



METODESAMLING

TJENESTEDESIGN



Kontaktpunktkart

Metodenavn



Lar deg få oversikt over alle kontaktpunkter mellom brukeren og tjenesten, og hvordan de henger sammen.

Metodens gevinst

Kontaktpunktkart



Sorteringssymbol



Kontaktpunktkart

Oversikt over den eksisterende tjenesten

Utstyrliste

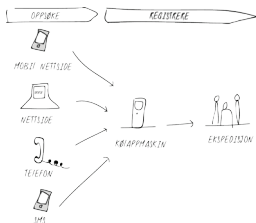
Fremgangsmåte:

- 1 **Skriv ned alle punkter der bruker og tjeneste møtes**
Gi alle disse punktene ett navn, og illustrer dem gjerne med bilder. Hold det enkelt! Denne metoden skal hjelpe deg å få oversikt, så ta med minst mulig detaljer her. Kontaktpunktkartet er ikke det samme som en brukerreise. I brukerreisen får man oversikt over alt det brukeren opplever mens han/hun mottar tjenesten, mens kontaktpunktkartet kun viser de punktene hvor brukeren har kontakt med tjenesten.

Metodebeskrivelse

Et kontaktpunkt kan for eksempel være når brukeren snakker med en person i en skranke. Sikuren til skranken er derimot en del av brukerreisen, men ikke et kontaktpunkt.

En god huskeregel her er at tjenesteytterne har full kontroll over kontaktpunktene, men bare indirekte kontroll over brukerreisen.



Illustrerende figur

INTRODUKSJON

Målet med denne metodesamlingen er å hjelpe til i prosessen med å designe gode tjenester. Hvert kort består av en metode, og kortene er merket slik at man kan finne fram til de metodene som passer best ut i fra hvor man er i designprosessen. Kortene er sortert etter 5 aktiviteter i designprosessen: kartlegging, bearbeiding, visualisering, utvikling og testing. Visualisering er viktig på tvers av designprosessen, og kortene med visualiseringssymbolet illustrerer visuelle verktøy for å kommunisere funn og løsninger.

Til å begynne med ønsker vi å gi en kort innføring i hva tjenestedesign er og hvordan metodikk og tankemåter knyttet til tjenestedesign kan bidra til å gjøre tjenester bedre. Metodesamlingen kan hjelpe deg å tenke helhetlig når du utvikler tjenester, slik at du kan skape løsninger som er effektive og som oppleves som attraktive og verdifulle for brukerne. I denne brosjyren og på metodekortene vil vi vise eksempler fra helsesektoren, en sektor som består av utallige tjenester og med et stort behov for tjenesteinnovasjoner for å kunne møte framtidens utfordringer.

HVA ER EN TJENESTE?

Tjenester skiller seg fra produkter ved at de er immaterielle og eksisterer først når de blir tatt i bruk. Det kan derfor være vanskelig å definere akkurat hva en tjeneste er. Tjenester finnes innen de fleste bransjer, for eksempel forsikring, bank, transport, konsulentvirksomhet og mye annet. I dette heftet vil vi presentere noen måter å se tjenester på som kan gjøre dem mer forståelige og håndterlige i en utviklingsprosess.



EKSEMPEL PÅ EN TJENESTE: BIRTE PÅ LEGEBESØK

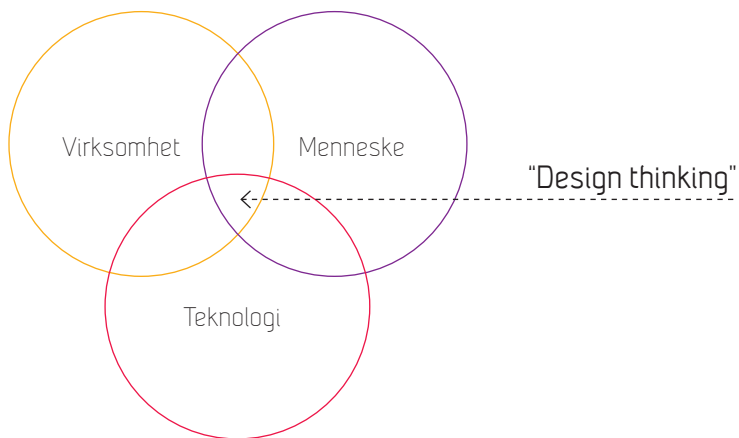
Dette forenklete eksempelet tar for seg tjenesten som fastlegen yter.

