



**VELKOMMEN
TIL 9.
GRUPPETIME!!**

Formål:

Hva er tjenestedesign?

Hvordan kan man bruke customer journey maps for å fremstille en brukerreise gjennom en tjeneste, og hvordan det kan bidra til å forbedre en tjeneste.

КАНОТ

TJENESTEDESIGN

Hva er:

Tjenstedesign er design av en tjeneste og mer enn bare et konkret produkt/system, der kunden og selskapet står sentralt. Elementene i tjenstedesign er ment å heve brukeropplevelsen

Inneholder:

Tjenstedesign inkluderer alle stegene i løpet av en tjeneste, som kan involvere sted, kontekst, informasjon, markedsføring, hvem du kommer i kontakt med underveis osv.

Kundereisen kan begynne før selve tjenesten, eks i det du laster ned Foodora-appen, og foregår over tid.

Mål:

Handler om å skape nye opplevelser med mål om å bedre kundeopplevelsen og å gi høyere avkastning på investeringer og potensielt redusere kostnader.



TJENESTEDESIGN - eksempler

Videostrømmetjenester:

Video og film har gått fra videobutikker og kino, til strømmetjenester og abonementer.

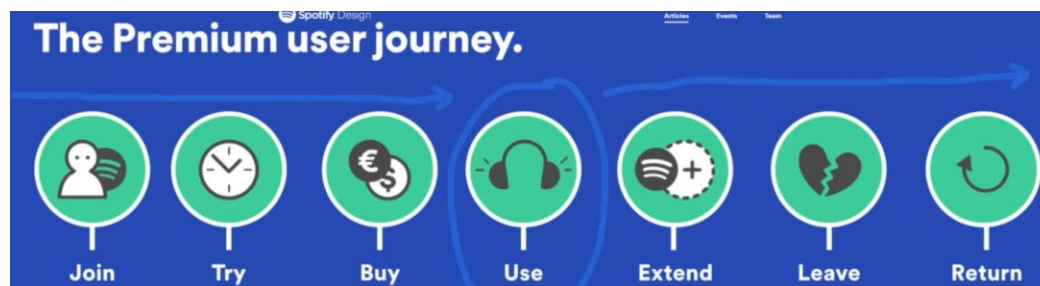
Fly:

Med nye måter å reise på kommer også et behov for nye tjenester. En flytur handler ikke bare om selve flyet, men om booking, informasjon, hvordan komme seg til flyplassen, sjekke inn, mat på flyet, andre tilbud på flyet, reisen fra flyplassen, osv.

Foodora:

En kundereise som går fra nedlastning av app, innlogging, og fra bestilling til leveranse, til reviews i etterkant.

Spotify:



TJENESTEDESIGN

Kundereise:

En rekke **sammenhengende aktiviteter** som former en **prosess**. Denne kundereisen har gjerne en verdi for kunden. Tjenstedesign fokuserer på **hele systemet** i bruk

Brukeropplevelse:

Hvordan påvirker en tjeneste vårt daglige liv. Hvordan kan en tjeneste **skape gode opplevelser** for kundene

Tjenesteskisse:

En **visualiseringsteknikk** (service blueprint) som søker å vise tjenesteleveranseprosessen i detalj samtidig som den involverer kundens handlinger. Den viser kundens reise og selskapets reise i pralalell. [\(eksempel\)](#)

Touchpoints:

Nøkkeløyeblikk/elementer i løpet av hele tjenesten og fungerer som et bindelegg/kontaktpunkt mellom kunder, selskapet og teknologi. Man fokuserer på brukerens **interaksjon** med flere **toucpoints** over en periode med **tid**. **Eksempel:** Steder, produkter, prosesser og mennekser, objekter, fysiske steder, nettsider, apper, kundeservice, partnere eller en situasjon der en tjeneste tilbys eller informasjon utveksles.



CUSTOMER JOURNEY MAPS

Den vanligste metoden innen tjenstedesign som forsøker å visuallisere en oversikt som fanger hvordan en kunde interagerer med et produkt/tjeneste. Man viser en brukerreise gjennom en tjeneste som inkluderer ulike steg og touchpoints.

