

A silhouette of a person in a suit holding a large, glowing lightbulb against a cloudy sky. The lightbulb is the central focus, emitting a warm, yellow light. The person's hands are visible, supporting the bulb from below. The background is a bright blue sky with scattered white clouds.

Service design i ett nötskal – principer, verktyg, möjligheter

Elina Vartama
Yrkehögskolan Novia
28.4.2021

Innehåll

1. Design Thinking
2. Bakgrund till service design
3. Olika nivåer av service design
4. Principer för service design
5. Service design processmodeller
6. Centrala metoder och verktyg
7. Referenser

1. Design Thinking

Design Thinking 1/5

- Service design baserar sig på design thinking, som är ett människocentrerat tillvägagångssätt för att svara på olika utmaningar om utveckling.
- Försöker förstå användaren och alla omständigheter som påverkar fenomenet.
- Det är också ett sätt att tänka utanför ramarna och hitta nya sätt att närma sig frågor genom att
 - pröva om
 - ifrågasätta konventionella sätt att tänka
 - kläcka idéer
 - samskapa

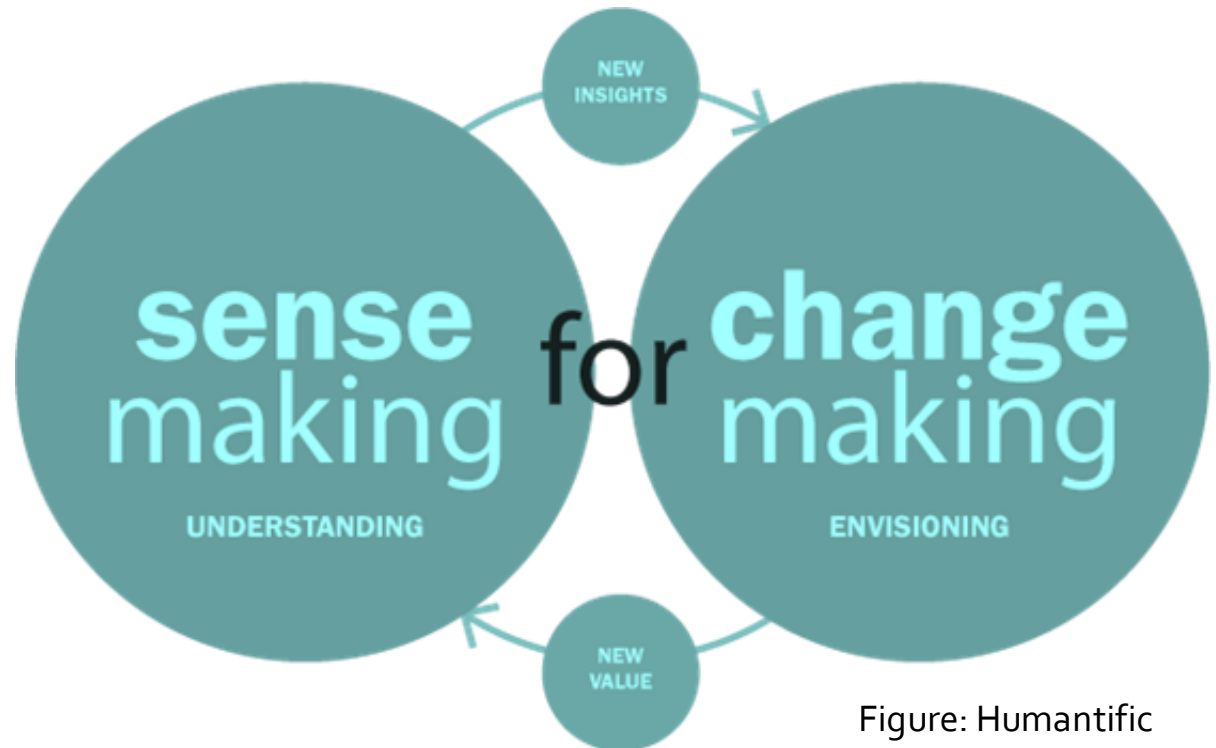


Figure: Humantific

Design Thinking ^{2/5}

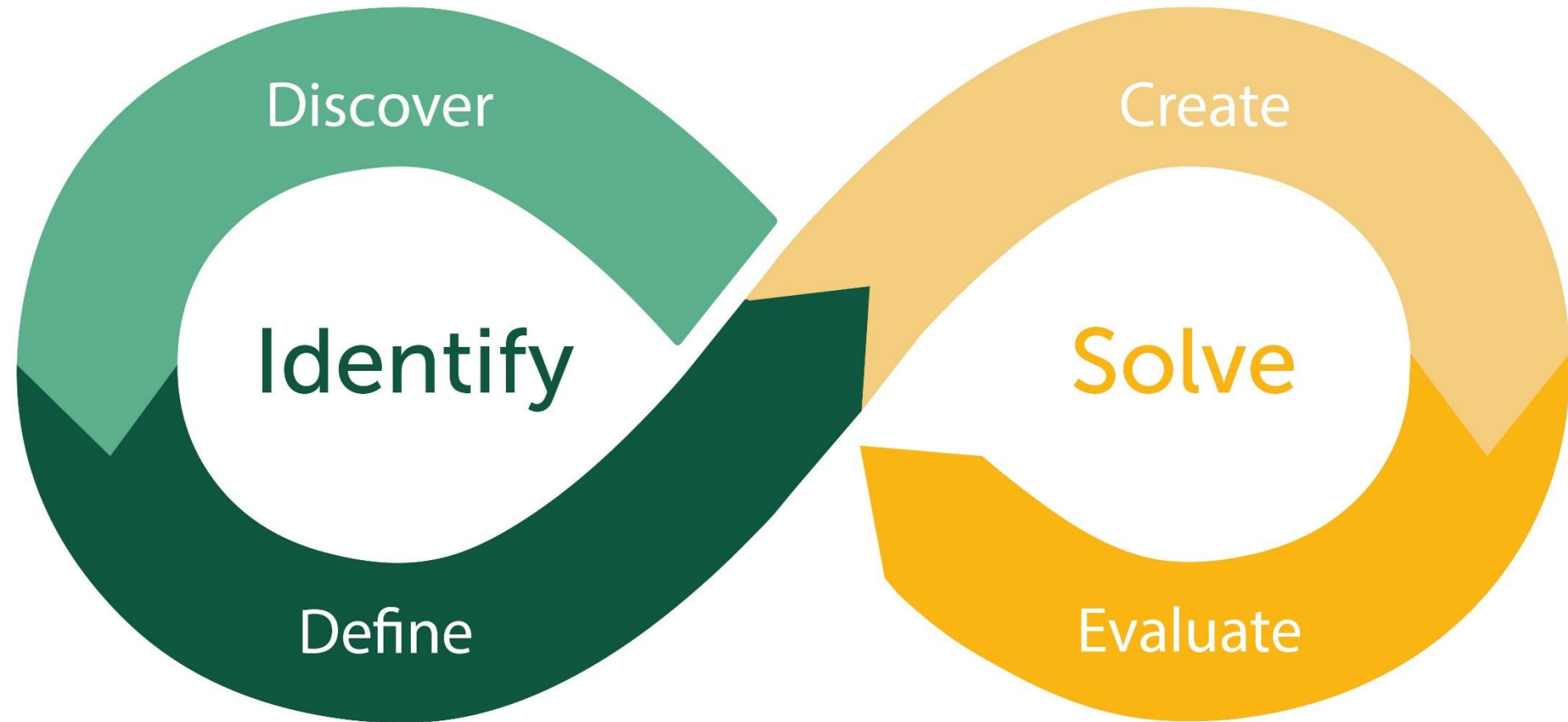
- Designtänkande är, förutom själva designfunktionen, en organisations förmåga att agera **kreativt och proaktivt**, anpassa dess verksamhet till **förändringar** och tillhandahålla verktyg för att hantera förändring.
- Designtänkande är en del av ett företags eller organisationens förmåga att producera **nytt innehåll, utveckla verksamheten** genom att förutse och göra prototyper och utföra utvecklingsarbete **över** sektoriella och organisatoriska **gränser**.
- Designtänkande möjliggör problemlösningsaktiviteter, och utnyttjar **mångprofessionell expertis** genom att använda **kreativa, visuella och konkretiserande metoder**.
- Designtänkande och designmetoder möjliggör nya lösningar och praxis ur hela personalens perspektiv, inte bara ur den utbildade designerns synvinkel.
- Syftet med designtänkande är att producera många **innovationer**.

