

基于感官体验的餐饮行业可设计服务触点的开发

徐小宁

(山东工艺美术学院, 济南 250014)

摘要: **目的** 通过对服务流程中可设计服务触点进行分析和开发,为消费者提供感官、触觉和心理等多角度的体验。**方法** 运用案例分析、实地调研和文献回顾等方法,对流程中的服务触点进行设计,有效地提高顾客的用餐体验。**结论** 通过对服务蓝图的绘制寻找能够被设计的触点,以提升消费者的感官体验。对服务接触点进行分析,使设计师了解服务流程,使可设计的服务触点能够更加深入。在绘制服务流程图和分析服务触点时,寻找潜在的可以被开发的创新服务方向,为消费者提供差异化的体验打下了基础。

关键词: 设计; 服务触点; 感官体验

中图分类号: J512 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)04-0046-04

Designable Service Design Touch Point Development of Restaurant Industry Based on the Sensory Experience

XU Xiao-ning

(Shandong University of Art and Design, Jinan 250014, China)

ABSTRACT: Through the service process can design service contact analysis and development, it provides the senses, such as multi angle and psychological experience for consumers. By using the method of case analysis, field research and literature review and other methods, it found that deal with service contact in the process of design, can improve the effective customer dining experience. Based on the service blueprint drawing to find contacts can be designed, to enhance consumer sensory experience. It analyzes the service contact point, so that designers can understand the process of service delivery, make the service contact can be designed to be more deeply. Looking for innovative service direction can be developed as potential in rendering service flow chart and the analysis of the service contact, can provide guarantee for the consumer to provide differentiated experience.

KEY WORDS: design; service touch point; sensory experience

随着经济的快速发展,在激烈的市场角逐中企业纷纷将提高顾客体验作为核心竞争力。顾客体验是消费者在享受服务的过程中同各种服务触点共同创造出来的,他们对于服务设计各接触点的反应并不受任何企业的控制,因此,服务设计以消费者为中心,设计整个服务过程的系统设计,其目的是加强顾客体验。

现代人在用餐的同时追求更丰富的精神内涵。为了给消费者带来与众不同的消费体验,很多餐厅都会通过设计手段提高其顾客体验。通过对服务触点进行设计,能够调动用餐人员的情绪,使人们在欢乐

的情绪中用餐。人们的用餐体验来自于对餐厅服务接触点的直接感受^[1]。当用餐人员对餐厅环境、氛围等产生共鸣时,良好的体验就产生了。

1 餐饮行业的环境体验设计

消费者往往会被清新的色彩或者形态各异的造型所吸引,这也是人们进行消费时的第一印象^[2],因此,提高环境的体验往往成为餐厅吸引消费者、形成差异化的有力武器。通过精致的环境设计满足顾客

收稿日期: 2015-11-03

作者简介: 徐小宁(1981—),女,山东人,硕士,山东工艺美术学院讲师,主要研究方向为设计管理、服务设计和品牌战略。

个性化的需求,增强人们同餐厅之间的情感认同。设计师在进行环境设计时需要注意以下几个问题。

1.1 环境设计的审美性

餐饮行业若想要全面激发顾客的体验,需要通过具有个性的设计贯穿整个餐厅^[3]。为了引导顾客同用餐环境形成积极互动,需要将娱乐、时尚、历史、民俗和文化等内容有机结合在一起,设计师通过色彩、造型、线条等的融合实现同用餐人员之间的互动。设计师还应该注意细节同整个餐厅设计的统一性,顾客可以通过细节设计感受餐厅所提供的服务,这样才能加深顾客对餐厅的印象。Hello Kitty 主题餐厅见图1(图片摘自百度图库),无论在店面装饰、餐巾甚至食物方面,处处同餐厅主题相一致。



图1 Hello Kitty 主题餐厅

Fig.1 Hello Kitty theme restaurant

1.2 环境设计应注意其内容的开放性和动态性

任何一种体验都是不断变化的,成功的体验应该时刻满足消费者多变的需求,这要求设计师在进行用餐环境的设计时,要注意其动态性并具有开放的态度,使用餐者在互动中创造独一无二的体验。在用餐的同时能够开阔视野、获得知识,在享受美食之余激发人们思考和探索的兴趣^[4]。

