

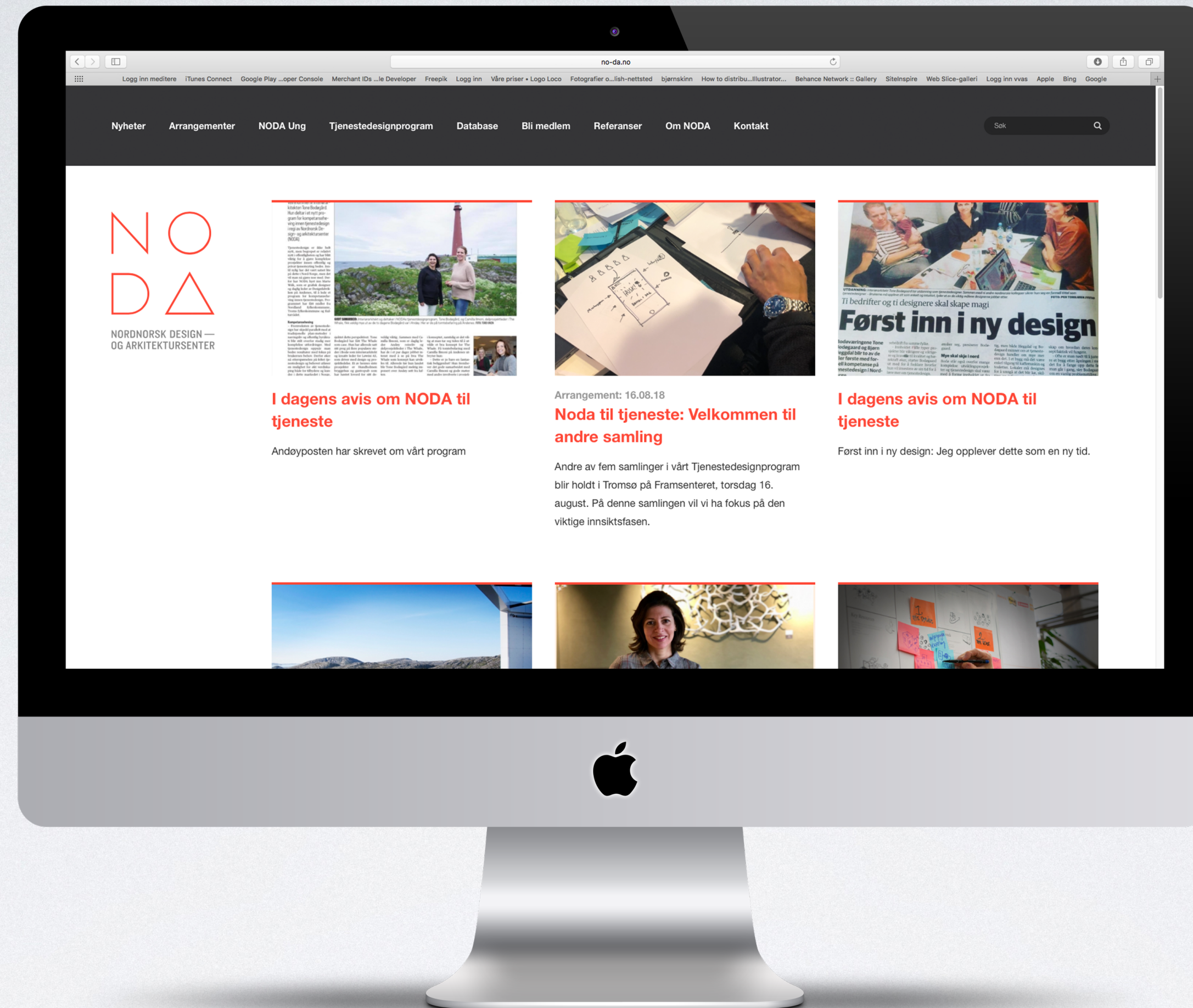
TIGERSEMINARET



TJENESTEDESIGN

NORDNORSK DESIGN- OG ARKITEKTURSENTER

N O D A



MARTE WIIK

NORDNORSK DESIGN OG ARKITEKTURSENTER

UTDANNELSE/ARBEID

- ✓ UNIVERSITY OF EAST LONDON, ENGLAND
- ✓ **WESTERDALS** SCHOOL OF COMMUNICATION, OSLO
- ✓ RØD TRÅD, TROMSØ
- ✓ ENZO FINGER DESIGN, OSLO (bl.a. m/Flytoget)
- ✓ DESIGNFABRIKKEN, ANDENES
- ✓ GRÜNDER **MEDITERE.NO** / App: Meditere med Marte
- ✓ PROSJEKTLEDER I **NODA TIL TJENESTE**

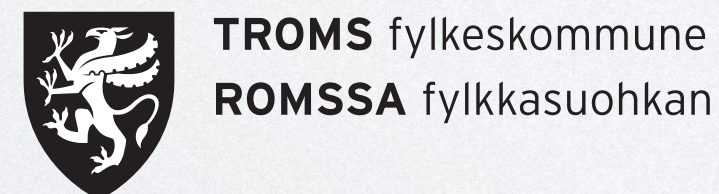
TJENESTE HVA?

