工的相互成长。

对于星客多而言,制服设计应该反映品牌所代表的。它应该能给顾客一种值得信赖、干净卫生而且专业的感觉。

除了选择和品牌一致的颜色,星客多的制服风格还应该用边缘细节显示时尚、专业。

考虑浅色衣领、白色运动鞋为底来传递卫生与专业的感觉,和浅色形成对比的是深蓝色的职业围裙和工作裤,形成层次感。最后粉色调袜子和细节的彰显给整体制服修边。新的统一制服会使星客多的员工看起来时尚、专业和自信



品牌企划与执行: XKD 3.0 发型企划引导 (模拟图)



时时动态的出现
用户收藏的信息



服务流程: 四大关键体验



排队逻辑优化

提升剪发效率，用户更能想像等待时间，自由安排行程。

让我轻松无忧
Make it Easy For Me



精选发型指南

提供的季节性发型，让用户对自己的造型有初步想法，与发型师沟通更顺畅。

让我信任
Assure me



自助造型吧台

用户可以在造型吧台自由地使用星客多精选的产品，以及选购

满足我的需求
Dedicate to me



用户剪发日志

透过星客客的资料记录，用户更了解自己的发型变化，发型师也能提供更合适的造型。

了解我的风格
Understand Me



🕒 服务流程: 排队逻辑优化



图示说明排队方式



1 预约

1. 用户支付时, 可以选择预约时间, 每20分钟为一个时间点。
2. 每一个时间点可以预约多少人, 需要星客多数数据评估, 一旦该时间区段预约人数超过, 则不提供预约。
3. 初期先提供闲时预约, 该逻辑成熟后, 再拓展至忙时。