2 餐饮行业的数字媒体体验设计

数字媒体的应用能够提高顾客的满意度。餐饮行业为了提供更好的服务,为消费者提供了视觉、嗅觉、听觉和触觉的全方位体验。通过各种数字媒介传递餐厅的主题,提高娱乐性和服务性,设计师通过多媒体设计为餐厅提供动态的影像,鼓励消费者无论在用餐或者等候期间,都能够同餐厅服务人员或者用餐人员之间进行互动,增加了用餐时的趣味性。

3 餐饮行业的包装体验设计

随着人们外出就餐频率的增加,打包已经成为一

种非常普遍的行为。餐盒的包装也成为一种流动广告,让人们在餐厅之外还能够想起就餐时的难忘经历,因此,对于餐饮行业食品包装的设计,也是提高顾客体验的一个重要环节。餐厅食品的包装设计要考虑以下几个因素。

3.1 包装的功能性

餐饮业的包装设计在功能性方面要考虑到防挤压、防渗漏等功能^[5]。目前,餐厅打包一般使用塑料PP饭盒或者纸质饭盒,前者遇热会释放毒素,后者盛装的饭菜汤汁会渗出。在餐盒的材料选择时,设计师要充分考虑现代人的生活方式。

3.2 包装信息的清晰化

为了提高包装信息的清晰化,设计师应该考虑视觉语言在包装中的应用^[6]。在信息泛滥的今天,消费者没有耐心关注过多的文字,简洁的符号就成为了信息传递的最直接方式。作为餐饮业的移动广告,如打包饭盒等在设计时应该充分考虑信息的简洁和清晰化。在包装中不仅要体现餐厅的品牌名称,还要用简洁的图形或者符号传递餐厅的关键信息,使以信息设计作为主导的包装成为与用餐人员进行沟通的又一个重要媒介。在图形或者符号的设计上,设计师还应该考虑其造型和色彩的推陈出新,要符合就餐人员的审美需求,并同餐厅所传达的品牌理念相一致。

3.3 包装的伦理性

餐饮业的包装设计应该考虑到包装的伦理性,要从消费者的角度出发,考虑以下3个问题。首先,要考虑防烫、防渗漏以及便于携带等功能性问题。打包餐盒的设计通常由用餐人员所携带,因此要考虑运输过程中的便携性和保护性,防止食物的渗漏,以防造成烫伤或者污染衣物等后果。其次,要考虑消费者需求的变化,设计师应该联合餐厅深入观察人们的就餐习惯,根据他们的特点有重点地对现有包装进行再设计,满足消费者对打包餐盒的需求,进而提高他们的外带体验。最后,包装要考虑到选材的环保性,设计师在选择餐盒包装的材料时要考虑可以再循环回收。

4 餐饮行业的产品体验设计

消费者在用餐的同时,也在感受餐具、器皿等产品所带来的不一样的用餐体验。设计师在设计此类产品时,要从消费者的生活方式出发。餐饮行业的产

品体验设计主要包括餐具及器皿造型体验和餐饮文化体验。

4.1 餐具及器皿造型体验

造型优美的餐具和器皿能够提高消费者在用餐时的体验,代表造型的形式语言通常包括造型的形态、产品的材质和色彩等,用餐人员通过感官体验感受来自于产品造型所带来的愉悦体验。通过对消费者审美需求的研究,结合形式美法则,设计出符合人们审美需求的餐具器皿。造型体验除了满足人们对审美的需求之外,还应该注意产品造型对功能性的提升,因此,在技术上更加需要学科的交叉合作。

4.2 餐饮文化体验

通过餐具的使用,使消费者在用餐的过程中感受到餐具所传递的文化。通过精心设计的餐具器皿,提高消费者除了感官体验之外的精神体验。餐厅的器皿和餐具的设计需要同餐厅传递的文化体验相一致,使消费者在用餐的过程中对餐厅的主题文化有更深的体会。