Design Thinking 3/5

- I sin kärna kan designtänkande tolkas som ett kreativt tillvägagångssätt till problemlösning - eller som ett **systematiskt och kollaborativt** sätt för att identifiera och kreativt lösa problem.
- Termen designtänkande betyder helt enkelt att man närmar till problem och potentiella lösningar, som en designer skulle göra.
- Karakteristisk för designtänkande är att det medvetet inte är linjär, utan problemen utforskas och löses **genom iteration**.
- Möjliga lösningar genereras snabbt och enkla prototyper utvecklas till initiala lösningar, som utvärderas baserat på extern feedback - mot en slutlig lösning.
- Designtänkande innehåller två huvudfaser: att identifiera problem och lösa problem (figur på nästa bild).

Luchs 2016, 1-2.

Design Thinking 4/5



Design Thinking 5/5

Att närma sig problem från en designsynvinkel:

- **Holistiskt** tänkande:
 - Att försöka förstå samband mellan människor, saker och system.
 - Att se nära och långt ifrån olika perspektiv.
- Att **förstå** kundernas upplevelser och känslor, hitta de verkliga behoven.
- **Experimentellt**:
 - Snabba experiment, prototyp, i praktiken ("misslyckas snabbt").
- **Konceptdesign** av alternativa möjligheter och lösningar.

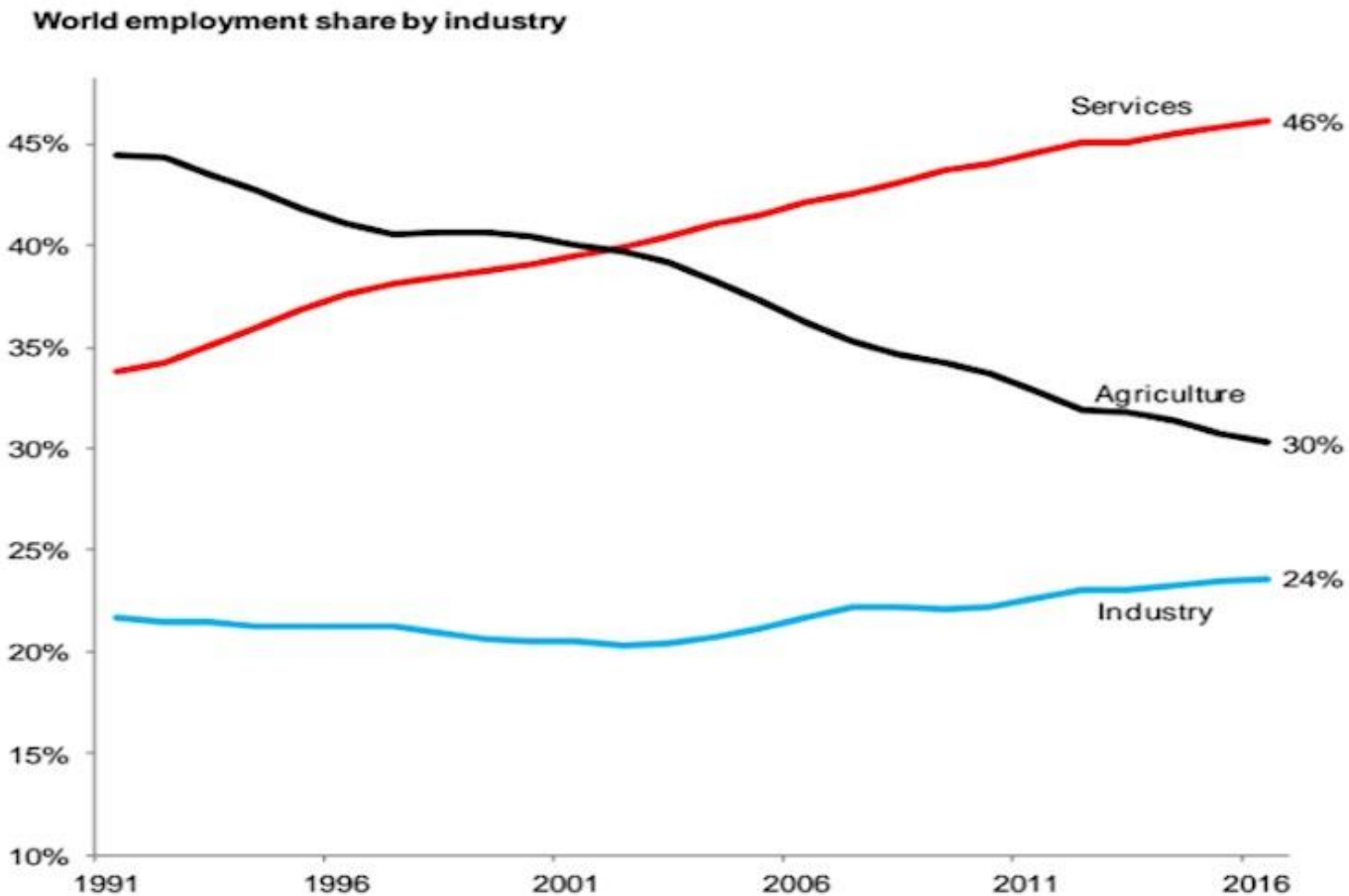
2. Bakgrund till Service Design

Bakgrund till service design 1/4

- Tjänstesektorn spelar alltmer större roll i den totala produktionen och sysselsättningen i den globala ekonomin.
- Sysselsättningen inom tjänster har globalt ökat från 34 % 1991 till 46% 2016.
- Under de senaste 25 åren har ungefär 75% av de nya arbetstillfällena (en miljard) som skapats i världen varit inom tjänster.
- "Tjänster har ökat dramatiskt i betydelse och blir alltmer dominerande när det gäller att utforma utsikterna för global tillväxt" (Macquarie-team 2016).
- Andelen bruttonationalprodukt (BNP) för tjänster har ökat under de senaste fyra decennierna i både utvecklade länder och i tillväxtekonomier.
- <https://nordic.businessinsider.com/new-global-economic-order-services-versus-infrastructure-2016-5?r=US&IR=T>

Bakgrund till service design 2/4

Fig 5 Services share of global employment has increased



Source: ILO, Macquarie Research, May 2016

<https://nordic.businessinsider.com/new-global-economic-order-services-versus-infrastructure-2016-5?r=US&IR=T>

- Sysselsättning i tjänstesektorn 1991 – 2020: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.SRV.EMPL14ZS>

Bakgrund till service design 3/4

Den tjänstedominanta logiken

- Istället för den tidigare industri- eller godsdominanta logiken, ändrades tänkesättet till den tjänstedominanta logiken inom marknadsföring och affärsverksamhet 2004 =>
 - Service är den fundamentala grunden för utbyte.
 - Kunden/användaren är alltid en samskapare av värde.
 - Värdet är alltid unikt för användaren och baserar sig på användarens erfarenhet.

Bakgrund till service design 4/4

Den tjänstedominanta logiken

- Enligt det tjänstedominanta tankesättet ses alla varor och verksamheter som tjänster. Tjänster finns inom olika områden, typiskt för alla dessa är att tjänsten kan kategoriseras enligt de tre egenskaperna:
 - **Immateriell**: Något som inte kan beröras som ett föremål.
 - **Samtidig**: Produktion och konsumtion sker samtidigt.
 - **Heterogen**: Värdet skiljer sig från person till person.