Birte har hatt vondt i halsen en stund og føler ikke at hun blir noe bedre. Hun bestemmer seg for at det er på tide med et lite legebesøk. Birte ringer til legekantoret og bestiller time. Til avtalt tid møter hun opp og setter seg til i venteværelset til hun blir ropt inn til legen. Hos legen blir hun undersøkt, og det tas en prøve av halsen hennes. Legen forteller at Birte har halsbetennelse og lager en elektronisk resept på antibiotika. Birte betaler egenandelen i skranken og drar rett til apoteket der hun henter medisinen. Birte tar medisinen og blir frisk.

Under er en visualisering av hvordan tjenesten utarter seg for Birte.



HVA ER TJENESTEDESIGN?



HVA ER TJENESTEDESIGN?

Tjenestedesign (av engelsk "service design") er et nytt felt som har vokst fram de siste årene, og det finnes ingen felles definisjon på hva tjenestedesign er. Norsk designråd beskriver tjenestedesign slik:

"Kort fortalt handler det om å planlegge og organisere mennesker, infrastruktur, kommunikasjon og fysiske komponenter slik at det til sammen får en høyere verdi og kvalitet - både for tjenestetilbyder og kunde. Tjenestedesign kan altså beskrives som design av tjenester som gir økt verdi både for leverandør og bruker."

Ved å bruke metodikk for tjenestedesign aktivt når en jobber med å utvikle tjenester mener vi at tjenestene kan:

- imøtekomme brukerens behov
- gi gode brukeropplevelser
- bli mer effektive
- bli bedre arbeidsplasser for tjenesteleverandørene
- bidra til bedre ressursbruk og bedre samfunnsøkonomi

ALT MÅ MED!

Tjenester er komplekse og det er derfor nyttig å dele dem opp i bestanddeler som det er enklere å forholde seg til. På neste side beskriver vi bestanddeler av en tjeneste, blant annet inspirert av boka "This is service design thinking".

En Tjeneste:



Mottas og leveres av **brukere**

Tjenestens mottaker er ofte omtalt som sluttbruker eller kunde og er den brukeren som tjenesten er skapt for. Tjenestens leverandører er de personene som sluttbruker forholder seg til i tjenesteforløpet, og kan også ses på som en type bruker av tjenesten.



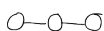
Består av **kontaktpunkter** mellom bruker og tjenesteleverandør

Kontaktpunktene er alle punkter der sluttbrukeren kommer i kontakt med, eller interagerer med tjenesten.



Tar sted over en **periode**

Tjenesteperioden er ofte omtalt som den tiden sluttbrukeren mottar tjenesten. I tillegg kan man definere en pre-tjenesteperiode i forkant av tjenesteperioden og en post-tjenesteperiode i etterkant. Alle tre er viktige å ta hensyn til skal man gi sluttbrukeren en god opplevelse av tjenesten.



Består av **sammenhengende handlinger**

En tjeneste eksisterer først når den blir tatt i bruk av en sluttbruker. Sluttbrukeren opplever tjenesten gjennom en rekke sammenhengende handlinger. For å få til en god flyt i tjenesten er det nyttig å se på handlingsrekken til sluttbrukeren.



Tar sted i omgivelser (**kontekst**)

Tjenestens kontekst er de omgivelsene som tjenesten tar sted i. Konteksten påvirker brukerens handlinger og opplevelser.



Består av **fysiske bevis**

Fysiske bevis er produkter som brukeren forholder seg til i tjenesteperioden. Siden tjenester i utgangspunktet er immaterielle og ofte består av opplevelser er det lurt å lage fysiske bevis som kan gjøre tjenesten mer synlig for sluttbrukeren og for tjenestetilbyderne.

Hva tjenestetilbyder kan ha kontroll på:

- Hvem tjenesteleverandørerne er
- Hvem de utvikler tjenesten for
- Hvilke kontaktpunkter tjenesten består av
- Hvilke fysiske bevis tjenesten består av

