
Opplevelsen teller!

Dato: 2009-01-28

Skrevet av: Kaja Misvær

[I vår selvbetjente verden](#), overlates tidkrevende oppgaver til oss forbrukere. Det kan ligge en stor bruksverdi i dette, da det er mulig å skreddersy tjenester til egne behov og gjøre livet litt enklere. Som oftest er dessverre bruksopplevelsen det motsatte. I møtet med mange slike selvbetjente tjenester føler vi oss hjelpeløse, forvirret, usikre eller frustrerte. Hvordan kan tjenesteleverandører behandle kundene sine på denne måten og tilsynelatende overse deres behov, når deres eksistens avhenger av kundetilfredshet og – lojalitet? Kanskje nettopp spesielt i disse krisetider når aksjemarkedet stuper og konkurransesituasjonen blir tøffere, burde kravet til gode brukeropplevelser skjeperes.

Opplevelsen teller. Derfor har designfagets utvikling de siste årene handlet mer og mer om menneskers behov og brukeropplevelse, enn om produkters form og farge. Å finne og utvikle løsninger til kjente og ukjente utfordringer på nye og bedre måter, kan hevdes å være det viktigste formålet med design i dag. For å oppnå dette, burde det være opplagt å ta utgangspunkt i brukerens behov.

Hva er servicedesign?

Service design er en brukerorientert designdisiplin som handler om nettopp det å designe helhetlige og gode brukeropplevelser rettet mot kundens behov. Det gjelder å sette seg inn i brukerens situasjon, la seg inspirere og finne nye helhetlige løsninger som forbedrer brukssituasjonen og samtidig skaper kundelojalitet.

I tillegg til kundens opplevelse, gjelder også den ansattes opplevelse i høy grad for tjenesteytende virksomheter. Det er et viktig kontaktpunkt for kunden, og virksomheten må derfor forholde seg til deres behov. Hva kan gjøre deres arbeidssituasjon og kontakt med kundene bedre?

Design er mer enn form

Design kan brukes til mye mer enn å formgi produkter - det kan også forme sosiale interaksjoner. Formålet med servicedesign er å forbedre brukeropplevelsen til både ansatte og kunder med immaterielle løsninger som prosesser og systemer, og materielle løsninger som produkter (for eksempel automater). På den måten gir servicedesign tjenesteytende virksomheter i offentlig og privat sektor mulighet til å gjenskape sin forretning og tjenestekonsepter med utgangspunkt i brukerbehov – til å utnytte sitt

vekstpotensial.

Det handler om prosess, ikke pene stoler

Det synes å være en økende aksept blant nordmenn for bruk av design til å oppnå estetiske og funksjonelle kvaliteter i produktutvikling. Danmarks lange designtradisjon med gamle ikoner som Arne Jacobsen og Hans Wegner er forbilder i Norge. Men design har kommet mye lenger enn dette og handler om mer enn å sitte godt i en pen stol. [På Dansk Designers nettside](#) redegjøres det for at designfaget har utviklet seg mer enn mange har forstått. Design kan brukes til å utvikle produkter som redder liv, forbedrer miljøet og øker livskvalitet. Det kan faktisk også brukes i utviklingen av immaterielle løsninger. Dette er et vanskelig budskap å formidle til et samfunn med tradisjonelt syn på design som begrenset til formgivning. Hvordan kan vi bevise at design er en prosess og ikke et resultat?

Norge trenger servicedesign

[På britiske Design Council's nettside](#) påpeker forfatter og ekspert i service management, Bill Hollins at tjenestesektoren er i stor vekst og vil bli viktigere og viktigere for økonomien vår ettersom industrien reduseres. Antallet sysselsatte i den norske tjenestesektor steg med 700 000 fra 1,2 mill i 1980 til 1,9 mill 2004. I samme periode er antall sysselsatte i industrien redusert med over 100.000 personer, fra 380.000 til 266.000 ([se s. 12 i rapport fra Abelia](#)).

I framtiden vil tjenestebedriftene spille en avgjørende rolle i å skape økonomisk vekst og en stadig forbedring av velferden i Norge. Derfor er utviklingen av en konkurransedyktig og innovativ tjenestesektor viktig. Et virkemiddel som servicedesign har dermed potensiale til å bidra til å sikre Norges fremtid på det globale markedet.