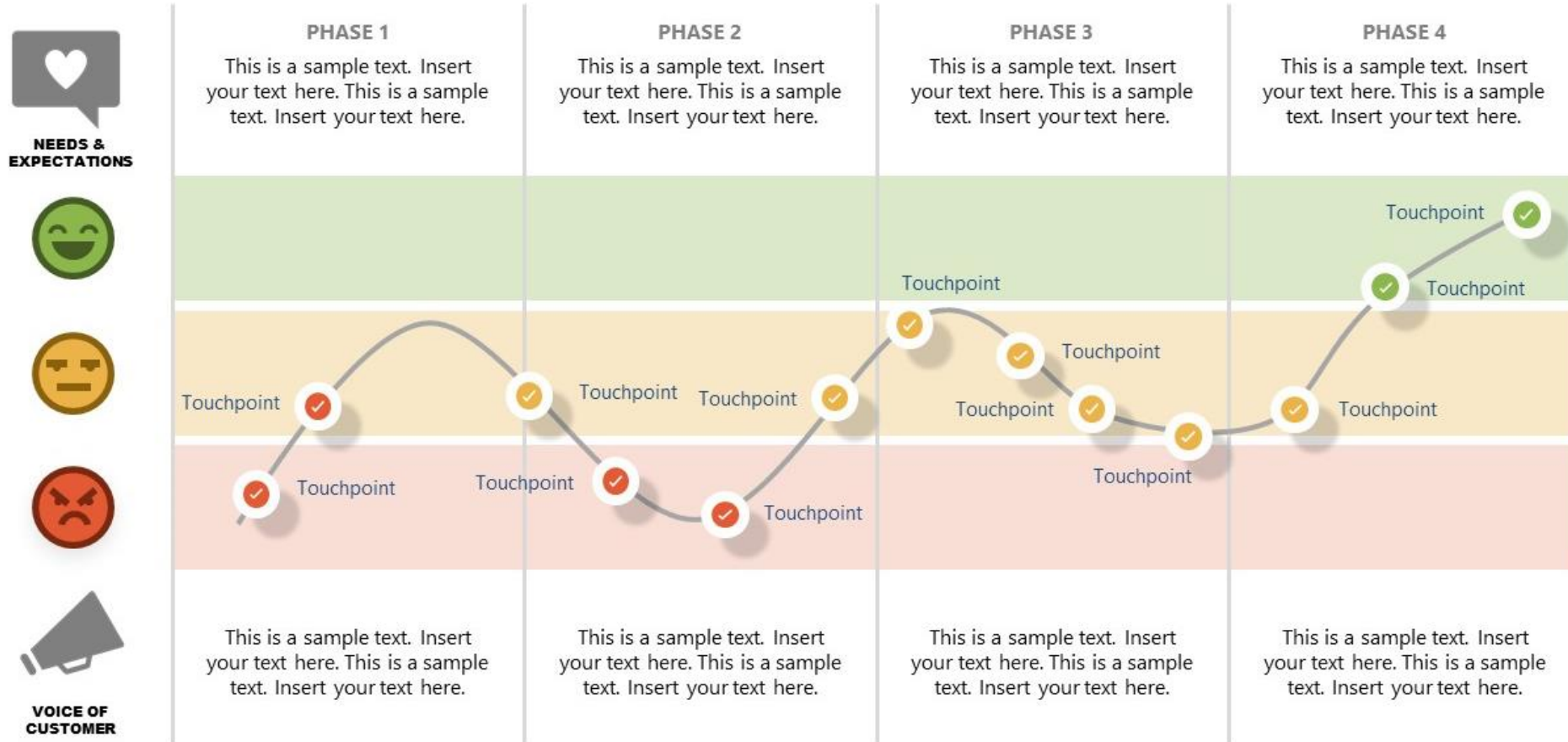
Det er en litt mindre detaljert oversikt, men som likevel strukturer reisen. Modellen har ikke én fast mal, men avhenger av hva som er viktig å visualisere, som f.eks., humør, forventninger osv og dens formål er å orientere om kundens opplevelser gjennom tjenesten. Etter man har utført denne metoden finner man kanskje ut at man har behov for forskjellige ting i løpet av reisen