Lusch, R.F. & Vargo, S.L. 2014, 15.

Den kunddominanta logiken

- Numera har man börjat tala om **den kunddominanta logiken**, där tjänster inte kan utvecklas utan medverkan av kunden och där helhetsupplevelsen beaktas.

3. Olika nivåer av service design

Olika nivåer av service design ^{1/2}

Användning av service design på olika nivåer i en organisation



Strategisk nivå

- Service design används för att sätta upp vision, mål och riktlinjer på högsta nivå för utvecklingen av organisationens serviceverksamhet, kundupplevelse och serviceerbjudande.
- På denna nivå är idén till att använda tjänstedesign att förnya och utveckla framtida riktlinjer för att få en konkurrensfördel på marknaden.

Systemnivå

- Fokus ligger på att utveckla tjänster och kundupplevelsen på toppnivå. Målet är att ta fram omfattande policyer som kan användas för att uppnå en konsekvent kundupplevelse och för att förbättra serviceutvecklingen i olika kanaler.

- På denna nivå med service design påverkas också skapandet av gynnsamma förutsättningar för innovation inom organisationen, både när det gäller kultur och verksamhetsmodeller.

Kundgränssnittsnivå

- Service design används för att utveckla tjänster och interaktioner.

Koivisto et al. 2019, 54-61.

Olika nivåer av service design ^{2/2}

- Mer specifikt kan utvecklingsmålen där service design kan användas i organisationer delas in i fem enheter:



- När service design används på alla nivåer i organisationen är påverkan och nyttan större.

Koivisto et al. 2019, 54-61.

4. Principer för service design

Principer för Service Design 1/7

Definitioner

- “Service Design” helps to innovate (create new) or improve (existing) services to make them more useful, usable, desirable for clients and efficient as well as effective for organisations. It’s a new **holistic, multi-disciplinary, integrative** field.” (Stefan Moritz 2005)
- “Service Design is the application of established design process and skills to the development of services. It is a **creative and practical way** to improve existing services and innovate new ones.” (Live!Work 2010, in Stickdorn & Schneider 2011,30)

Principer för service design 2/7

1	Människocentrerat	Alla människor (grupper) som berörs av tjänsten borde beaktas.
2	Samskapande	Intressenter med olika bakgrunder och funktioner bör vara aktivt engagerade i servicedesignprocessen.
3	Iterativt	Service design är en utforskande, anpassningsbar och experimentell strategi som upprepas mot implementering.
4	Successiv	Tjänsten ska visualiseras och organiseras som en sekvens av sammanhängande åtgärder.
5	Verklig	Behov bör undersökas i verkligheten, idéer testas i verkligheten och immateriella värden bevisas i en fysisk eller digital verklighet.
6	Holistisk	Tjänster bör på ett hållbart sätt tillgodose behoven hos alla intressenter, genom hela tjänsten och över hela verksamheten.

Principer för service design 3/7

Kundfokus / Användarorientering

- På grund av olika förändringar i samhället, så som
 - Tillgång till information
 - Digitalisering
 - Global syn
 - Nätverk
 - Empowerment
 - Aktivism
 - Pandemi
- Har kunden förändrats
 - Från isolerad till ansluten
 - Från omedveten till informerad
 - Från passiv till aktiv och engagerad

Principer för service design 4/7

Kundfokus / Användarorientering

- Den digitala revolutionen har gjort kundernas efterfrågan på goda **upplevelser** ännu viktigare än tidigare.
- Ett nytt sätt att tänka på kunderna har blivit nödvändigt för **värdeskapandet** -> värdeskapande med kunderna istället för det traditionella sättet att utgå från organisationens behov.
- Organisationer kan inte längre agera självständigt med liten eller ingen medverkan av kunderna, utan tjänsterna (borde) skapas genom en interaktion mellan tjänsteleverantören, kunden och **övriga intressenter** (anhöriga, anställda, partners, leverantörer etc.)
- Intressenterna kan involveras i olika skeden av servicedesignprocessen för att utforska, definiera och skapa tjänsteerbjudandet.
- En av de kritiska aspekterna i designtänkande och tjänstedesign är **empati**, förmågan att relatera till andras känslor.
- Det är viktigt för ledarskap för service design att **förstå behoven** hos människor (anställda, kunder, andra intressenter) och känna igen kritiska situationer.

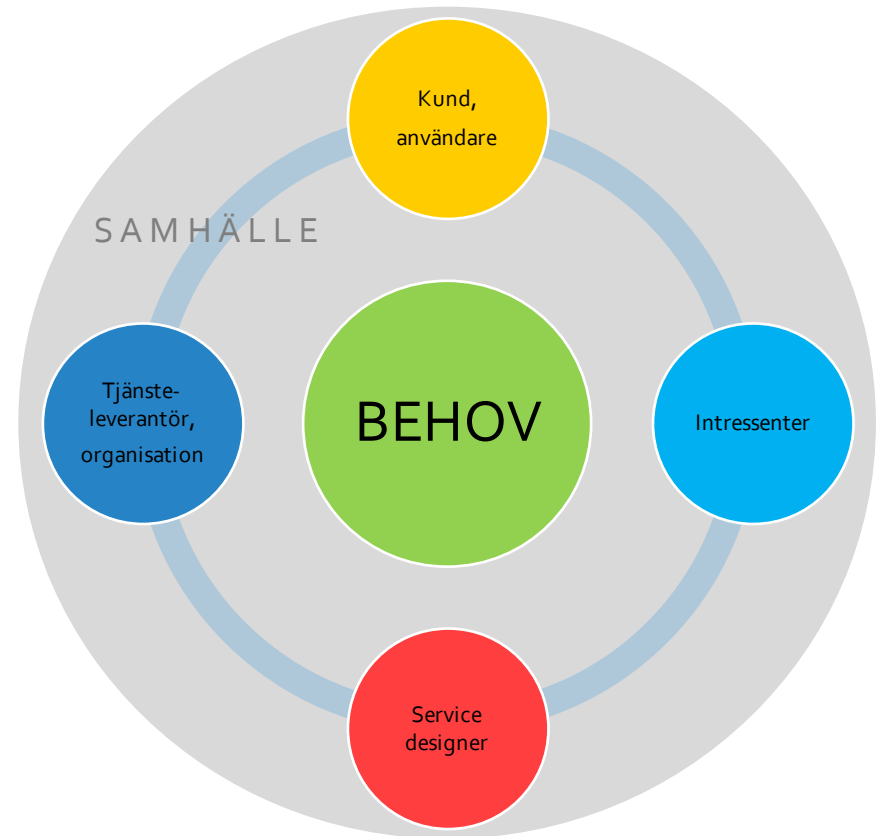
Principer för service design 5/7

Kundfokus / Användarorientering

- Organisationer drar nytta av interaktionen med kunderna på många sätt
 - Att lära sig av kunderna.
 - Nya idéer med större potential.
 - Mer nöjda kunder, som kan rekommendera tjänster till andra användare -> nya kunder.
 - Ökade intäkter.
- Skapande för, av och med kunden betyder att man kommer närmare kunden, vilket kräver
 - Djupare förståelse för nuvarande såväl som latenta kundbehov.
 - Förutse kundernas framtida behov.
 - Fördjupad kunskap om kundernas värderingar, nätverk och vanor.
 - Förstå vad som skapar värde för kunderna.

Principer för service design 6/7

- Målet är att förbättra existerande tjänster eller att utveckla nya tjänster – och att **skapa värde** för kunderna.
- Utgår från **kundernas behov** och strävar efter att involvera dem i utvecklingsprocessen.
- En **tvärfacklig** och **iterativ** arbetsmetod, där olika intressenter arbetar **tillsammans**.
- Tjänsterna planeras i **växelverkan** mellan olika aktörer - användare, tjänsteproducenten och olika intressenter.
- Tjänstedesigners använder olika **kreativa** metoder – facilitation, visualiseringar, snabba prototyper osv.



