



VOC.MARKET
商协云

VOC.MARKET / WORKSHOP HANDBOOK

VOC 工作坊 学员手册

用 Claude Code + VOC

技能包，把用户真实声音转成新品机会、门店动作和营销内容。

课程时间	5 月 28 日 14:00-17:00 5 月 29 日 9:00-12:00 / 14:00-17:00
适用对象	线下门店老板、品牌负责人、运营负责人
学习目标	看懂用户声音、跑通 VOC 技能、输出可执行经营动作

OUTPUTS

- VOC 情报报告
- 用户原声证据
- 新品机会清单
- 门店行动表
- 同城内容选题
- 老板口播稿

面向对象：线下门店老板、品牌负责人、运营负责人

课程时间：2026 年 5 月 28 日下午、5 月 29 日全天

课程主线：用 Claude Code + VOC

技能包，从真实用户声音里发现经营问题、判断问题优先级，并转成可验证的门店动作。

0. 这两天到底学什么

这不是一门 IT 工具课，也不是单纯教大家写短视频文案。

这两天我们要完成一件更具体的事：

把顾客在小红书、抖音、点评、评论区里说过的话，整理成老板能看懂、团队能执行、门店能复用的经营情报。

最终你要带走的，不是一套提示词，而是 5 类经营交付物：

- 1. 看市场：一份本店/本品类的用户洞察趋势清单
- 2. 看竞品：一张竞品图谱与错位机会表
- 3. 看问题：一张 VOC 问题清单与优先级表
- 4. 找动作：一份单点问题 7 天行动计划
- 5. 做内容：一套 7 天短视频选题与口播脚本

这五件事连起来，就是“真实用户声音 -> 经营判断 -> 门店动作 -> 内容验证 -> 下轮复盘”的闭环。

1. VOC 对餐饮老板有什么用

VOC 是 Voice of Customer，意思是“用户真实声音”。

餐饮行业最怕的不是没有想法，而是老板、运营、店长每天都在凭经验判断：

- 我们该不该上新品？
- 顾客为什么觉得贵？
- 顾客到底是冲菜品来，还是冲环境来？
- 小红书上别人为什么容易被收藏？
- 抖音同城视频为什么别人能引流？
- 差评到底是偶发问题，还是系统问题？

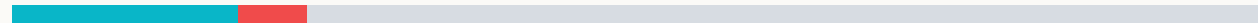
VOC 的作用，是把这些问题从“感觉”变成“证据”。

餐饮 VOC 的 5 类信号

信号	代表问题	可转化动作
菜品信号	哪些菜被反复提到、被夸、被吐槽	新品、招牌菜、套餐组合

信号	代表问题	可转化动作
价格信号	顾客觉得贵、值、不值、踩雷	价格带、团购、套餐话术
场景信号	聚餐、约会、亲子、宵夜、工作餐	门店定位、内容选题
环境信号	出片、吵、排队、座位、停车	门店体验优化
传播信号	为什么愿意收藏、转发、拍照	同城视频、小红书笔记

2. 课程路线图



这次工作坊不按工具功能讲，而按老板每天会遇到的经营问题讲。

老板想解决的问题	课堂模块	最后拿到什么
顾客最近在关心什么	看市场	用户洞察趋势清单
别人为什么吸引顾客	看竞品	竞品图谱与错位机会
顾客到底在吐槽什么	看问题	VOC 问题清单与优先级
老板明天先改什么	找动作	单点问题 7 天行动计划
下周账号发什么	做内容	7 天视频选题与口播脚本

每个模块都按“先看证据，再做判断，再定动作”的顺序进行。不要一上来就问 AI 怎么写爆款文案，也不要只看好看的报告标题。

5 月 28 日 14:00-17:00：把工具跑通，把问题建档

下午重点：

- 认识 VOC 情报，不讲复杂技术
- 配好 Claude Code 与 VOC 技能包
- 用演示样例跑通小红书/抖音情报
- 建立自己的门店问题档案
- 学会看懂“初步判断、机会假设、待校准问题”