TJENESTEDESIGN brukes til
utvikling, planlegging og organisering av
mennesker, infrastruktur og fysiske elementer.

Det er en metodisk og kreativ tilnærming for å levere
helhetlig, forståelig og attraktive tjenester
med **BRUKEREN** i sentrum.

NODA TIL TJENESTE

NODA har med støtte fra Norsk Kulturråd, Nordland fylkeskommune og Troms fylkeskommune, lansert Tjenstedesignprogrammet **NODA til tjeneste**, for å tilby bedrifter og organisasjoner faglig kompetanseheving og bedre vilkår for vekst og utvikling.





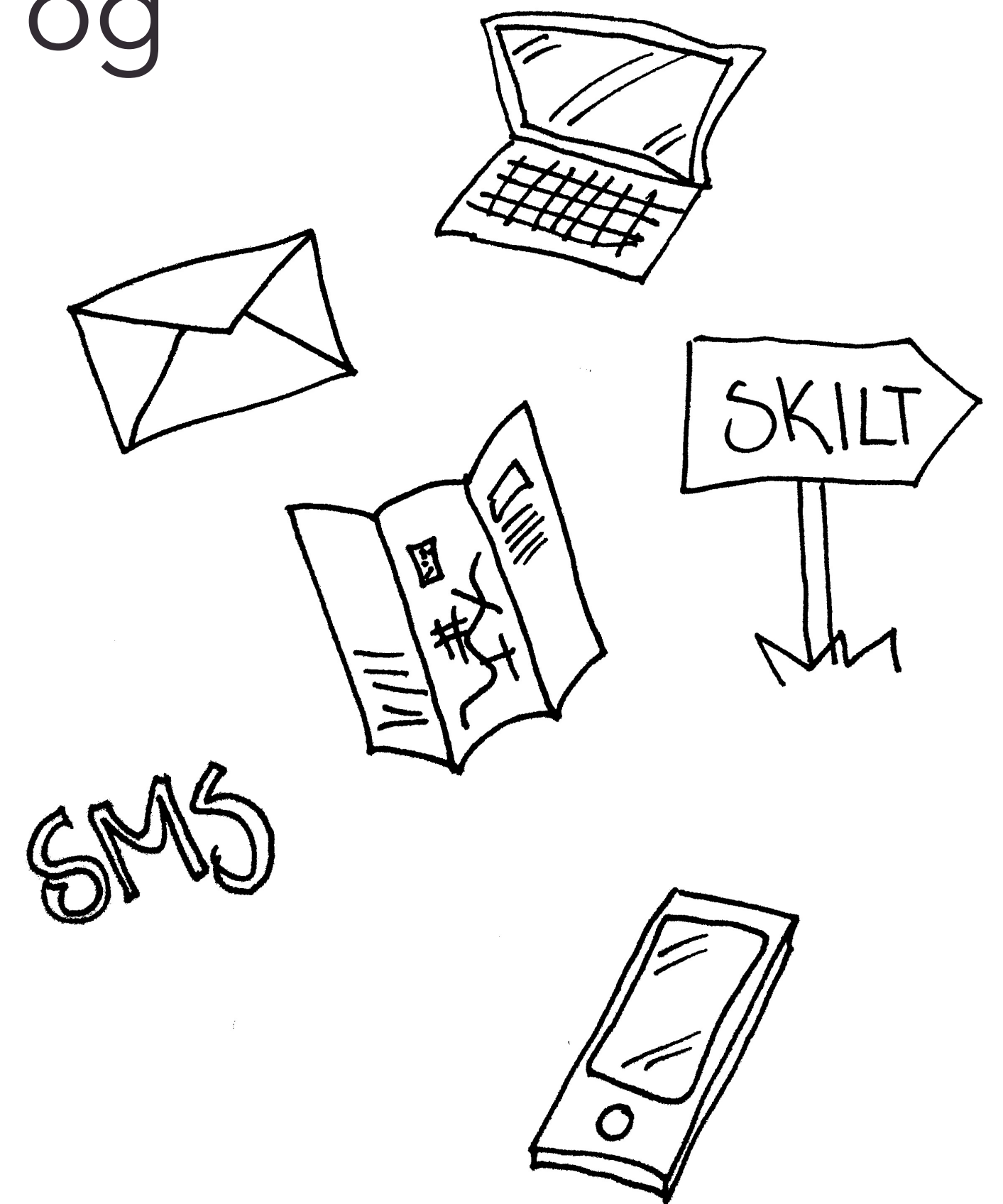
10 designere i Troms og Nordland utdanner seg nå til å bli Tjenestedesignere.