Principer för service design 7/7

Fördelen med symbiosen av kundbehov och affärsmål

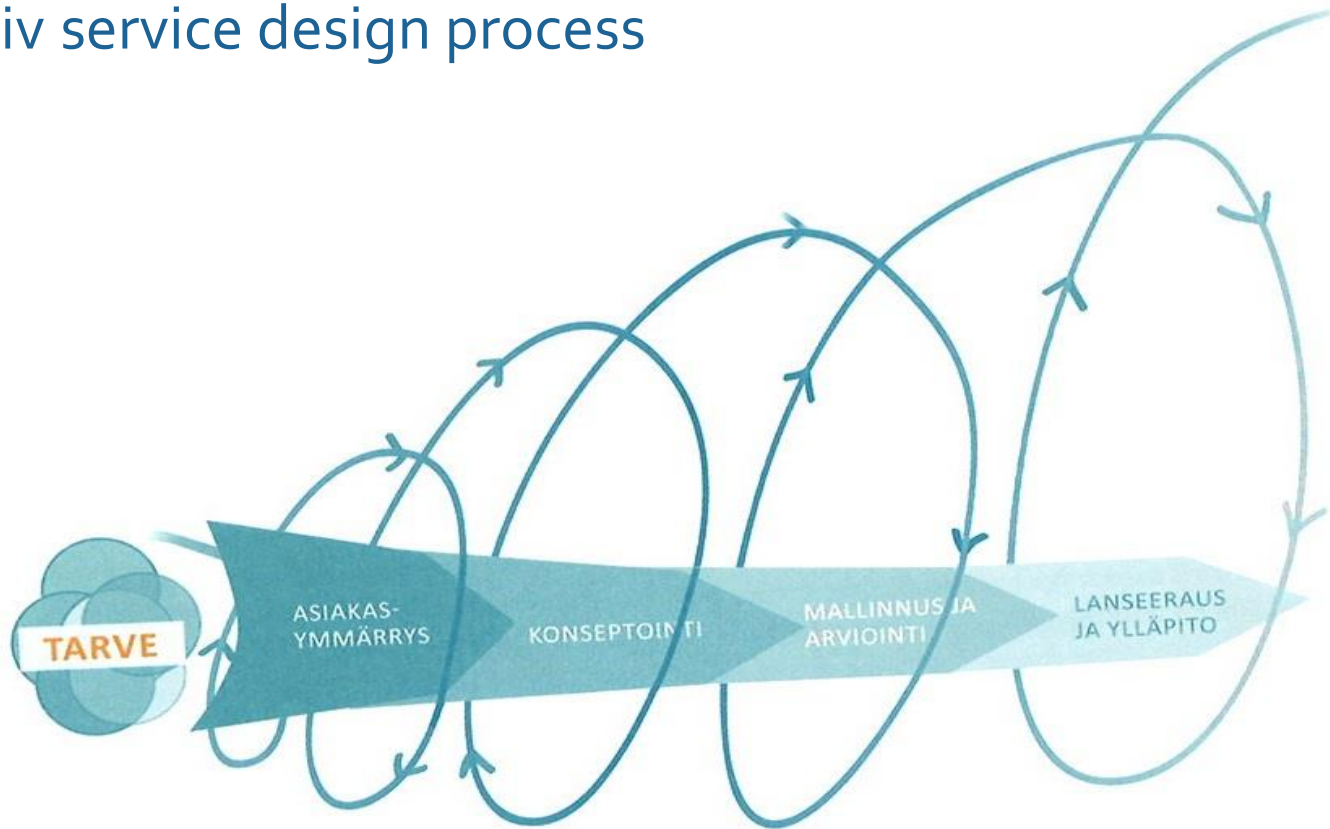


Tuulaniemi, 2011, 103

5. Service design processmodeller

Service design processmodeller 1/5