2 现场排队

1. 用户支付时, 可以选择预约时段
2. 现场等待人数如果超过x, 则提醒用户使用预约功能。

3 忙时价格的展现

1. 告诉用户忙时价格怎样来的。

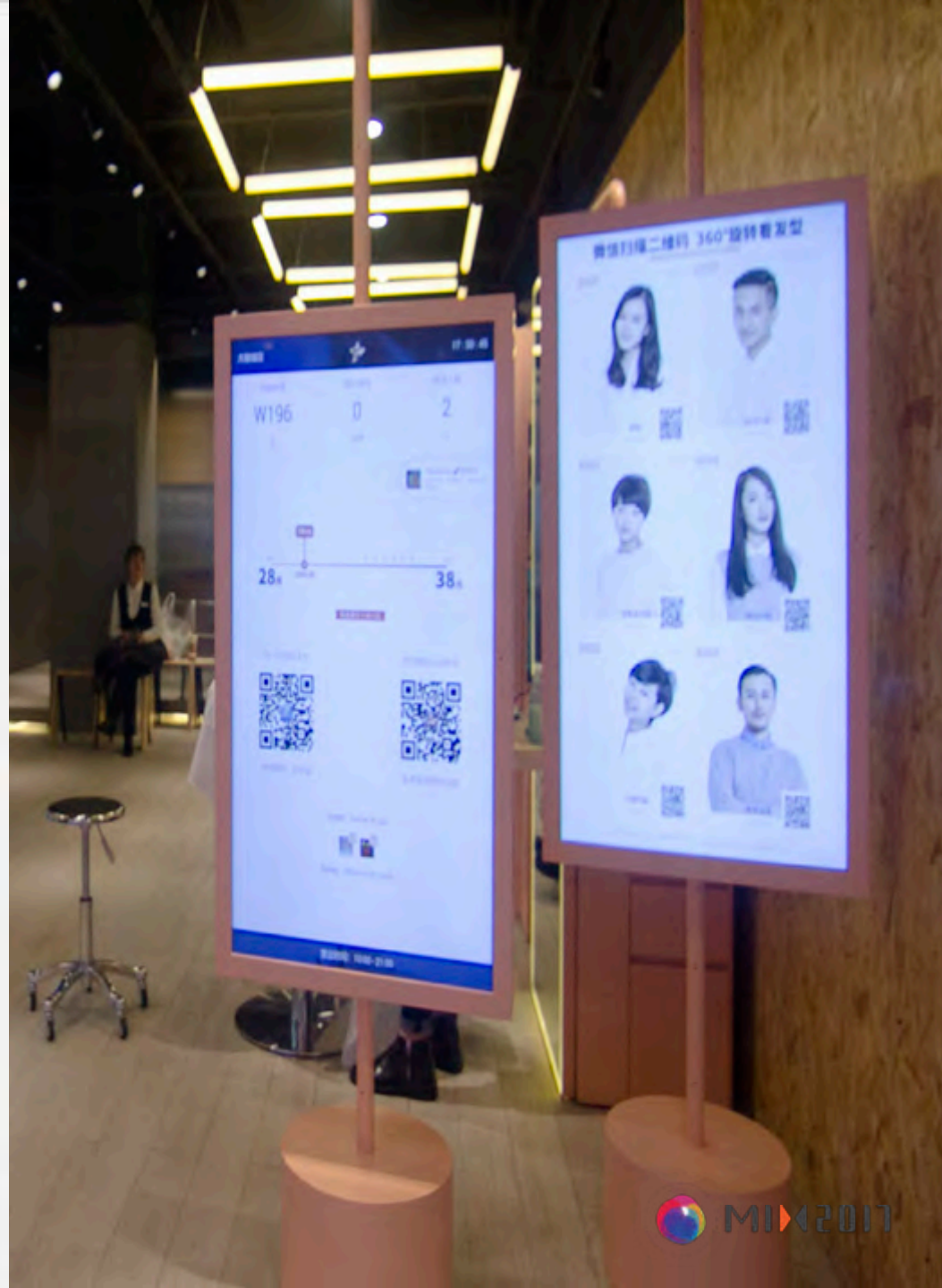
4 等待时间

1. 现场总人数超过5人时: 45分钟以上, 不鼓励再排队
2. 现场人数少于3人时: 30分钟以内

服务流程: 精选发型指南

 <p>高媛媛 BUSINESS</p>	 <p>清爽迷你菇 AUTUMN</p>	 <p>可爱邻家 BUSINESS</p>	 <p>北方一哥 BUSINESS</p>
--	---	---	--

 <p>恋秋 AUTUMN</p>	 <p>熟男迷妹 BUSINESS</p>	 <p>可爱邻家 BUSINESS</p>	 <p>又赵又挺 HOLIDAY</p>
--	---	--	--