Tjeneste som produkt og produkt som tjeneste

Vi erfarer som mange andre designfirmaer at tjenesteytende virksomheter ønsker å "produktifisere" tjenestene sine, mens vareproduserende virksomheter ønsker vil tilføre produktene verdi i form av tilleggstjenester. En av de største aktører i dansk finanssektor, Jyske Bank, tilbyr kundene sine fysiske produktpakker som representerer immaterielle tjenester og Apple gir kunden mer enn bare et produkt med iTunes. Systemet og tjenesten rundt iPod'en øker dens verdi og har mye av æren for virksomhetens suksess de siste årene. Apple tilbyr en helhetlig løsning som gir kunden stor verdi og positive brukeropplevelser – til gjengjeld får virksomheten stor kundelojalitet.

Rundt i verden – i USA, Storbritannia og Danmark, har servicedesign fått en naturlig plass som metode og tilgangsvinkel i innovasjonsprosesser. Det er på tide at Norge kommer inn på banen også.

I et næringsliv med en utbredt tradisjonell holdning til design kan design av tjenester virke søkt for mange. Omtalte designprosjekter i norske medier begrenser seg til produktdesign

og grafisk design. Det trengs gode servicedesigneksempler for å vise hvordan servicedesign kan være virkemiddel til tjenesteinnovasjon og skape interesse hos virksomheter og organisasjoner.

Skape fremtidens sykehusopphold

I Danmark har regjeringen sett verdien av servicedesign, og støtter demonstrasjonsprosjekter som skal vise potensialet. I år var det andre gang 2,5 millioner kroner ble bevilget til å sette i gang [servicedesignprosjekter](#) som skal demonstrere effekten av design i den offentlige sektor.

Offentlige institusjoner kom med prosjektforslag som designfirmaer kan søke om å utføre. Prosjektet "[fra pasienthotell til sykehusdrift](#)" er et samarbeid mellom Odense Universitetshospital og Designit. I januar 2009 gikk et team med norske og danske designere og antropologer i gang med de innledende undersøkelser for å forstå hvordan pasient, pårørende og personale opplever sykehuset. Oppgaven er å vurdere hvorvidt erfaringene fra det prisvinnende pasienthotellet i Odense med suksess kan utvikles og implementeres på sykehusets kliniske avdelinger. Formålet er å skape et "fremtidens sykehusopphold" som sikrer en god opplevelse for brukerne på en måte som adresserer utfordringer sektoren har med mangel på bemanning. Om 10 år vil Odense Universitetshospital få et nytt sykehus, og dette prosjektet representerer det første skrittet mot fremtidens sykehus.

Posten som forløper?

I følge summa.no er Posten Norge AS (Posten) landets største tjenesteytende virksomhet. Virksomheten er en god kandidat til å utnytte servicedesigns potensial for å oppnå tjenesteinnovasjon. Deres marked er i stor forandring med økende konkurranse og krav til nye, verdiskapende tjenester som kan erstatte gamle kjerneytelser (som f.eks. postforsendelser). Innsikt i Postens utviklingsprosjekter avdekket behov for strukturerte innovasjonsprosesser – og metoder som kan sikre involvering av ansatte og kunder samt sammenhengende tjenesteutvikling på tvers av divisjonene. Undersøkelser viste at servicedesign kan være et nyttig verktøy for Posten i utvikling av helhetlige tjenester som forholder seg til ansattes behov som tjenesteleverandører, og kundens behov som tjenestemottaker. En tjeneste produseres idet den konsumeres (i motsetning til et fysisk produkt) og dens kvalitet preges derfor i høy grad av den som leverer den. De ansattes rolle og deres eierskap til tjenesten er derfor viktig i tjenesteutviklingen og implementering av nye tjenester. Servicedesign kan bidra til å sikre utvikling av innovative tjenester og suksessfull implementering av disse – og dermed gi Posten et viktig konkurransefortrinn i fremtiden.

Ved å bruke servicedesign som drivkraft i innovasjonsprosessene, kan Posten stå frem som en nytenkende virksomhet som tar i bruk nye virkemidler og tar kunder og ansattes

behov på alvor. Posten kan bli en forløper på tjenesteinnovasjon i Norge!

Kaja Misvær

Partner, Designit Oslo

Innovation director

Siv.ing Industriell design

Kaja.misvaer@designit.com

+47 997 00 226

designit.com

Om Designit

Designit er et av Europas største strategiske designfirmaer med integrerte designkompetanser innen innovasjon, service-, produkt- og digital design, samt brand og kommunikasjonsdesign. Designere, markedsførere, økonomer og antropologer er noen av de representerte faggrupper fordelt på kontorer i Århus, København, Paris, München, Shanghai og Oslo.