Iterativ service design process



Behov

Kund-
förståelse

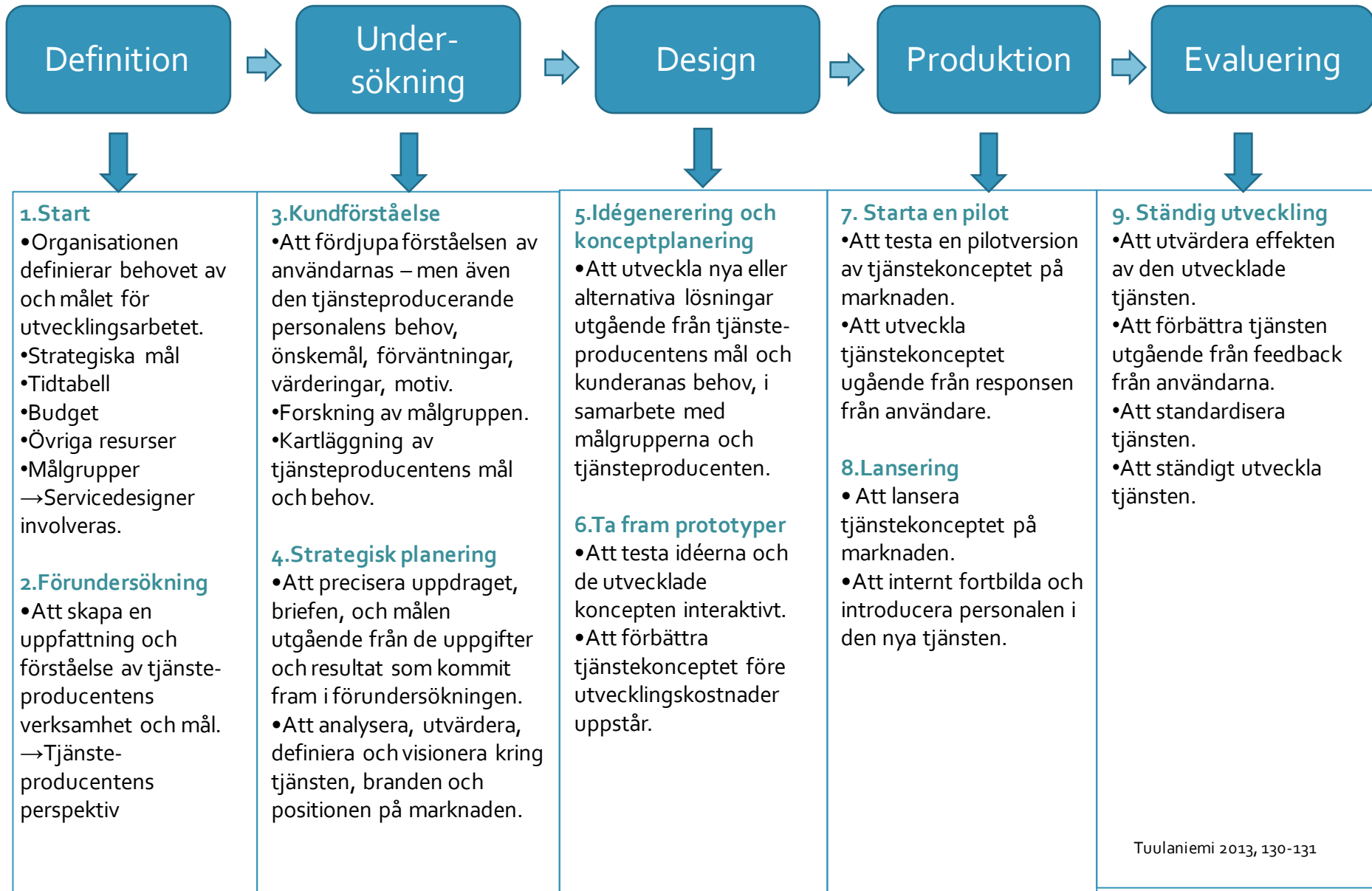
Koncept-
design

Fram-
tagande och
evaluering av
prototyper

Lansering
och
underhåll

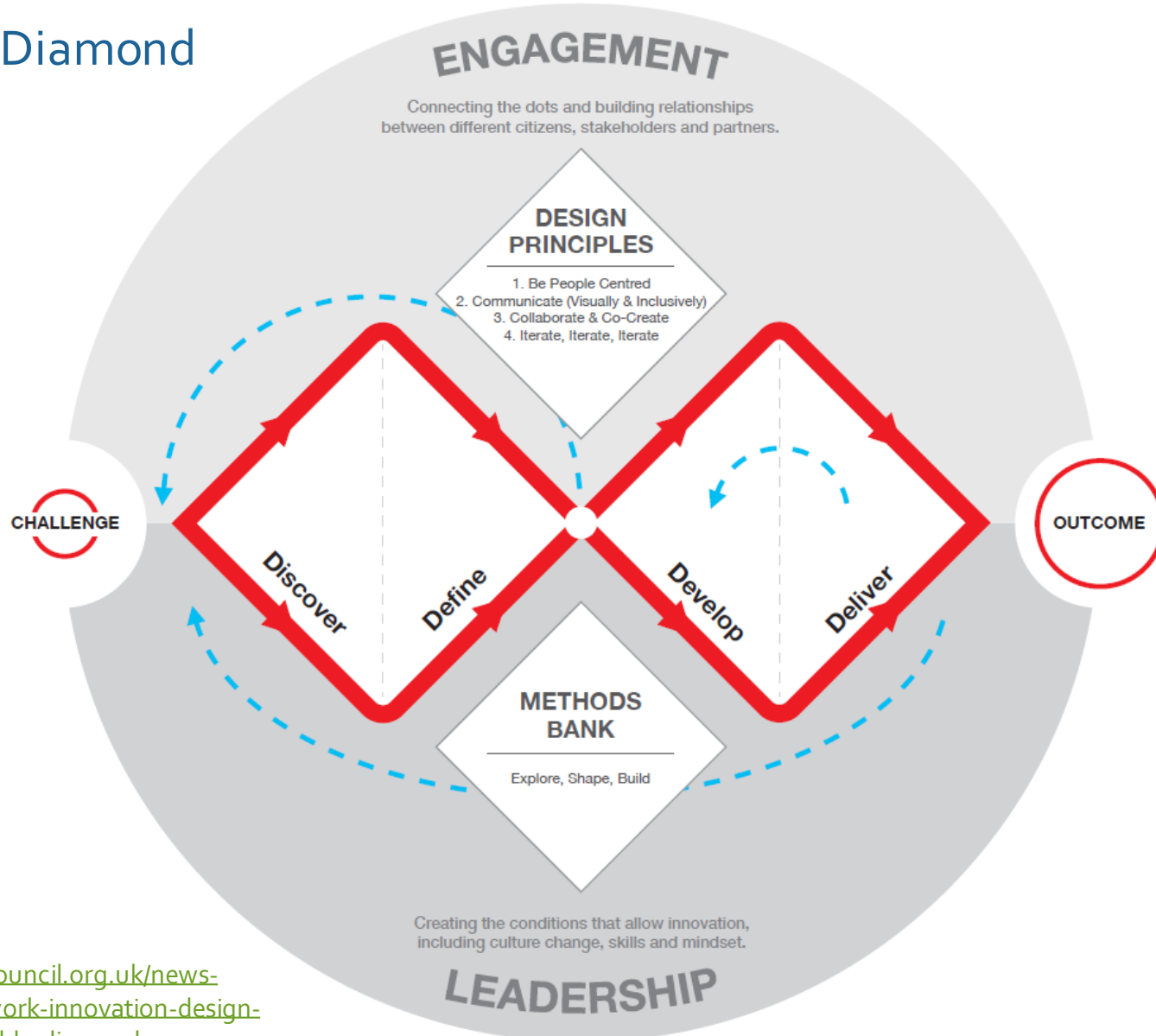
Vähälä, 2012, 40.