5 月 29 日 9:00-12:00：跑 VOC 实战，拆用户证据

上午重点：

- 设计关键词和竞品范围
- 真实采集或分组样例采集
- 拆解用户原声证据
- 识别新品机会、套餐机会、内容机会

5 月 29 日 14:00-17:00：把问题变成经营动作

下午重点：

- 做问题分层：产品、价格、服务、环境、传播
- 判断哪些是真问题，哪些只是噪声
- 输出门店行动清单
- 输出课后复盘机制
- 可选延展：把 VOC 转成同城内容选题
- 制定课后一周复用计划

3. 课前环境配置：只做到能用

你不需要理解代码，只需要完成 4 件事。

3.1 安装 VS Code

VS Code 是打开 Claude Code 的工作区工具。

通过标准：

- 能打开一个课程文件夹
- 左侧能看到文件列表
- 下方能打开终端

3.2 安装 Claude Code 插件

在 VS Code 的 Extensions 里搜索并安装 Claude Code。

通过标准：

- VS Code 侧边栏能打开 Claude Code
- 输入“你好”，能正常返回

3.3 检查 Node 与 npx

打开 VS Code 终端，输入：

```
node --version  
npx --version
```

通过标准：

- 两条命令都返回版本号
- 如果没有版本号，先安装 Node.js LTS 版本

Node 下载地址：

```
https://nodejs.org/zh-cn/download/
```

3.4 安装 VOC Intelligence 技能包

在课程工作区根目录执行：

```
npx @gangvy/claude-code-voc-intelligence@latest workspace --smoke
```

通过标准：

- 生成 `.claude/plugins/voc-intelligence` 和 `.claude/skills`
- smoke 检查通过
- 重启 Claude Code 后能识别技能

4. 第一次运行：先用演示样例

第一次不要直接真实采集。

先用演示样例跑通流程，确认大家知道报告怎么看。

小红书演示 Prompt

帮我做一份本地餐饮行业的小红书趋势情报。
先用演示样例跑通流程，不要真实采集。
在聊天里给我第一轮样本观察和待确认问题。

抖音演示 Prompt

帮我做一份本地餐饮老板能用的抖音趋势情报。
重点看同城顾客为什么进店、为什么吐槽、什么菜品或套餐有机会。
先用演示样例跑通流程，不要真实采集。
在聊天里给我第一轮样本观察和待确认问题。

通过标准

好的第一轮输出应该包含：

- 第一轮初步判断，而且明确“待校准”
- 数据口径
- 样本观察 Top 5
- 用户顾虑/决策阻力
- 证据样本
- 可继续验证的方向
- 下一轮待确认问题

不合格输出包括：

- 只返回文件路径
- 不说明 sample 是演示样例
- 直接写成最终结论
- 没有证据样本

- 没有让老板校准的问题

5. 餐饮老板要怎么提问题

Claude Code 不需要你说技术参数。你只要像跟顾问说话一样，把业务说清楚。

5.1 门店基础信息

请在练习区填写：

项目	我的答案
门店类型	
所在商圈	
人均消费	
招牌菜/主推品	
主要客群	
目前最想解决的问题	

示例：

我的门店是江西菜，人均 80 元，主要客群是家庭聚餐和朋友小聚。
我想知道下个月适合推什么新品、什么套餐，以及同城视频怎么拍更容易引流。

5.2 关键词设计

餐饮 VOC 不要只搜“餐饮”两个字，要搜更接近用户表达的词。

类型	关键词示例
品类词	本地美食、地方菜、烧烤、火锅、粉面、小龙虾
场景词	朋友聚餐、家庭聚餐、情侣约会、生日聚会、宵夜
需求词	性价比、好拍、出片、不踩雷、排队、停车、服务
菜品词	辣、下饭、锅气、招牌菜、新品、套餐、团购
情绪词	值得、后悔、踩雷、惊喜、一般、还会来