SAMMENHENGENDE HANDLINGER

Pre-tjenesteperiode

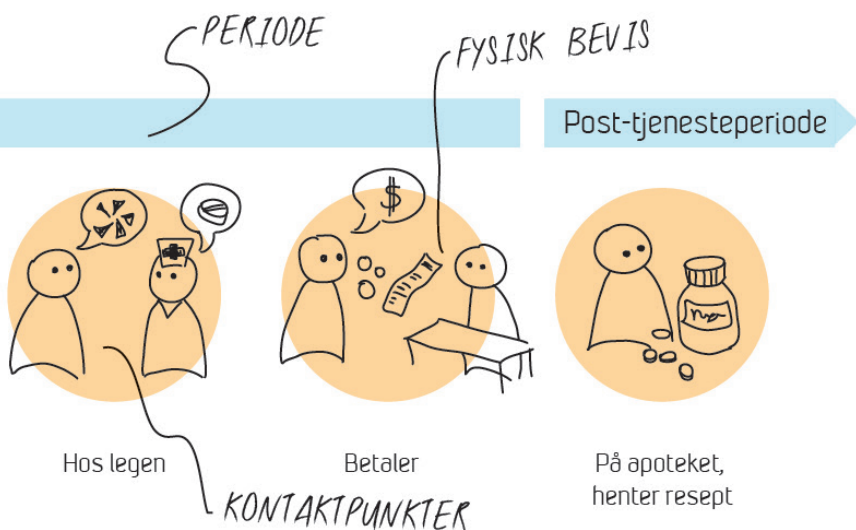
Tjenesteperiode



Hva tjenestetilbyder ikke har kontroll på:

- Mottakers handlinger
- Mottakers opplevelser og følelser
- Tjenesteperiode

De tre elementene over kan aldri tjenestetilbyderen ha helt kontroll på. Man kan allikevel styre hvordan sluttbrukeren opplever tjenesten til en viss grad ved å tilegne seg kunnskap om brukerne og hvordan de oppfører seg. For å få en forståelse av hvem brukerne er og hvilke behov de har er det viktig å sette av tid og ressurser til å gjøre en god kartlegging.




5 PRINSIPPER FOR Å DESIGNE GODE TJENESTER:

Marc Sticdorns 5 prinsipper fra boka "This is service design thinking" skisserer en måte å tenke på som han mener er nyttig for å designe suksessfulle tjenester. Disse punktene kan være gode utgangspunkt for hvilke aktiviteter en bør gjennomføre i et tjenestedesignprosjekt.


1) BRUKERSENTRETT

En tjeneste bør bli sett gjennom brukerens øyne

Som innovasjonsfaget forteller oss har ikke produkter eller tjenester verdi før de blir tatt i bruk. Målet er selvfølgelig derfor å utvikle tjenester som er effektive, attraktive og på best mulig måte ivaretar brukerens behov. Uten brukere har tjenesten ingen verdi. 


2) CO-CREATIVE

I utviklingen av en tjeneste bør flest mulig av tjenestens ulike brukere delta i prosessen

En tjeneste har ofte mange brukere, der ulike brukere har ulike roller. Blant andre er det gjerne en sluttbruker, de som jobber med å tilby tjenesten, ledere av bedriften/organisasjonen og de som forsyner tjenesten med materialer. Det er viktig å ha kunnskap om alle disse rollene og hvilke behov de ulike brukerne har. For at tjenesten skal bli best mulig er det en fordel å involvere alle aktuelle brukere i designprosessen. 


3) SEKVENSIELL

Tjenesten bør bli visualisert som en serie med sammenhengende hendelser

Design av tjenester handler om å skape helhetlige løsninger. I tjenester er det ofte mange ulike kontaktpunkter som sluttbrukeren kommer i kontakt med. Det er viktig å skaffe kunnskap om hvordan disse kontaktpunktene henger sammen fra brukerens øyne for å skape en god opplevelse. 


4) FYSISKE BEVIS

Tjenester er immaterielle og uhåndgripelige, men de kan gjøres mer håndgripelige gjennom fysiske gjenstander.

Godt utformede fysiske bevis som er knyttet opp mot resten av tjenesten kan bidra til å binde opplevelsene til sluttbrukeren sammen, og skape en felles forståelse mellom bruker og leverandør av hva tjenesten består av. For eksempel vil en kvittering bevise for kunden at han har mottatt en tjeneste. 


5) HELHETLIG


Tjenestens kontekst bør vurderes

Når man utvikler en tjeneste er det viktig å ha oversikt over helheten. Det er lett å fordype seg i enkeltelementer i tjenesten, men selv om en nettside fungerer godt, kan brukeren fortsatt ha en dårlig opplevelse dersom andre deler av tjenesten ikke fungerer bra. Det fysiske rommet tjenesten finner sted i, som for eksempel venterommet på et legekontor eller i sofaen hjemme hos brukeren, kan også være med på å påvirke hvordan brukeren opplever tjenesten. Det er derfor viktig å ha innsikt i tjenestens kontekst og forståelse for hvilke behov brukerne har i de ulike omgivelsene. 


Skjekkliste - er vi godt i gang med å designe en god tjeneste?

Vi har sett på tjenesten gjennom brukerens øyne 

Vi har involvert ulike brukere i designprosessen 

Vi har visualisert tjenesten som en serie sammenhengende hendelser 

Vi har fokusert på tjenestens fysiske bevis 

Vi har tatt tjenestens kontekst i betraktning 

TRADISJONELL DESIGNPROSESS

Kortene i stokken er sortert etter aktiviteter i en tradisjonell designprosess. Visualisering er satt inn som en egen aktivitet, slik at kortene kan sorteres etter gode visualiseringsverktøy. Visualisering er viktig!