Service design processmodeller 2/5



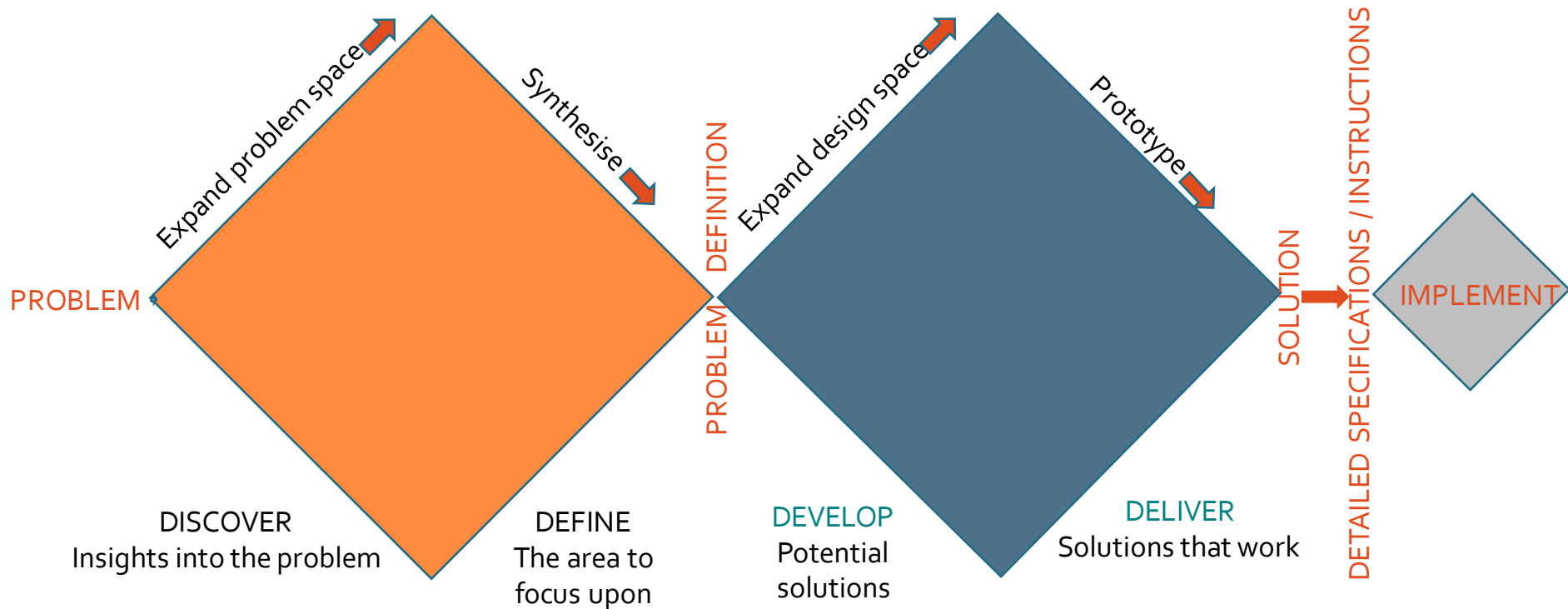
Service design processmodeller 3/5

Double Diamond



Service design processmodeller 4/5

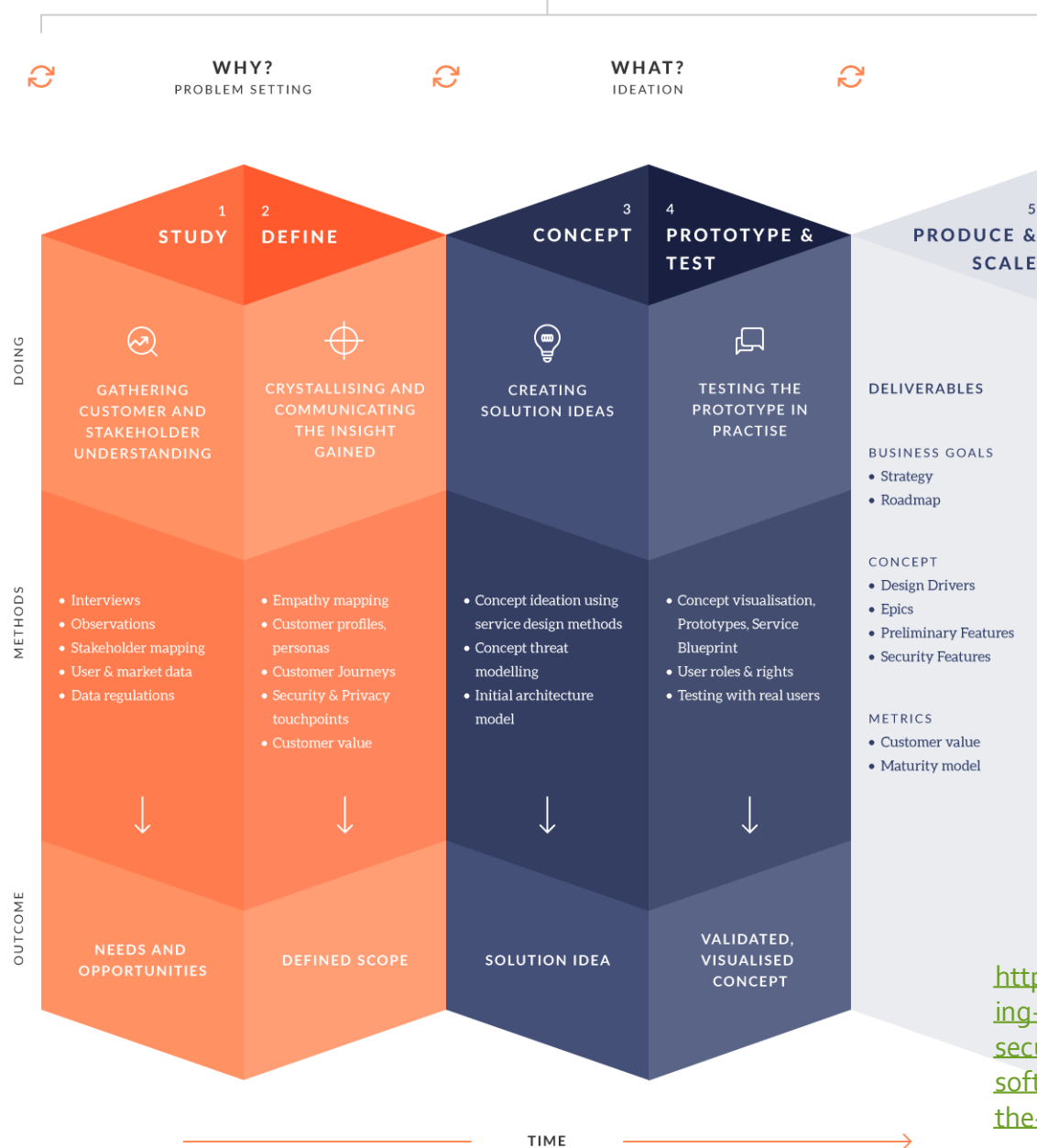
Double Diamond



Double Diamond model by Design Council

Service design processmodeller 5/5

Double Diamond

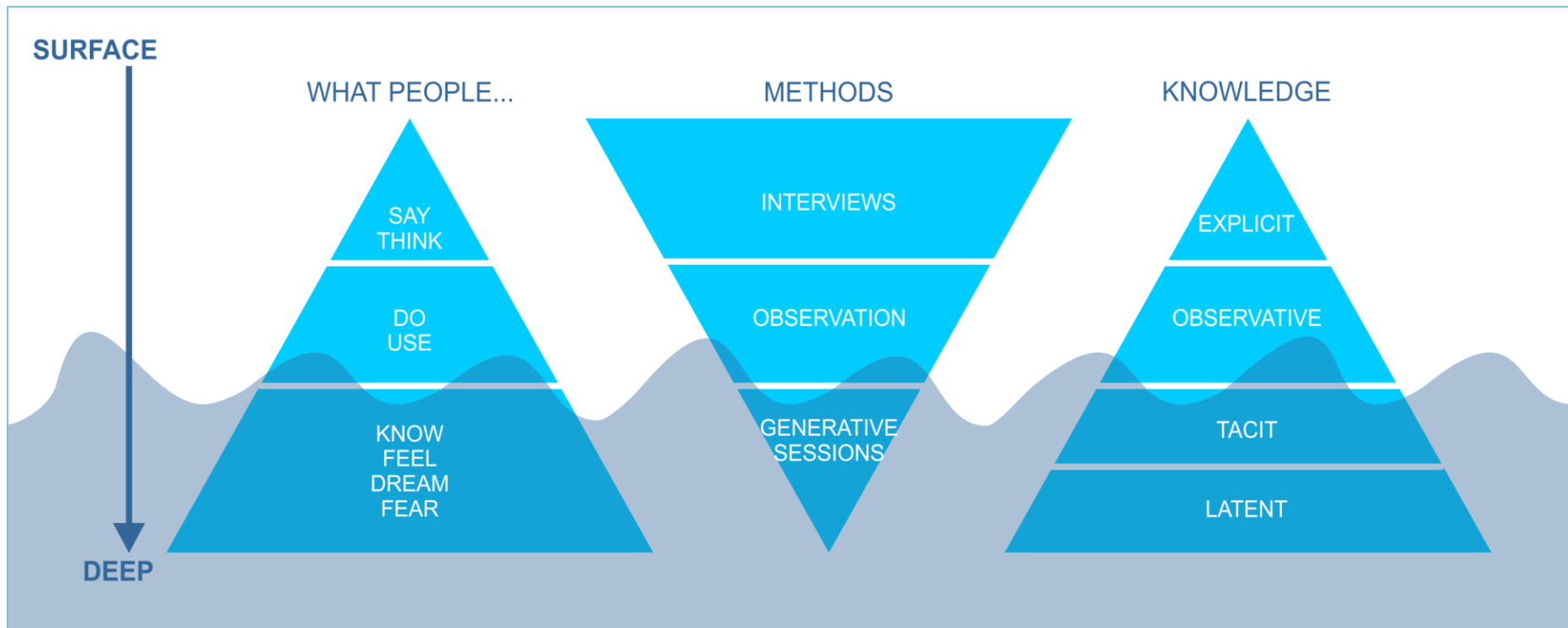


<https://gofore.com/combining-service-design-and-secure-design-into-agile-software-projects-part-2-the-solution/>