👤 服务流程：用户剪发日志



🚪 服务流程：自助造型吧台



XINGKEDUO

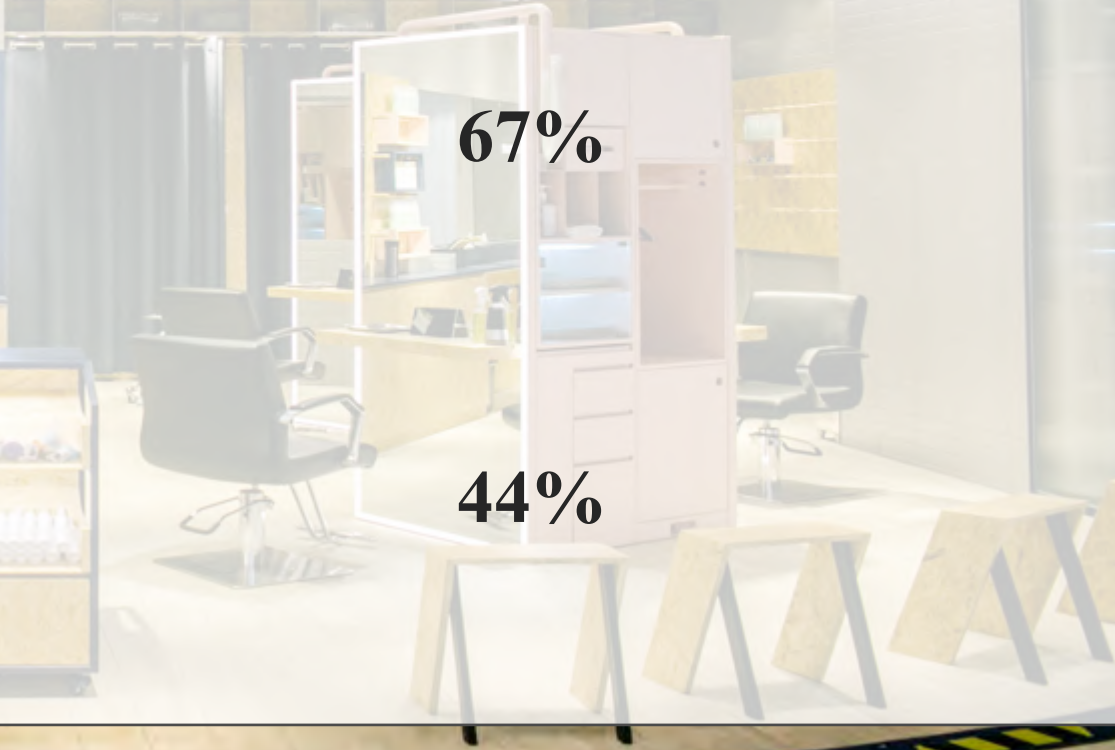
速度快、手艺好、价格低



手艺好、服务贴心、环境好



51%



67%



36%



44%

What are the Burgeoning Experience Design Trends?

体验设计趋势

GENERAL TRENDS	CONTENT	STYLE & FORM	INTERACTION	VIRAL CAPITAL
<ol style="list-style-type: none"> 1. All details matter 2. Engage all the senses 3. Entertaining 4. Convenient and accessible 5. Personalized 6. Participatory and interactive 7. Impressive design 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Thematic 2. Story 3. Scenario 4. Memorable characters 5. Exotic & adventurous 6. Cool & trendy 7. Mysteries & puzzles 8. Caring & loving 9. Natural & healthy & Spiritual 10. Educational 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Provocative & sexy 2. Secretive 3. Gaming 4. Surprise 5. Danger & tension 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Role-play 2. Virtual + reality 3. Mission accomplished 4. Social & communal 5. Co-create 6. Customer- oriented service 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Star power 2. Unique souvenir 3. Iconic IP 4. Good cause



GENERAL TRENDS

1. All Details Matter
2. Engage All the Senses
3. Entertaining
4. Convenient and Accessible
5. Personalized
6. Participatory and Interactive
7. Impressive Design



1. All Details Matter

Every single detail needs to be meticulously designed to create the holistic experience.

- a. Sleep No More
- b. IKEA

SLEEP NO MORE

The Shanghai production im
from the US, and countless p
Sleep No More wins through
inside the space until the end

**WENCONG please
add a video here**

re directly
a.
ne steps
through.

2. Engage All the Senses

A great experience is holistic. It involves five senses (visual, acoustic, smell, touch, taste). They together create a once-in-a-lifetime experience.

- a. TeamLab's "Drawing on the Water Surface"
- b. 气味图书馆
- c. Dialogue in the Dark

TeamLab

Audiences step into water, in which projections of fish will interact with them in TeamLab's installation "Drawing on the Water Surface".

3. Entertaining

It needs to be absolutely fun and entertaining.

People already have enough stress in their work and daily life. They just want to have a great time!

- a. Disneyland
- b. Universal Studio

DISNEYLAND



UNIVERSAL STUDIO



4. Convenient & Accessible

Instant gratification is a necessity in the information age. The process needs to be simple, clear and easy. We want it, we get it!

- a. Apple Music
- b. Netflix
- c. Amazon Kindle
- d. WeChat



Netflix

We can watch an entire season of our favorite TV series at one go, without having to wait for one episode released each day.



5. Personalized

The experience needs to feel tailor-made, and user's experience and feedbacks need to be also reflected in the product design. People want to feel important and unique. Gen Y&Z are the “selfie” generations that crave self-expression.

- a. Theater for One, NYC
- b. SnapChat



THEATER FOR ONE

“Theater for One” – One actor, one audience is very popular on Times Square, NYC.