Metodekortene er fargesortert etter de ulike aktivitetene, slik at det skal være lettere å ta i bruk riktig metode etter hvor man er i prosessen.





KARTLEGGING

Hvordan blir jeg bedre kjent med behovene knyttet til tjenesten?
Hvilken annen informasjon trenger jeg for å lage en god tjeneste?



BEARBEIDING

Hvilke funn har jeg gjort i behovskartleggingen?
Hva slags innsikt har kartleggingen gitt meg?



VISUALISERING

Hvordan kan jeg kommunisere mine funn og mitt design til andre deltakere i prosjektet?



UTVIKLING

Hvordan kan jeg utvikle nye løsninger som svarer på de behovene jeg har kartlagt?



TESTING

Har jeg utviklet en god tjeneste?
Hvordan kan jeg teste den opp mot behovene?



En designprosess er ikke lineær: Man må ofte gå tilbake for å hente inn mer informasjon, eller gå en runde til med utvikling.

TAKK!

Takk for at du har kikket på dette heftet (og forhåpentligvis også på kortene som fulgte med)!

Bakgrunnen for metodesamlingen er et samarbeidsprosjekt mellom SINTEF Teknologi og samfunn og InnoMed. Den er en samling av kjente og kjære metoder som vi har videreutviklet, justert og gjort til våre egne. Vi jobber begge som designere ved avdeling for medisinsk teknologi i SINTEF hvor vi er med på flere tjenesteinnovasjonsprosjekter for helsesektoren. Metodene vi deler her er ofte i bruk i våre prosjekter. Det er vanskelig å si akkurat hvor de enkelte metodene er hentet fra, så derfor har vi samlet noen av inspirasjonskildene på neste side.

Vi håper metodesamlingen er nyttig for deg.

Hilsen



Hanne Ekran Thomassen



Hanne Linander

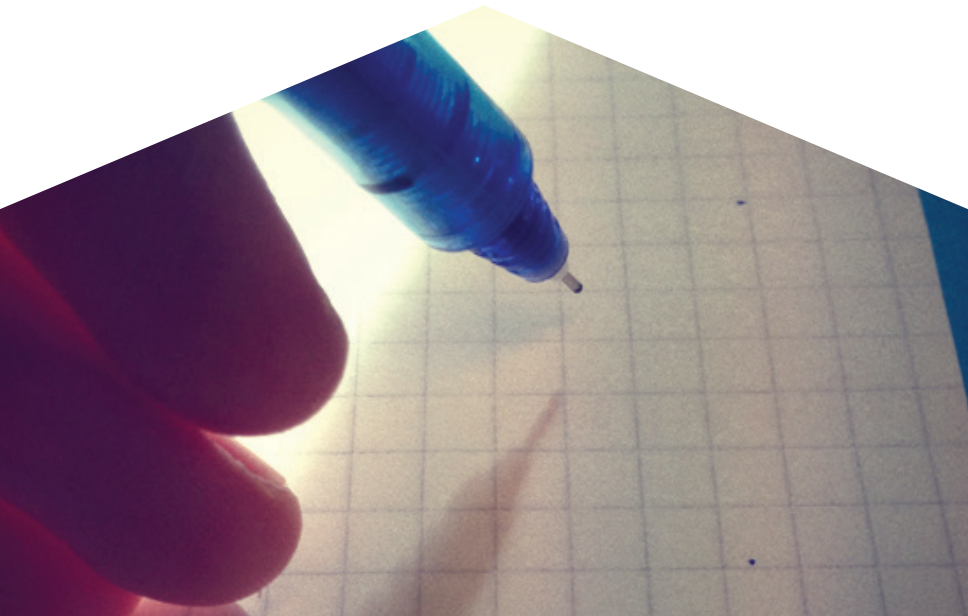
REFERANSER

Aakre, J., Scharning, H. S. (2013) *Prosjekthåndboka 2.0 - Verktøykasse for kreative team*. Oslo: Universitetsforlaget

Polaine, A., Løvlie, L., Reason, B. (2013) *Service design - From insight to implementation*. Brooklyn, New York: Rosenfeld Media

Stickdorn M., Schneider J. (2011) *This is service design thinking*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Alle bilder © SINTEF Teknologi og samfunn, avdeling for medisinsk teknologi



METODER FOR

- Å utvikle nye tjenester
- Å forbedre eksisterende tjenester
- Å utvikle produkter som er en del av en tjeneste