- 10 bedrifter i **Nordland** og **Troms** deltar med egen case.
- Designerne skal lære å ta i bruk tjenestedesign både som **metode** og **verktøy**.
- Målet er et gjennomført designprosjekt i startfasen av et lengre innovativt løp.



HVA ER EN TJENESTE

- ✓ Eks. en togreise, besøke biblioteket og handle på nett.
- ✓ Det **offentlige** leverer **tjenester**.
- ✓ I Norge jobber ca. **80%** i tjenesteytende sektor.



VISSTE DU AT:

TJENESTER UTGJØR **2/3** AV
NORGES BRUTTONASJONALPRODUKT

OG REPRESENTERER
CA. 70% AV NORGES VERDISKAPNING

“Undersøkelser viser at offentlige oppgaver ikke løses med utgangspunkt i **brukernes** behov, men i stedet tar utgangspunkt i **virksomhetenes** behov.

Tjenestedesign er en metodikk som har vist seg å være et **nyttig verktøy** for å styrke **innovasjonsarbeidet** både i offentlig og privat sektor.”

TJENESTEDESIGN

- ✓ Setter **brukeren** i sentrum og ser tjenesten fra brukerens perspektiv.
- ✓ Kartlegger alle **kontaktpunktene** mellom brukeren og tjenesten.
- ✓ Gjør den mer **brukervennlig, nyttig, effektiv og attraktiv.**

BRUKERENS PERSPEKTIV



GOD TJENESTE = VERDI?

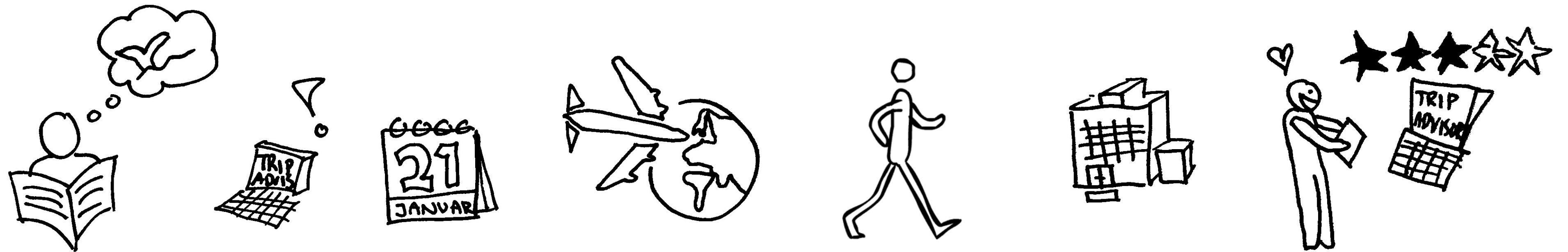
Å utføre en tjeneste betyr å hjelpe noen.

Hjelp oppnås ved overføring av **verdi**.

Brukerens opplevelse av verdi = **tjenestens verdi**

TILBYR OPPLEVELSER SOM SKJER OVER TID OG
PÅ FORSKJELLIGE **KONTAKTPUNKT**.

KONTAKTPUNKT ER DER BRUKEREN MØTER
TJENESTEN.



GODT EKSEMPEL:

FLYTOGET

- Britt 30, har reist før, så hun bruker **appen** for å planlegge reisen. Ankommer **Oslo S** og sjekker **avgangstavla**. Hun reiser billettløst, drar kredittkortet i **kortleseren** på stasjonen før hun går om bord. På Oslo Lufthavn drar hun det samme kortet igjen for å passere **sperringene**.
- På toget går flytogets **personale** gjennom toget hvis noen lurere på noe.
- Etter turen går hun på **websiden** og registrer seg for å få en kvittering.