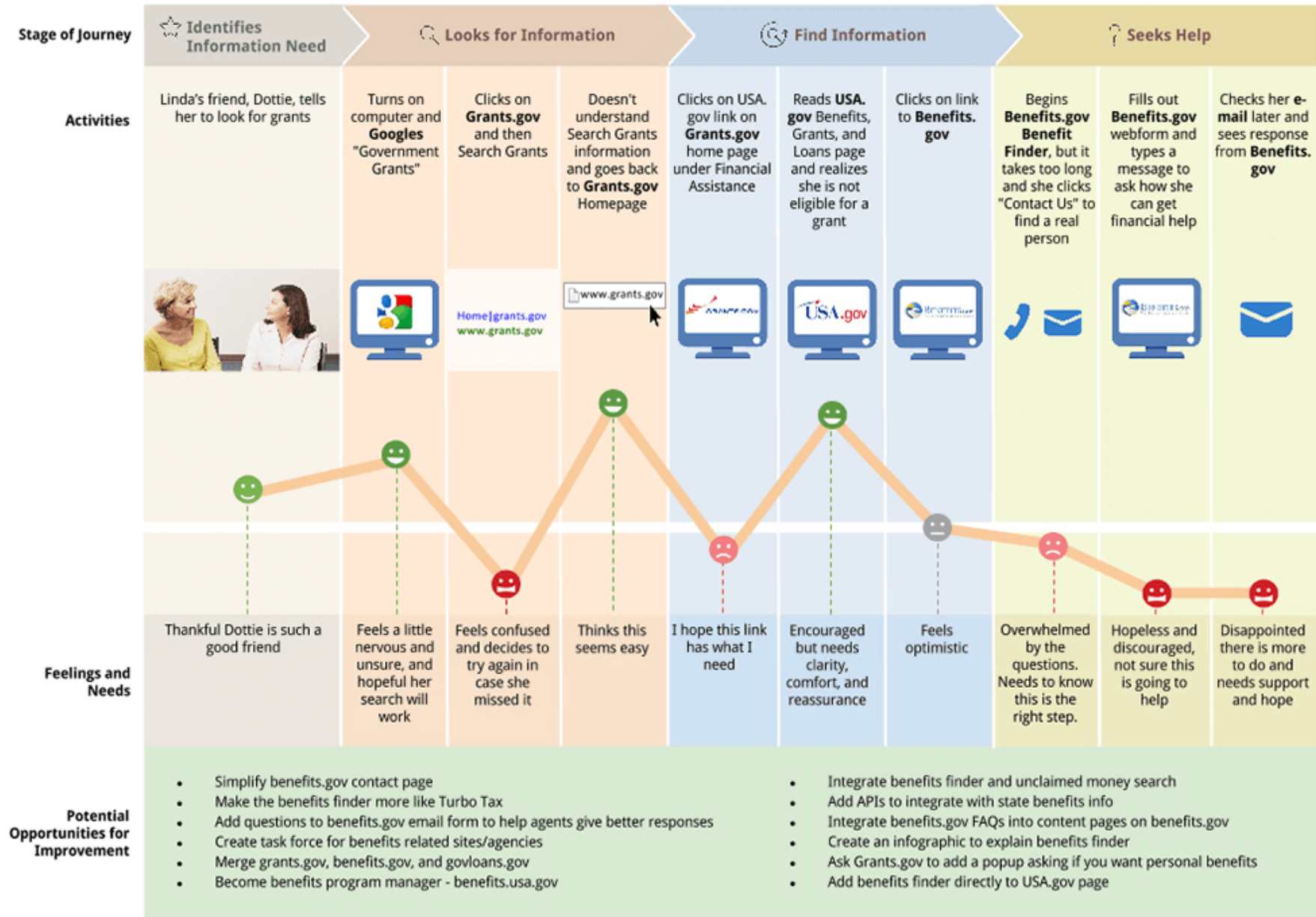
Man setter opp de ulike fasene i en tjeneste inn i matriser, som kan inkludere f.eks. humør, touchpoints, faser, objekter, forventninger, tanker osv.

Tidsaspektet er viktig ettersom en tjeneste varer over tid, var før tjenesten leveres, til underveis, til etter tjenesten er levert.