练习：请写出你门店第一轮要看的 8 个关键词。

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

6. 第一轮报告怎么读

第一轮报告不是答案，是“带证据的假设”。

看报告时按这个顺序：

1. 先看样本来自哪里
2. 再看用户反复说什么
3. 再看机会假设
4. 最后看待校准问题

6.1 三句话读懂报告

报告部分	老板要看什么
初步判断	这轮样本提示了什么方向
证据样本	真实用户原话是否像你店里听到的
校准问题	哪些地方需要你用经验确认

6.2 不要被单个爆款带偏

一个爆款视频或笔记，只能说明“它值得看”，不能直接说明“它适合你”。

老板要追问：

- 这个评论像不像我的真实顾客？
- 这个需求我有没有能力满足？
- 这个选题能不能转成到店理由？
- 这个问题是偶发还是普遍？
- 这个方向能不能一周内验证？

7. VOC 核心：先发现问题，再谈机会

VOC 工作坊的主线不是“找几个好听的营销点”，而是先把真实问题找出来。

一个门店常见的问题，通常分成 5 层：

问题层级	用户会怎么说	老板要判断什么
产品问题	不好吃、分量少、味道不稳定、招牌不突出	是单品问题，还是出品体系问题
价格问题	贵、不值、套餐不划算、团购坑	是价格高，还是价值表达不足
服务问题	慢、冷淡、没人管、体验不好	是员工问题，还是流程问题
环境问题	吵、挤、不好停车、不出片	是硬件问题，还是动线/指引问题
传播问题	不知道点什么、怕踩雷、没记忆点	是内容问题，还是定位问题

7.1 判断“真问题”的 4 个标准

标准	说明
重复出现	多条评论、多位顾客、多平台都提到
具体可定位	能定位到菜品、场景、服务环节或门店体验
影响决策	会影响进店、复购、推荐、客单价
可被验证	一周内能用动作或数据验证是否改善

练习：请把本轮 VOC 报告里的问题放进下面的表。

用户原声	属于哪类问题	是否重复出现	是否影响决策	是否可验证

8. 练习一：从评论里找顾客真实需求

请把 VOC 报告里的 5 条用户原声，放进下面的表格。

用户原话	他在意什么	对门店意味着什么	可做动作

判断规则：

- 夸菜品，不一定是新品机会，可能是招牌菜强化机会
- 吐槽贵，不一定要降价，可能是价值表达不清

- 说排队，不一定是坏事，可能要优化等位体验
- 说环境好，不一定只做装修，可能要设计拍照点

9. 练习二：做问题优先级排序

不是所有问题都要马上解决。老板最重要的是判断：先修哪个。

问题优先级矩阵

问题	出现频次	影响营收	解决难度	优先级
	高/中/低	高/中/低	高/中/低	P0/P1/P2
	高/中/低	高/中/低	高/中/低	P0/P1/P2
	高/中/低	高/中/低	高/中/低	P0/P1/P2
	高/中/低	高/中/低	高/中/低	P0/P1/P2

优先级判断：

- P0：高频、高影响、低难度，本周就要改
- P1：高频或高影响，但需要资源协调
- P2：有讨论价值，但暂时不影响核心经营

10. 练习三：从问题里找新品/套餐机会

新品机会不等于老板灵感，而是用户需求、门店能力、传播理由三者交集。

新品机会判断表

候选方向	用户证据	门店是否能做	是否容易传播	优先级

优先级判断：

- P0：本周就能测试，有顾客证据，有现成供应能力
- P1：值得准备，但需要改菜单、改供应链或改出品
- P2：有意思，但暂时不做

示例：

候选方向	用户证据	门店能力	传播理由
两人小聚套餐	评论反复提到“人少不好点菜”	可用现有菜重组	适合小红书收藏
夜宵辣味新品	评论提到“晚上想吃重口味”	后厨能做	适合抖音短视频