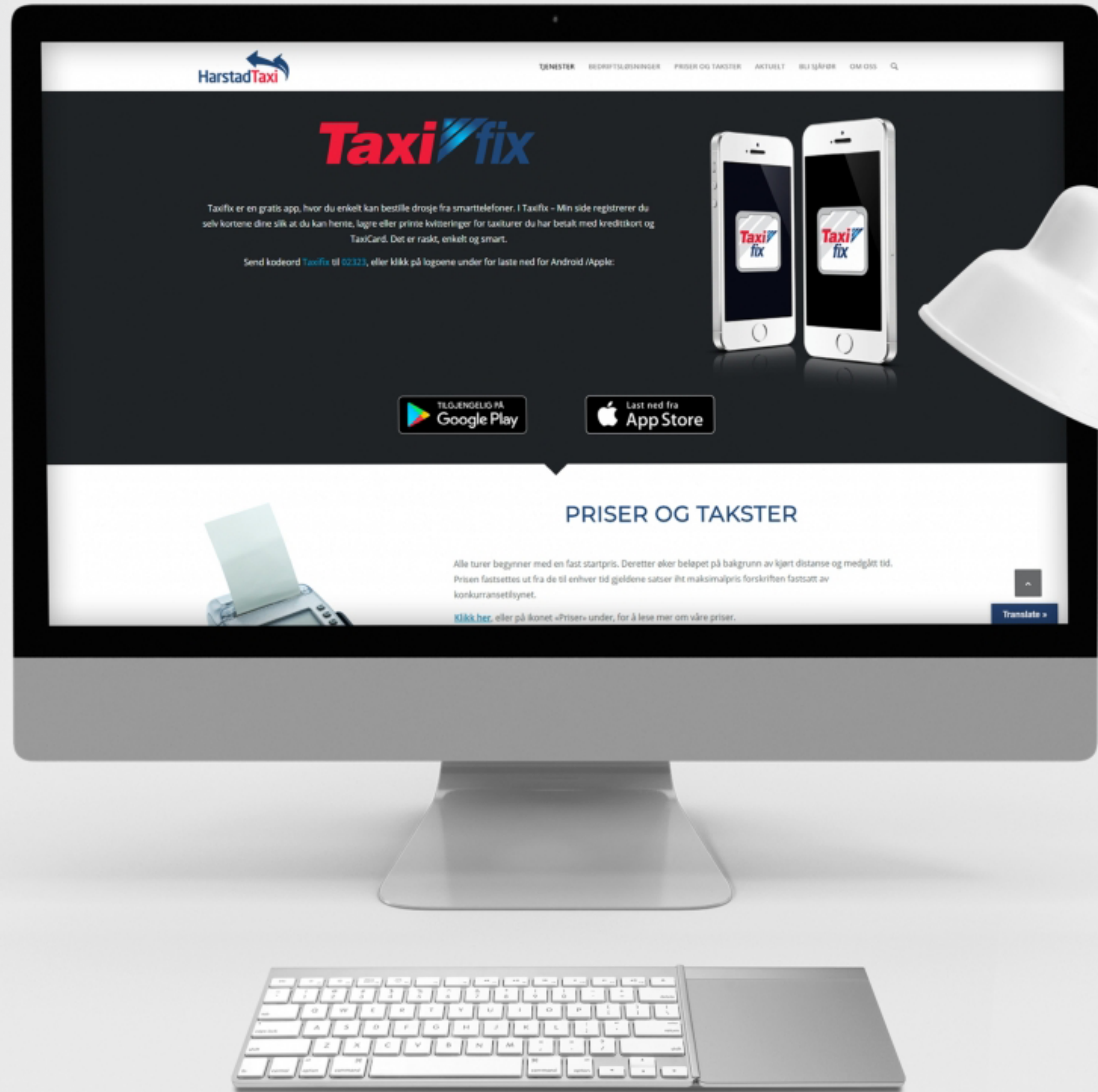


TJENESTEDESIGN VIRKER

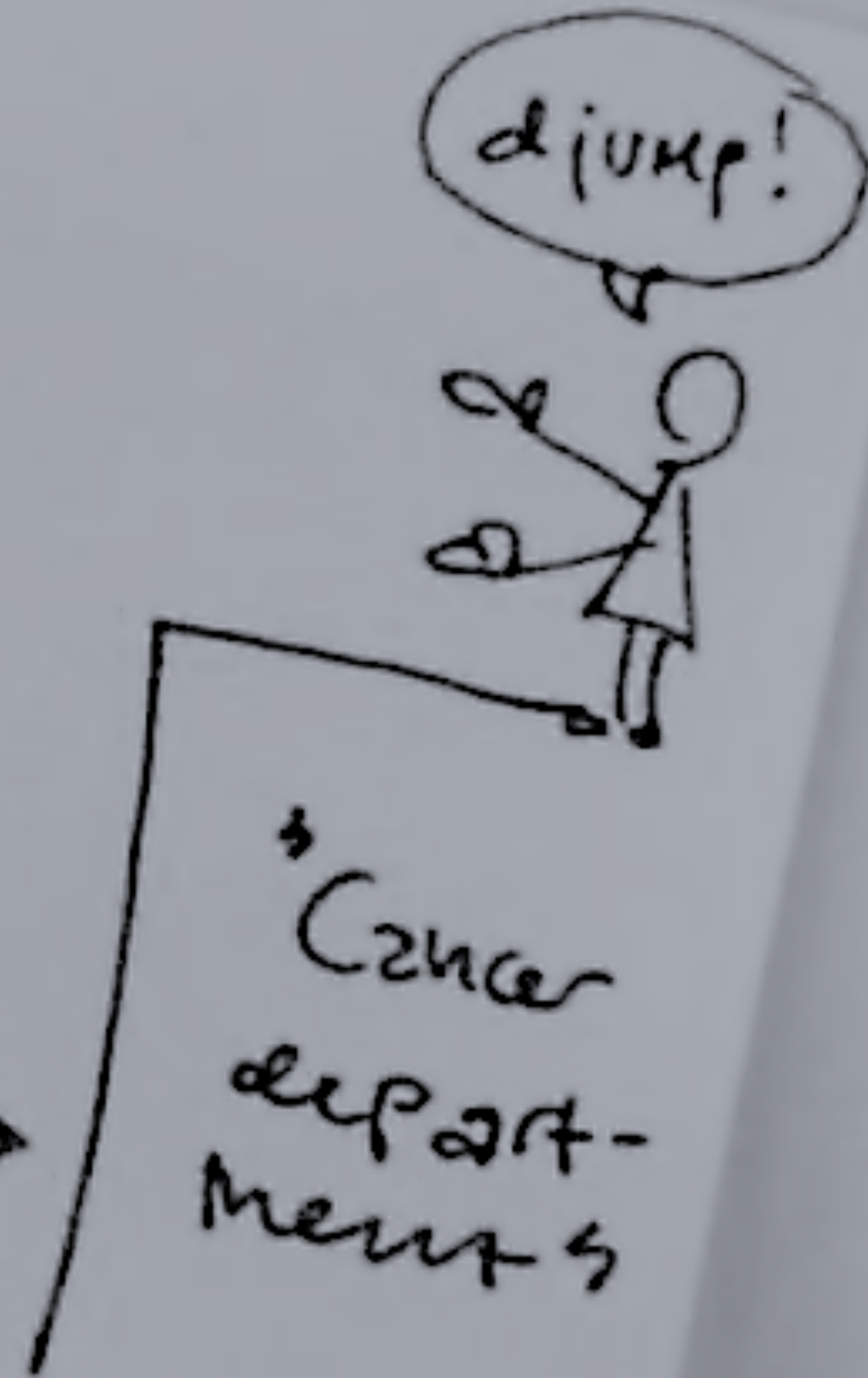
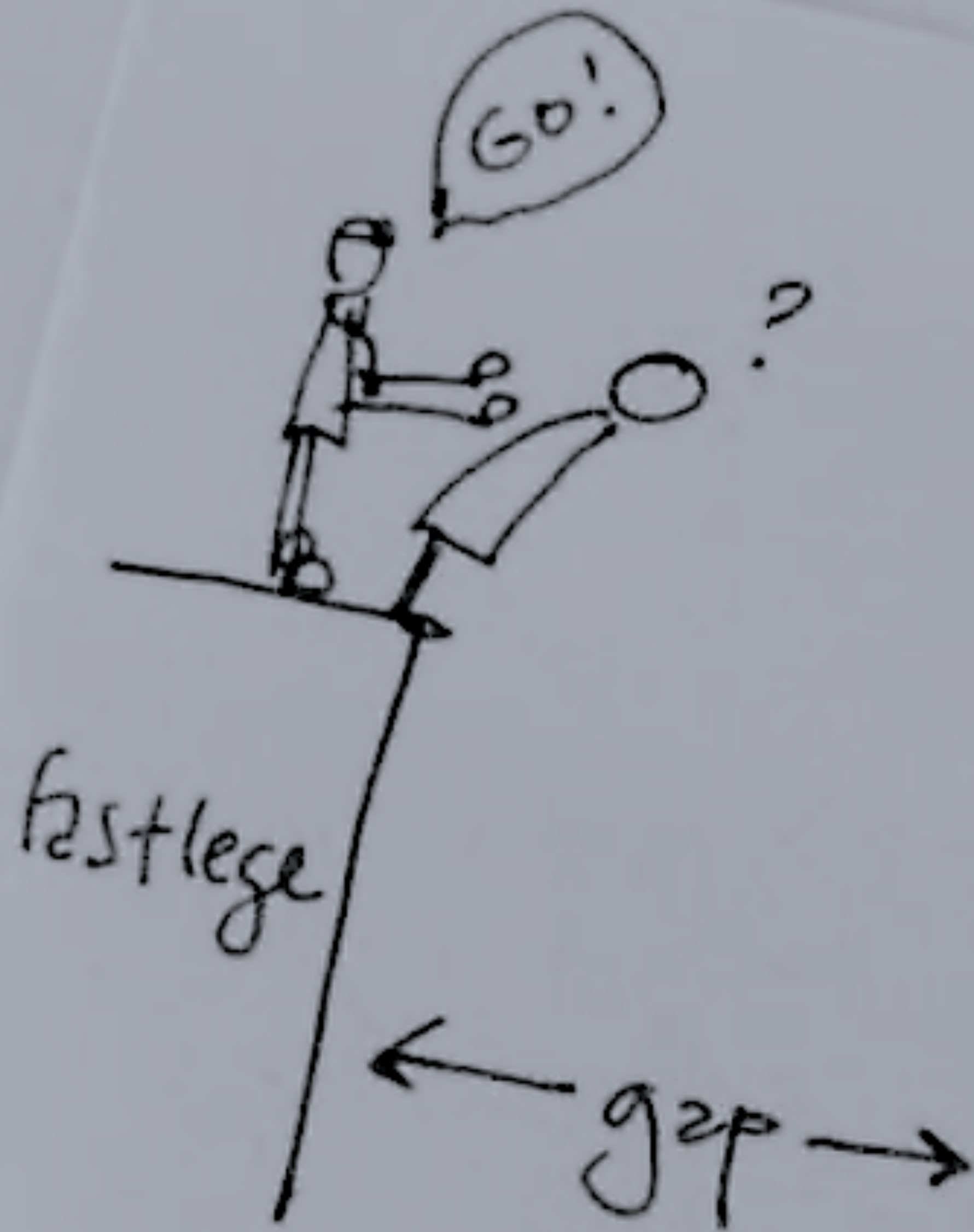
- **UTDANNINGSETATEN** tok utgangspunkt i elevenes beskrivelser av **ideelt utdanningsløp** og fikk en ny opplæringsmodell som applauderes av elever og arbeidsliv.
- **OSLO UNIVERSITETSSYKEHUS** reduserte ventetiden på utredning og behandling av brystkreft med **90%** fordi de tok utgangspunkt i **pasientens behov**.
- **SKIEN KOMMUNE** oppnådde en besparelse på **5-10 mill kroner** etter en prosess ledet av tjenstedesignere og involvering av alle ansatte i sin omsorgstjeneste.

