



随便看看

《强力瞬间》- 体验，是可以设计的。

Issue 3

2019.10.28

关于作者

和奇普·希思（Hip Heath），斯坦福大学商学院教授。

丹·希思（Dan Heath），杜克大学 CASE 中心研究员。

关于本书

《强力瞬间》（The Power of Moments: Why Certain Experiences Have Extraordinary Impact）

你曾经经历过的最难忘的瞬间都是什么？你预期将来还会经历哪些重要时刻？有些瞬间只是给你留下美好的回忆，有些瞬间让你充满荣耀，有些瞬间则给你带来影响一生的启示。我们在某种程度上就是被这些瞬间所定义的，也许人生的意义就在于体验。而这本书说：**体验，是可以设计的。**

一、一个心理学概念

峰终定律：一段经历给我们印象最深刻的，其实是这段经历的**峰值瞬间**——包括最好和最坏的体验——以及这段经历结束的瞬间。而我们对这段经历的总时间长度，对其中不好不坏的那些时间段的体验，则常常忘记。希思兄弟认为“峰终定律”说的还不够全面，只要是重要的时间节点，都容易给我们留下深刻印象。我们对往事的回忆，要么就是在峰值上、要么就是在节点上的瞬间。

二、四种可以设计的体验

- 1.人生印象深刻的节点瞬间：一段经历体验中带来美好回忆的部分。
- 2.人生重要的顿悟和洞见时刻：这个洞见可能是意识到一个什么问题所在，也可能是意识到自己的潜能——或者自己的不能。
- 3.人的荣誉感：人一生中表现出勇气的时刻，往往也是这一生中最感到荣耀的时刻。
- 4.亲密关系：团队内的关系、个人之间的快速和长期关系。

以上这些都可以通过瞬间体验的设计，来达成。

三、设计人生印象深刻的瞬间

1.一句名言：

“多数可遗忘，偶尔特漂亮（Mostly forgettable and occasionally remarkable）”

你给顾客的绝大多数服务都很一般，让他完全不在意就行——而好口碑则来自你偶尔给他一个特别好的体验。

【故事】航空公司的好客服法则，就是根本不在乎那些买了廉价机票、一年偶尔才飞一两次的乘客，他们在乎的是头等舱那些常客的体验。

2.三个办法：

仪式感

重要性

小惊喜

四、设计让人顿悟和洞见的瞬间

1.两个套路

想要让人意识到问题的存在，你需要精心设计一个体验。

2.三个要点：

- 你明确要达到什么说服效果，可以给对方设计一个亲身的体验；
- 整个过程应该在很短的时间内完成；
- 不是直接告诉观众，而是要让观众自己意识到问题所在。

——本来是你想让他接受一个什么道理，效果却是他还以为是他自己得出的结论！这就是体验设计的妙处。

五、设计荣耀感的瞬间

1.一个认知： 人一生中表现出勇气的时刻，往往也是这一生中最感到荣耀的时刻。但这个勇气带来的荣耀感未必是完全偶然的，你需要事先进行大量的练习。荣耀感，是可以设计的。

2.一个认可：

对普通人来说，最简单的荣誉感设计，就是在平时多给别人认可。认可的三个要点：

认可必须是 **经常性** 的，不是半年一次也不是一个月一次，最好是每周甚至每天都有，要随时随地发现员工做得好的事情立即表扬；

表扬 **要真诚**，最好是个人对个人。体系化评选是看业绩和指标发奖金，而个人的认可完全可以搞成社交互动；

要具体，比如在公司例会中把一个具体的员工干的一件具体的事儿，拿出来当典型公开表扬。

3.一个效应

里程碑效应：在任务中设置里程碑。每完成一个里程碑，你都会感觉到一个实实在在的进步。成功人士有一个共同特点：他们对“完成”一件事很执着，“完成”这个动作，能给他们带来极大的荣誉感。

六、设计团队之间和个人之间的好关系

1.团队内部好关系的三个要素

团队凝聚力 = 目标感 + 一起奋斗的经历 + 协调同步

2.快速建立的亲密关系

亲密良好的关系 = 开放

3.个人之间的长期关系

关键词：“响应”。响应由三点组成：

理解。 你了解我，而且你还了解我自己是怎么看待我自己的，什么东西对我最重要。

接受。 我想要什么，我是什么样的人，你得对此表示尊重。

关心。 就是在各种场合下，一旦我需要什么帮助，你得帮助我。

所以，亲密良好的长期关系 = 开放 + 理解 + 接受 + 关心。

七、一个洞见

你可以既保持真诚，又使用套路。

知识不会让真诚蒙尘，知识只是让你更自由。