CUSTOMER JOURNEY MAPS – Eksempler:





1. Define user, goal and scope of the map

Scope and goal	A user journey map for users who are looking for cooking recipes online to prepare some quick meals					
Phases	...	...	...	...	...	...
User tasks and activities	• Action	• Action	• Action	• Action	• Action	• Action
Painpoints	• Painpoint	• Painpoint	• Painpoint	• Painpoint	• Painpoint	• Painpoint
Opportunities	• Opportunity	• Opportunity	• Opportunity	• Opportunity	• Opportunity	• Opportunity
Touchpoint	• Touchpoint	• Touchpoint	• Touchpoint	• Touchpoint	• Touchpoint	• Touchpoint



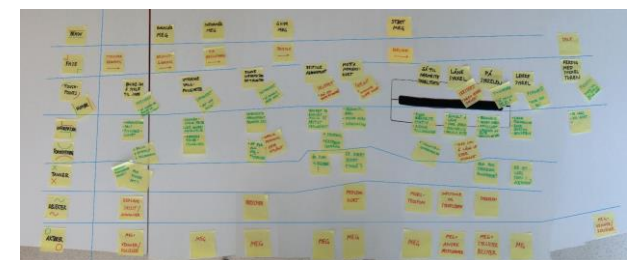
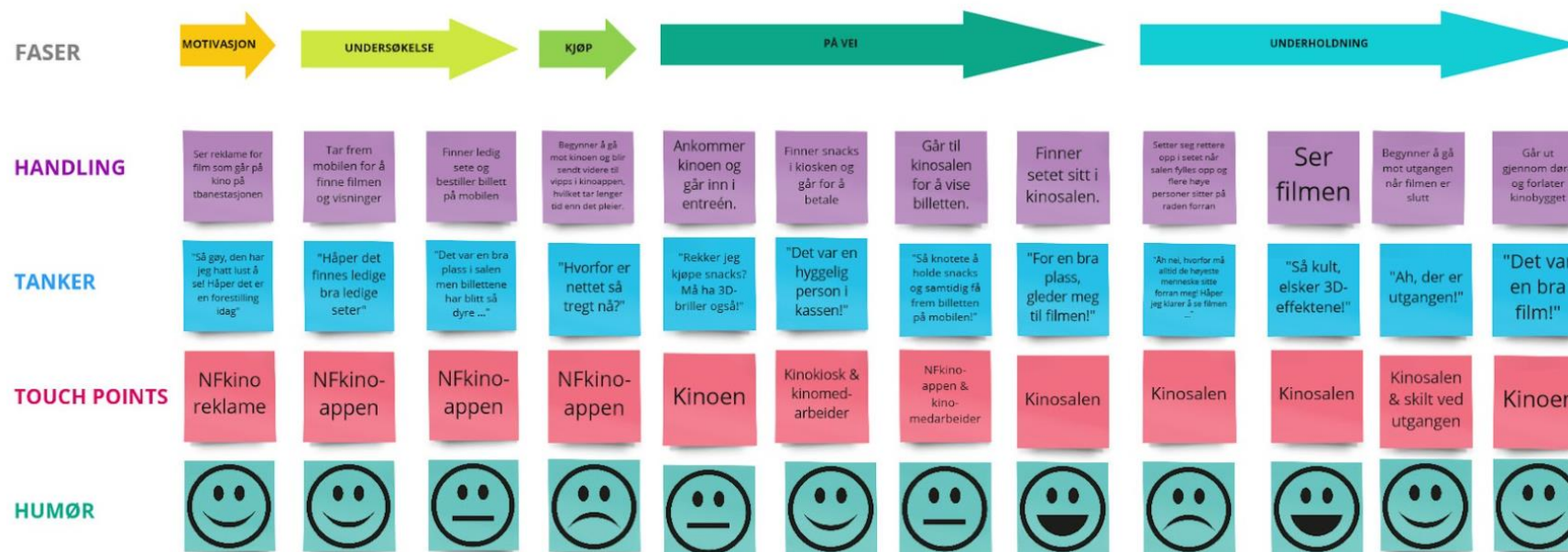
I GRUPPER:

Lag et Customer Journey Map for Voi.

Dere bestemmer selv hva dere mener er hensiktsmessig å inkludere i kartet, men dere MÅ ha med **Touchpoints** og **humør**.

Andre forslag er:

- Handling utført av kunden underveis i tjenesten hva kunden tenker, hvilke spørsmål vedkommende har
- hvilke objekter som inngår etc.
- Potensielle problemer som kan oppstå underveis



Utsette oblig?



Spørsmål?