FLERE GODE EKSEPLER

- Taxifix
- Airbnb
- NAV
- Oslo lufthavn
- Oslo bysykkel
- Gjensidig forsikring
- Altinn







Kvinnen er en pasient i det hun oppdager en **kul i brystet**, mens for OUS blir hun først en pasient når hun får en **kreftdiagnose**.

- **HVORDAN OPPLEVER DU...?**
- **HVA HAR DU BEHOV FOR...?**
- **HVA SKULLE VÆRT ANNERLEDES?**
 - **HVA ER VANSKELIG?**
- *HVORFOR, HVORFOR, HVORFOR?*

TJENESTEDESIGN SKILLER
SEG FRA ANDRE
METODIKKER VED AT
DEN ER **BRUKERSENTRETT**
OG **HELHETLIG**

Tjenestedesign bruker smarte **verktøy** og **metoder** for å oppnå innsikt i menneskers **behov, adferd** og **holdninger**.

- Bl.a kartleggingsteknikker, observasjoner, dybdeintervjuer, utvikling av personas m.m.



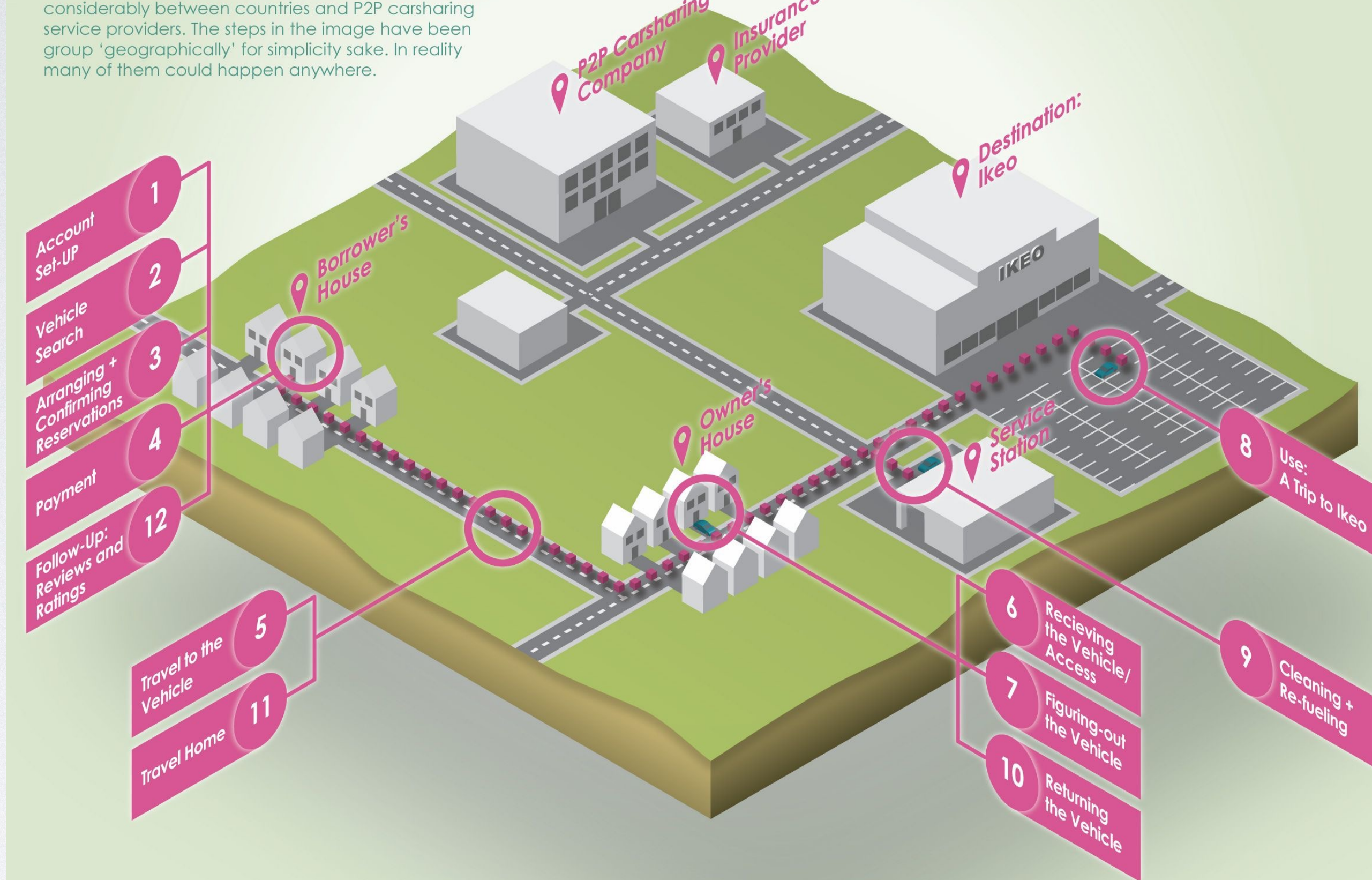
Det mest særegne med tjenstedesignmetodikken er fokuset på **visualisering**.



Visuell fremstilling bidrar til å **håndgripeliggjøre** tjenesten, og presenterer innsikter på en mer **forståelig måte.**



Gjennom **visualisering** får man frem viktige elementer ved ideen som kan være *vanskelig å beskrive med ord.*



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
BORROWER	Account Set-Up Online Creates account, must fulfill eligibility requirements (license check, etc.) and sets up profile. Evidence: Online profile.	Vehicle Search Online Searches through the online listings for a vehicle that meets their needs and is available at the desired time.	Arranging + Confirming Reservation Online Makes requests to owners and waits for confirmation (if necessary). Some systems do not need confirmation from the owner - they allow instant rental if the vehicle is available.	Payment Online Makes payment to the platform.	Travel to Vehicle In-person Gets to the agreed upon pick-up spot: walk, bike, public transit, taxi, etc...	Vehicle Hand-over/Access In-person w/ car and the owner* Key Exchange: Meets the owner and receives the keys. Keyless: The vehicle is equipped with a "car kit" that allows remote access - no need to meet owner.	