6. Participatory & Interactive

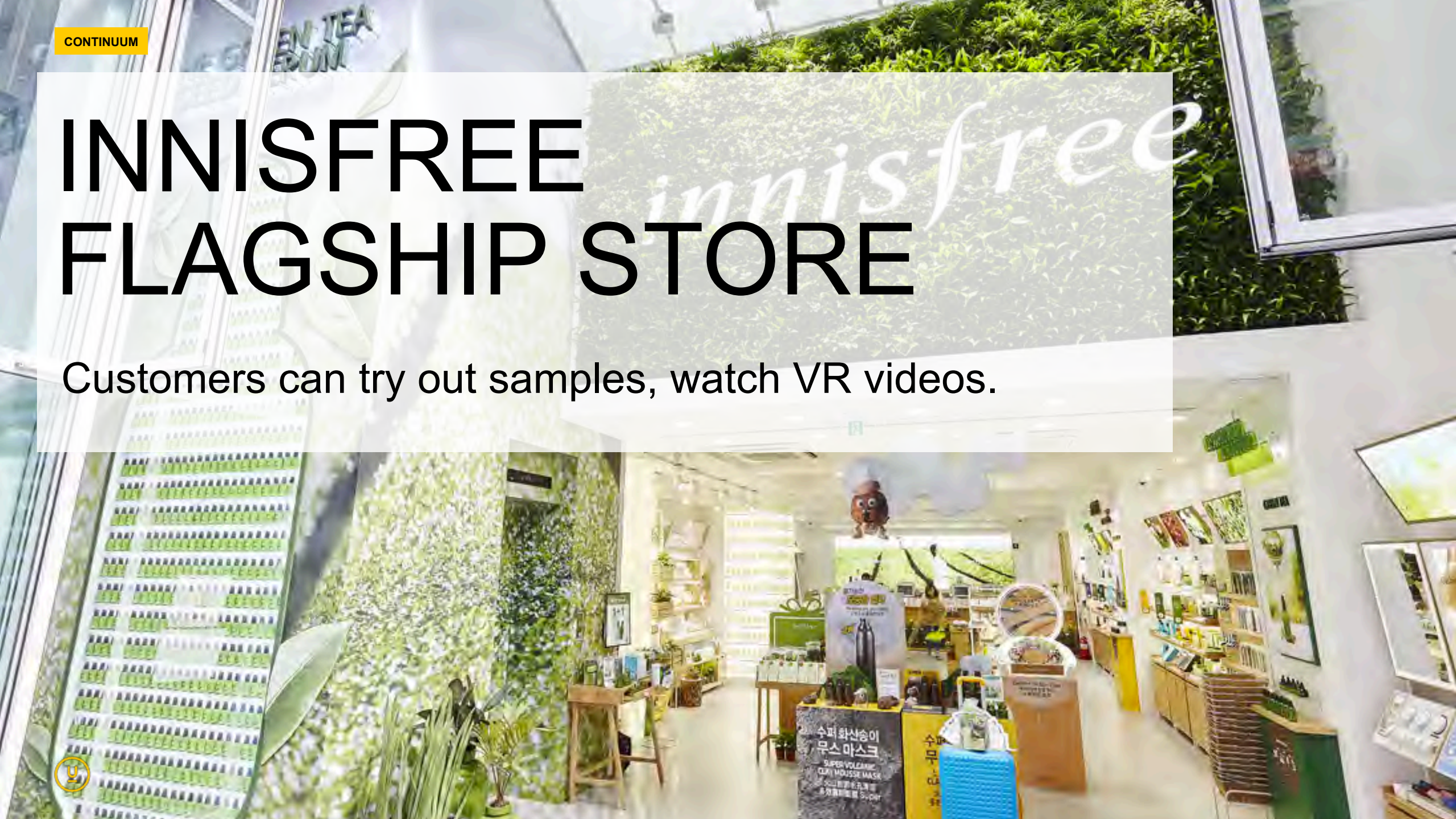
People want to participate in the doing and making. They want to try on things. Interaction is essential.

- a. Innisfree Shanghai Flagship Store
- b. 王者荣耀
- c. Jump 360
- d. TeamLab's Crystal Universe



INNISFREE FLAGSHIP STORE

Customers can try out samples, watch VR videos.



7. Impressive Design

Space, lighting, costume, sound, smell, prop designs should be unique and stylish, and together build a distinctive experience.

- a. Nike Unlimited Stadium
- b. The Lord of the Rings, Universal Studio



NIKE UNLIMITED STADIUM



Thank you.