11. 练习四：把差评变成门店动作

差评不是用来解释的，是用来找系统问题的。

差评/吐槽	归因	影响程度	本周动作	负责人
排队久	动线/排班/等位体验	高/中/低		
菜慢	后厨/高峰/菜品结构	高/中/低		
觉得贵	菜单/套餐/价值表达	高/中/低		
服务冷淡	培训/激励/流程	高/中/低		
不好停车	位置/指引/合作停车	高/中/低		

本页结论：

本周最该先修复的问题是：

因为：

我准备采取的动作是：

验证标准是：

12. 练习五：把 VOC 变成经营复盘机制

VOC 最有价值的地方，不是一次性报告，而是持续发现问题。

每周 VOC 复盘表

本周观察	用户证据	老板判断	下周动作
高频问题			
新增问题			
已改善问题			
需要继续验证的问题			

复盘 Prompt

这是我本周收集到的顾客反馈：
【粘贴评论/私信/店内反馈/员工记录】

- 请帮我做 VOC 问题复盘：
1. 哪些问题是高频问题
 2. 哪些问题可能影响进店或复购
 3. 哪些问题本周就能修
 4. 哪些问题需要继续采集证据
 5. 下周应该重点观察哪些关键词

13. 可选延展：把 VOC 变成同城内容

同城内容不要先想“我要说什么”，而要先想“顾客为什么会点开”。

内容选题公式

用户真实问题 + 门店证据 + 到店理由 = 一条可拍内容

选题转化表

用户声音	内容钩子	画面证据	行动引导
“两个人来不好点菜”	两个人吃江西菜怎么点不浪费	两人套餐上桌	收藏这份点菜法
“怕踩雷”	第一次来本地吃地方菜先点这3道	招牌菜制作/上桌	到店直接照着点
“环境挺适合拍照”	这家店哪个位置最出片	门店动线/座位	预约靠窗位

练习：写出 5 条你店里的同城选题。

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

14. 可选延展：老板口播稿生成方法

老板口播不是背广告词，而是用老板身份回答顾客真实问题。

口播结构

- 1. 开头：说出一个顾客真实问题
- 2. 中段：给出老板判断或门店做法
- 3. 证据：展示菜品、环境、价格、服务细节
- 4. 结尾：给一个轻行动

Prompt 模板

请基于刚才 VOC 报告里的用户原声，
帮我生成 3 条本地餐饮老板口播稿。

- 要求：
- 1. 每条 30-60 秒
 - 2. 开头必须来自用户真实顾虑
 - 3. 不要夸大，不要像广告
 - 4. 适合老板本人出境
 - 5. 每条都给出拍摄画面建议

口播练习表

口播主题	用户顾虑	我的老板观点	要拍的画面

说明：口播不是本次工作坊主线。如果现场时间不够，本节可以放到下一次“VOC 转内容/IP”工作坊继续深化。

15. 真实采集前的提醒

真实采集需要 VOC token 或服务余额。

当没有 token 或余额不足时，系统不应该只显示报错，而应该给出充值/开通链接。

课堂上遇到这类情况，不要卡住：

- 1. 先用 sample 模式完成方法练习
- 2. 再由讲师统一处理 token/余额
- 3. 真实采集恢复后，再补跑 live 模式

live 模式 Prompt

请切换真实采集。
行业：本地餐饮
重点看：用户为什么进店、为什么吐槽、哪些新品/套餐机会值得验证。
平台：小红书和抖音。
请先检查 token 和余额，再开始采集。