5 可设计的服务触点

服务触点是现有消费者和潜在消费者对品牌所传递信息的体验,对于服务触点的开发可以从购买前、购买中以及购买后3个层次横向展开。触点轮见图2^[7]。服务触点涉及到环境、有形产品、服务设施以及环境同消费者之间产生的互动。可设计的服务触点可以进一步被分成以下几个设计类别。

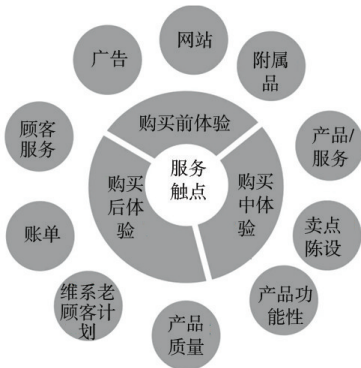


图2 触点轮
Fig.2 Contact wheel

环境设计,包括建筑外观设计、室内设计、零售空间设计、展示空间设计等;产品设计,包括家具设计、餐具设计等;视觉识别设计,包括

标志设计、信件抬头设计、名片设计、标牌设计、服装设计、旗帜设计等;广告宣传设计,包括传单设计、平面海报设计、样册设计、直邮广告设计、账单设计等;新媒体设计,包括网页设计、手机APP设计等。

6 餐饮行业可设计服务触点开发

通过分析餐饮行业服务流程和触点,寻找到可供设计的触点。餐饮企业若要提高服务质量,对服务触点的开发与设计是必不可少的。在服务设计触点的开发过程中,必须运用科学的方法以保持服务触点的完整,进而传递统一的顾客体验。开发餐饮行业可设计服务触点的流程包括4个阶段。

观察并体验服务流程。在该阶段要求设计团队在餐饮服务现场观察并体验服务流程,从顾客的角度探知服务流程的现状以及所存在的问题。在体验和观察的过程中明确服务对象是谁、消费者在用餐过程中的想法和参与度等,这些思考可以使设计团队更深刻地理解快餐行业的服务流程和服务触点。

用蓝图法绘制服务流程图。服务蓝图可以把整个服务流程进行分解,使提供服务和享受服务的人员都可以感知服务触点并改进服务质量。笔者绘制的餐饮业服务蓝图见图3,整个服务蓝图被划分为4个部分,自上而下分别是顾客行为、服务接触点、创新接触点和可设计接触点。最上面一层展现的是顾客行为,这一部分围绕着顾客用餐前、用餐中、用餐后的一系列流程展开。第二层是通过顾客用餐的不同阶段所产生的行为与餐馆的互动所产生的接触点。第三层为创新接触点,根据上一层的接触点发现很多可以改进或者增加的接触点,以进一步提高服务质量。

分析服务触点。该阶段的主要工作是发现顾客同服务组织之间的接触点,并通过分析触点帮助设计团队评估服务的优劣势,增加创意接触点,移除不利

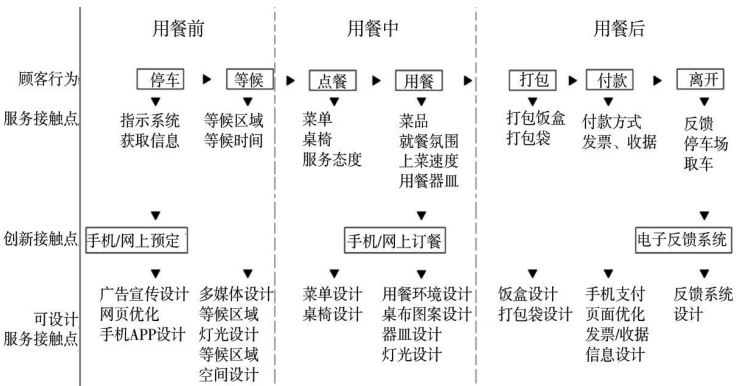


图3 餐饮业服务蓝图

Fig.3 The service blueprint catering industry