6. Centrala service design metoder och verktyg

Centrala service design metoder och verktyg ^{1/12}

Nivåer av kundbehov och typer av insamling av kundinformation



Centrala service design metoder och verktyg ^{2/12}

- Intervjuer
- Observationer
- Workshops

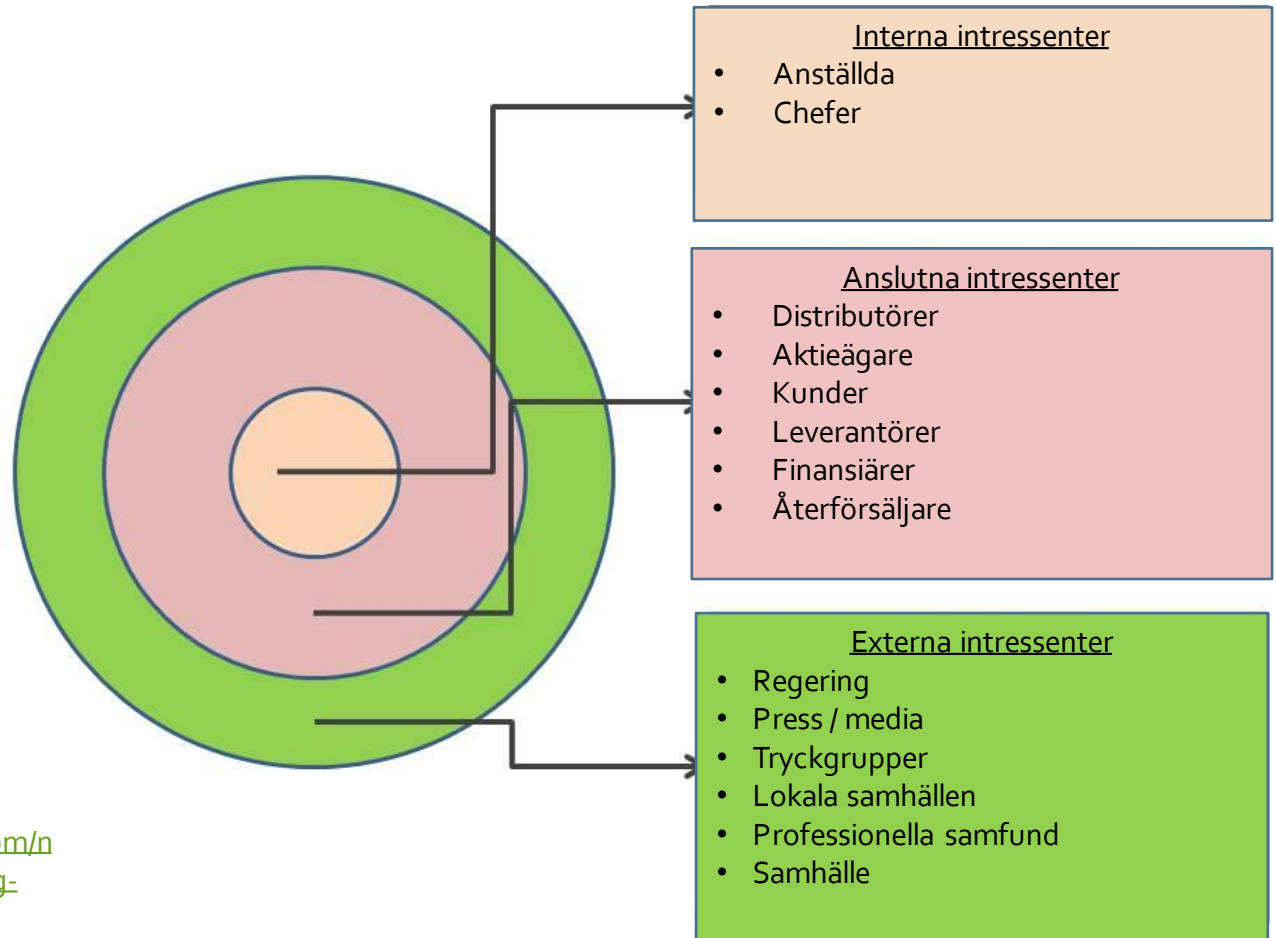
- Intressenkarta
- Personas
- Kundresa el. tjänstestig
- Tjänstemodell (Service Blueprint)
- Affärsmodell (Business Model Canvas)

Centrala service design metoder och verktyg _{3/12}

Intressentkarta

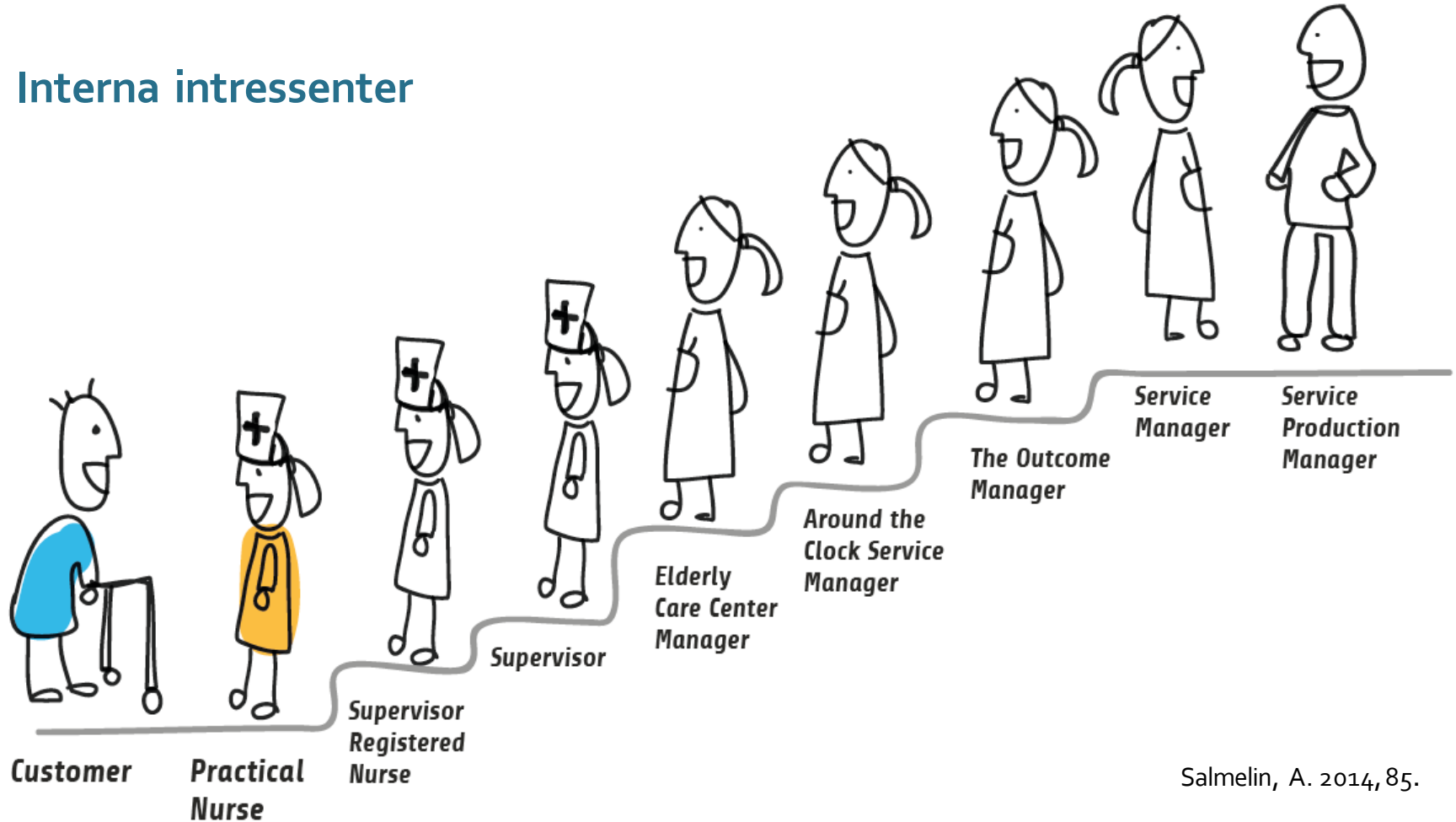
Visualiserar organisationens nätverk och kontakter. Metoden hjälper en att förstå vilka grupper är involverade i tjänsten och på vilken nivå.

<http://www.professionalacademy.com/news/stakeholder-mapping-marketing-theories>



Centrala service design metoder och verktyg 4/12

Interna intressenter



Salmelin, A. 2014, 85.

Centrala service design metoder och verktyg 5/12

Intressentkarta



Centrala service design metoder och verktyg 6/12

Personas

- En persona är en profil som representerar en viss grupp människor, såsom en grupp kunder eller användare, ett marknadssegment, en grupp av anställda eller någon annan intressentgrupp.
- Denna profil är inte en stereotyp, men är **en arketyp** baserad på verklig **undersökning**.
- Kundprofiler representerar kristalliserade beteendemodeller och handlingsmotiv och beskriver en större kundgrupps behov, inställning och beteende.
- Man kan skapa snabbpersonas under en workshop, eller så kan man använda sig av mer **forskning och data** och ta fram personas som har itererats och testats mer.