16. 小组实战任务

每组选择一个真实或模拟餐饮门店，完成以下任务。

任务一：建立门店档案

门店名称：
品类：
人均：
商圈：
招牌菜：
目标客群：
竞品门店：
本次最想解决的问题：

任务二：跑第一轮 VOC

输出：

- 样本观察 Top 5
- 用户顾虑 Top 5
- 证据样本 3 条
- 待校准问题 3 条

任务三：做竞品图谱

如果你知道竞品，直接填写竞品名称；如果不知道竞品，就让 Claude Code 先帮你按同城、同品类、同价格带、同消费场景找候选。

输出：

- 竞品候选清单
- 竞品被顾客夸的点
- 竞品被顾客吐槽的点
- 我方可以错位竞争的机会
- 本周可验证动作

任务四：转成经营动作

输出：

- 用户问题地图 1 张

- 问题优先级排序 1 张
- 门店改善动作 3 个
- 课后一周复盘计划 1 张

任务五：生成 7 天内容计划

输出：

- 7 天短视频选题
- 每条选题对应的用户问题
- 前 3 秒钩子
- 30-60 秒口播脚本
- 门店可拍镜头
- 评论区引导和验证指标

17. 汇报模板

每组汇报 5 分钟。

汇报顺序

1. 我们研究的门店/品类是什么
2. 用户真实声音里最明显的 3 个信号
3. 我们认为最值得验证的 1 个机会
4. 我们建议老板本周做的 3 个动作
5. 我们建议的一周验证计划
6. 我们建议下周先发的 3 条内容

一页汇报模板

我们的门店/品类：

最重要的用户信号：

- 1.
- 2.
- 3.

最值得验证的机会：

证据来自：

本周行动：

- 1.
- 2.
- 3.

可选内容选题：

- 1.
- 2.
- 3.

18. 课后一周复用计划

离开课堂后，不要把 VOC 当成一次性报告。

建议每周固定跑一次：

时间	动作	输出
周一	跑小红书/抖音趋势	本周用户信号
周二	看评论和证据	用户顾虑清单
周三	判断问题优先级	P0/P1/P2 问题表
周四	执行 1 个 P0 改进动作	行动记录
周五	看反馈并复盘	下周关键词

每周复盘 Prompt

这是我本周的门店反馈和内容数据：

【粘贴反馈】

请基于上周 VOC 报告，帮我判断：

1. 哪些判断被验证了
2. 哪些判断需要修正
3. 下周应该继续看哪些关键词
4. 下周最值得验证的 3 个问题

19. 我的结业行动卡

请在课程结束前写完。

我这两天最有价值的发现是：

我原来以为顾客在意：

现在 VOC 证据提示顾客更在意：

我本周要立刻做的 3 个动作：

- 1.
- 2.
- 3.

我下周要继续观察的关键词：

- 1.
- 2.
- 3.

我准备优先验证的第一个问题：

我希望一周后看到的验证结果：

20. 附录：VOC Prompt 库

下面这些 Prompt 可以在课后直接复用。使用时，把行业、门店、品类、关键词换成自己的即可。

17.1 第一轮样本观察

帮我做一份【行业/门店类型】的 VOC 趋势情报。
先用演示样例跑通流程，不要真实采集。
在聊天里给我第一轮样本观察和待确认问题。

17.2 真实采集

请切换真实采集。
行业：【填写行业】
平台：小红书和抖音。
重点看：
1. 用户为什么购买/进店/咨询
2. 用户为什么犹豫或吐槽
3. 哪些新品、套餐、服务或内容方向值得验证

请先检查 token 和余额，再开始采集。

17.3 校准业务方向

我的真实业务情况是：

【填写门店/品牌/客单价/目标用户/当前问题】

请基于刚才 VOC 报告继续校准：

1. 哪些判断保留
2. 哪些判断需要降权
3. 哪些方向暂时不要做
4. 下一轮应该继续看哪些关键词

20.4 生成问题地图

请把刚才的 VOC 报告整理成一张用户问题地图。

要求：

1. 按产品、价格、服务、环境、传播五类归类
2. 每个问题都要引用用户原声证据
3. 标注出现频次、影响程度、是否可验证
4. 不要直接给营销建议，先把问题讲清楚