Figuring-out the Vehicle In-person w/ car and the owner* Gets accustomed to the layout and controls and customizes (ie: adjusting the seat) the vehicle to their preferences. * the owner may or may not be present.	Use In-person w/ car Drives the vehicle: in this scenario, to Ikea. The use phase can involve a variety of things, but can be simplified down to driving, parking and being out of the vehicle.	Cleaning + Re-fueling (if required) In-person w/ car Returns the vehicle to the condition it was received in. This may include cleaning and re-fueling, although some services include gas in the rental price.	Returning the Vehicle In-person w/ car and the owner* Drops the vehicle off at the agreed upon spot and returns the keys to the driver (if necessary). * the owner may or may not be present.	Travel Home In-person Travels back home: walk, bike, public transit, taxi, etc...	Follow-Up Online Rates and reviews the experience (the owner and the vehicle) online.
OWNER			Reviews borrower's profile and request, and decides to accept or deny it (if necessary).	Receives their portion of the payment (between 40% - 100%) from the platform. Usually this is paid out on a weekly or monthly schedule.		Ensures the vehicle is in the agreed upon place. Meets the borrower and hands over the keys (if necessary). Some systems require a vehicle	Explains the controls and idiosyncracies of the vehicle (optional)			Receives the keys and checks the vehicle to see if it is the same condition that it was handing over in.		Rates their experience with the borrower.

considerably between countries and P2P carsharing service providers. The steps in the image have been group 'geographically' for simplicity sake. In reality many of them could happen anywhere.

PRINSIPPER

01. BRUKERSENTRERT

Skap meningsfulle tjenester ved å fokusere på brukernes behov.

02. SAMSKAPENDE

Involver alle interessenter for å sikre riktig kompetanse, engasjement og eierskap. På tvers av siloene.