20.5 生成经营动作

请把刚才的 VOC 证据转成一张经营动作表。

要求：

1. 每个动作都要对应用户原声证据
2. 区分本周能做、下月准备、暂不推进
3. 给出负责人建议和验证标准
4. 不要写空泛建议

20.6 生成竞品图谱

我是【城市/商圈】做【品类】的，客单价大概【金额】。

如果我不知道竞品是谁，请先帮我按同城、同品类、同价格带、同消费场景找竞品候选。

请输出：

1. 竞品候选清单
2. 竞品被顾客夸的点
3. 竞品被顾客吐槽的点
4. 我方可以错位竞争的机会
5. 本周可验证动作
6. 可以转成短视频的选题

20.7 生成 7 天内容计划

请根据刚才 VOC 报告里的用户问题，生成 7 天短视频选题和口播脚本。

要求：

1. 每条内容都要对应一个真实用户问题
2. 每条都有前 3 秒钩子
3. 每条都有 30-60 秒口播脚本
4. 每条都有门店可拍镜头
5. 每条都有评论区引导和验证指标

20.8 可选：生成老板口播

请基于刚才 VOC 报告里的用户原声，生成 3 条适合老板本人出镜的口播稿。

要求：

1. 每条 30-60 秒
2. 开头来自用户真实顾虑
3. 中间给出老板判断或门店做法
4. 结尾给一个轻行动
5. 每条配拍摄画面建议

21. 附录：一份好 VOC 报告的验收标准

拿到报告后，不要只看它写得像不像“咨询报告”，要看它能不能指导动作。

验收项	合格标准	不合格表现
数据口径	说明平台、关键词、样本数量	不知道样本从哪来
证据样本	有标题、作者、互动、原文或评论	只有观点没有证据
初步判断	明确是待校准假设	第一轮就写最终结论
用户顾虑	能看到顾客真实担心什么	只写行业大词
问题地图	能看清产品、价格、服务、环境、传播问题	只写抽象趋势
机会方向	能从问题自然推导到新品、套餐或服务动作	只有“建议加强营销”
校准问题	能让老板继续反馈	没有下一轮问题
行动建议	有优先级和验证标准	没有时间、负责人、验证方式

报告里的 3 个危险信号

- 只说“趋势很好”，但没有用户原话
- 只说“建议做内容”，但没有具体选题
- 只说“用户喜欢性价比”，但没有解释什么叫值

22. 附录：现场常见问题

19.1 Claude Code 看不到技能怎么办

先检查：

```
dir .\.claude\plugins
dir .\.claude\skills
```

如果目录存在，重启 Claude Code 会话。

19.2 npx 很慢怎么办

课堂上不要卡在下载。

处理顺序：

1. 换网络
2. 让讲师提供已安装好的工作区
3. 先看讲师演示，课后再装

19.3 live 真实采集失败怎么办

不要把课堂停在报错页面。

处理顺序：

1. 看是否没有 token
2. 看是否余额不足
3. 看是否平台服务临时不可用
4. 先切 sample 完成方法练习
5. 恢复后补跑 live

19.4 第一轮报告不准怎么办

第一轮不准是正常的，因为它还没有吃到你的真实业务反馈。

你要做的是校准：

- 哪些用户声音像真实客户
- 哪些方向不适合你的门店
- 哪些关键词需要增加
- 哪些竞品需要加入

19.5 员工不会用怎么办

不要让员工从“安装工具”开始学。

建议老板先沉淀 3 个固定 Prompt：

- 每周趋势观察
- 差评复盘
- 问题优先级排序

员工只要照着跑，再把结果交给老板判断。

23. 附录：课后一周执行清单

请把这张表带回去，每天只做一个小动作。

日期	动作	输出	完成
第 1 天	跑一次 sample 或 live VOC	第一轮样本观察	
第 2 天	补充真实业务反馈	校准后的机会方向	
第 3 天	做问题优先级排序	P0/P1/P2 问题表	
第 4 天	选 1 个 P0 问题执行改进	动作记录	
第 5 天	收集改进后的顾客反馈	反馈摘录	
第 6 天	收集评论/咨询/到店反馈	用户反馈摘录	
第 7 天	复盘并更新关键词	下周 VOC 任务	

一周后复盘问题

这一周我验证了什么？

哪些用户声音被证实了？

哪些判断是错的？

下周最值得继续追的方向是什么？

我应该删除哪些无效关键词？

我应该新增哪些竞品或账号？