03. HELHETLIG

For å skape nyttige tjenester som folk tar i bruk, må vi forstå helheten.

04. VISUELT

Visualiser informasjon og ideer for å forenkle og skape felles forståelse.

05. TESTET

Lag prototyper kontinuerlig gjennom prosessen for å hjelpe og videreutvikle løsninger.

EKSEMPEL

TJENESTEREISE

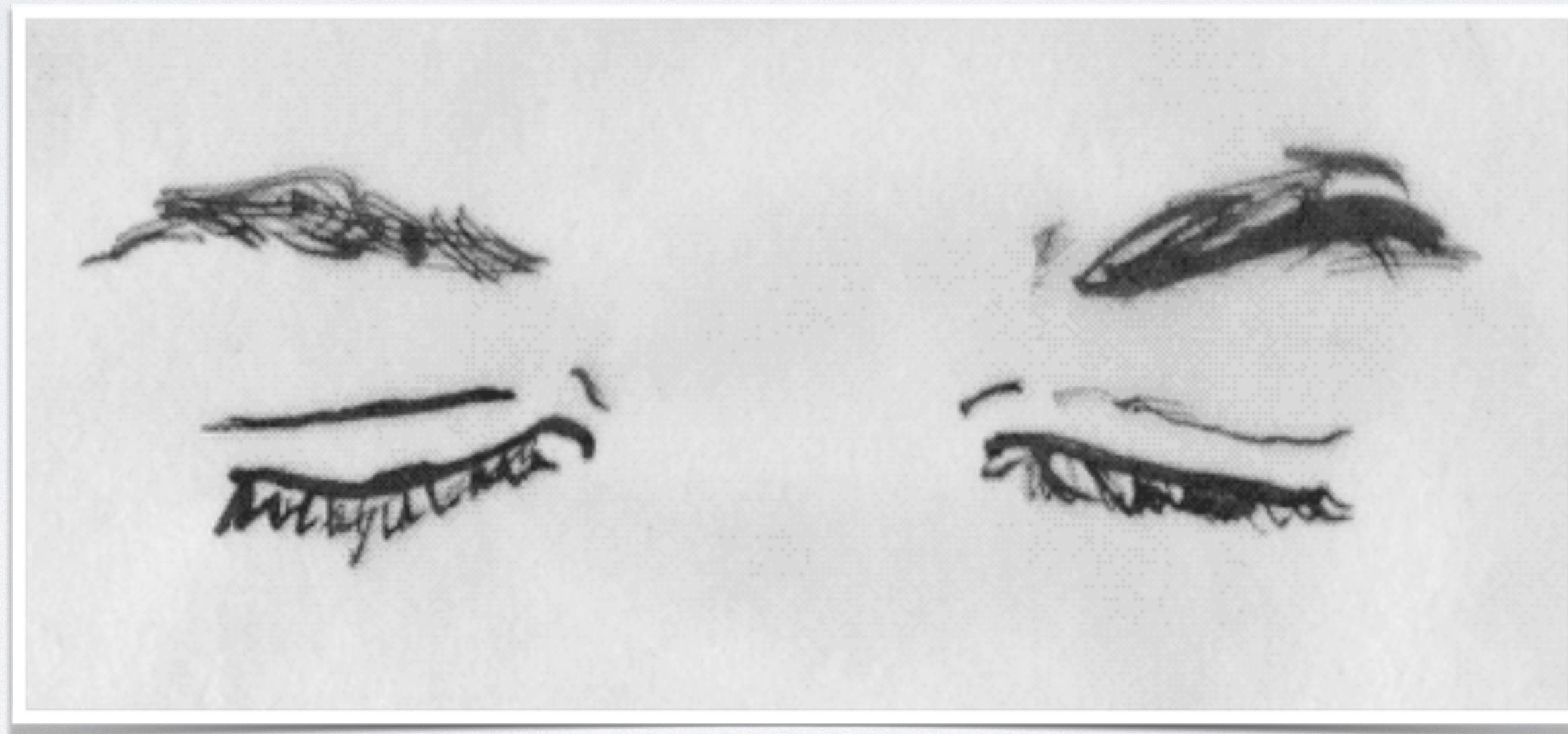
ANDØY SOM REISELIVSDESTINASJON

EKSEMPEL



1. BRUKERSENTRETT

– TJENESTEN SKAL OPPLEVES
GJENNOM BRUKERENS ØYNE.



2. SAMSKAPING

– INVITERE OGSÅ DE SOM YTER
TJENESTEN INN I **KUNDEROLLEN.**

TJENESTEDESIGN

FORBEDRER

KVALITET, SAMHANDLING OG

KOMMUNIKASJON



TAKK FOR MEG

NORDNORSK DESIGN- OG ARKITEKTURSENTER