Mona

Background

AGE:	30
COUNTRY OF ORIGIN:	SOMALIA
IMMIGRATION REASON:	FAMILY REUNION
OCCUPATION IN THE HOME COUNTRY	HOUSEWIFE
EDUCATION:	ELEMENTARY SCHOOL
FAMILY:	MARRIED, 2 CHILDREN

Biography

Mona has migrated to Finland with her children in 2018. Her husband came to Finland 2,5 years ago and applied for family reunion. Mona is currently in integration training.

Skills and interests

Mona has studied for 5 years in an elementary school in Somalia. She is able to write and read. She has learned Finnish language during the integration training. She has had a strong motivation to learn and learned the basics quickly. Her hobbies include watching TV and making henna tattoos.

Future goals

In future, Mona wants to work as a practical nurse.



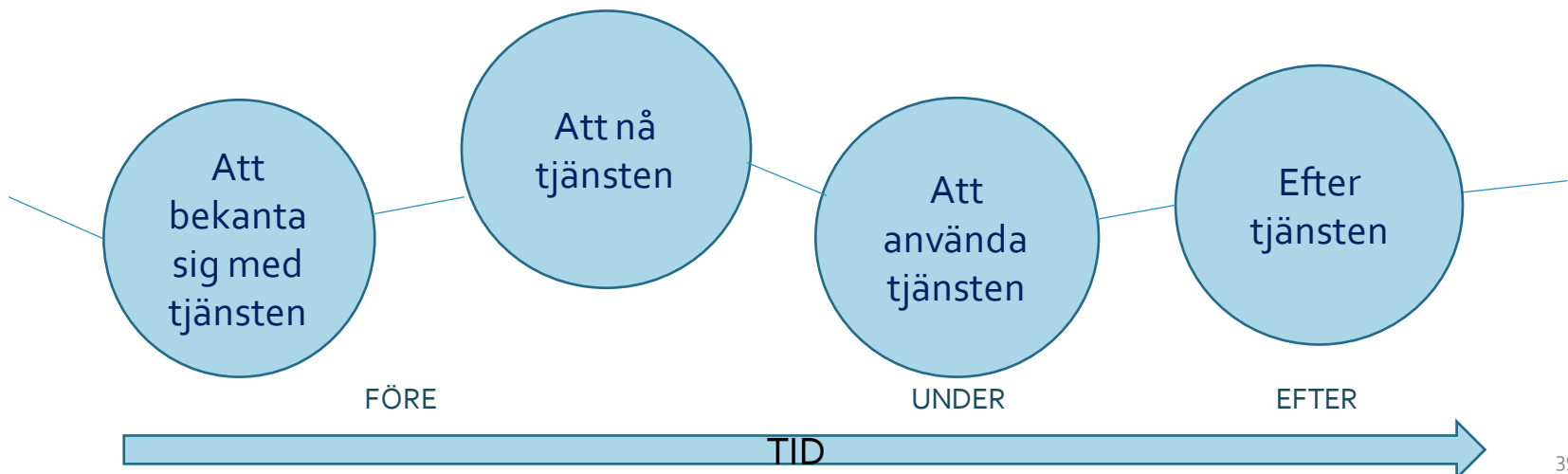
Photos: www.pixabay.com

Hafeez, K. & Menard, P. 2019.

Centrala service design metoder och verktyg 8/12

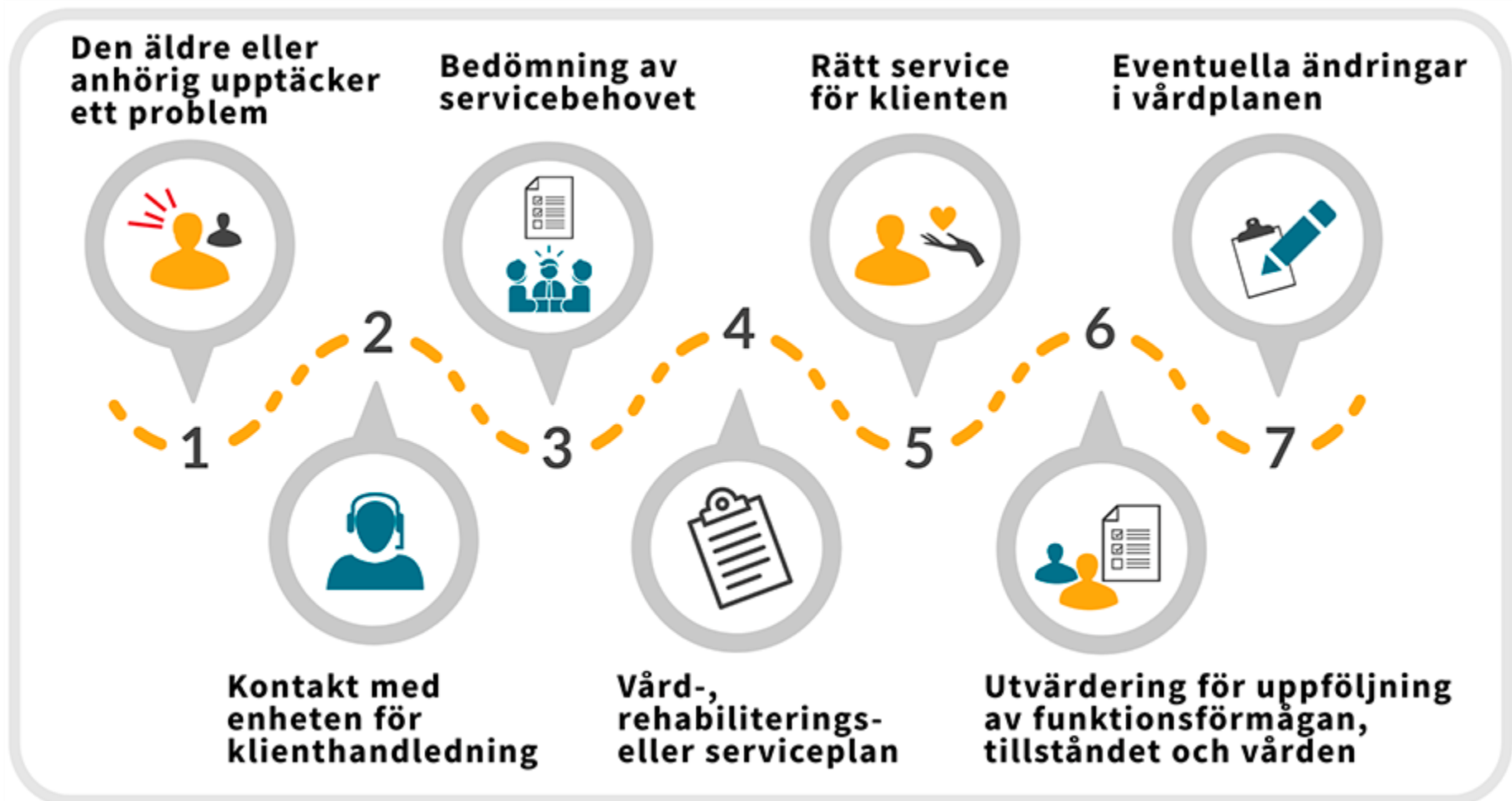
Tjänsteupplevelse och tjänstestig

- Användarens upplevelse av tjänsten.
- Är alltid subjektiv och personlig.
- Tjänstestigen beskriver kundresan från kundens perspektiv, som kundens aktiviteter steg för steg, kontaktpunkt för kontaktpunkt.
- En tjänsteupplevelse består av **tjänstestunder** som bildar en **tjänstestig**. Tjänstestunderna består i sin tur av **kontaktpunkter**.



Centrala service design metoder och verktyg 9/12

Tjänstestig - Bedömning av servicebehovet med RAI-systemet (Resident Assessment Instrument)



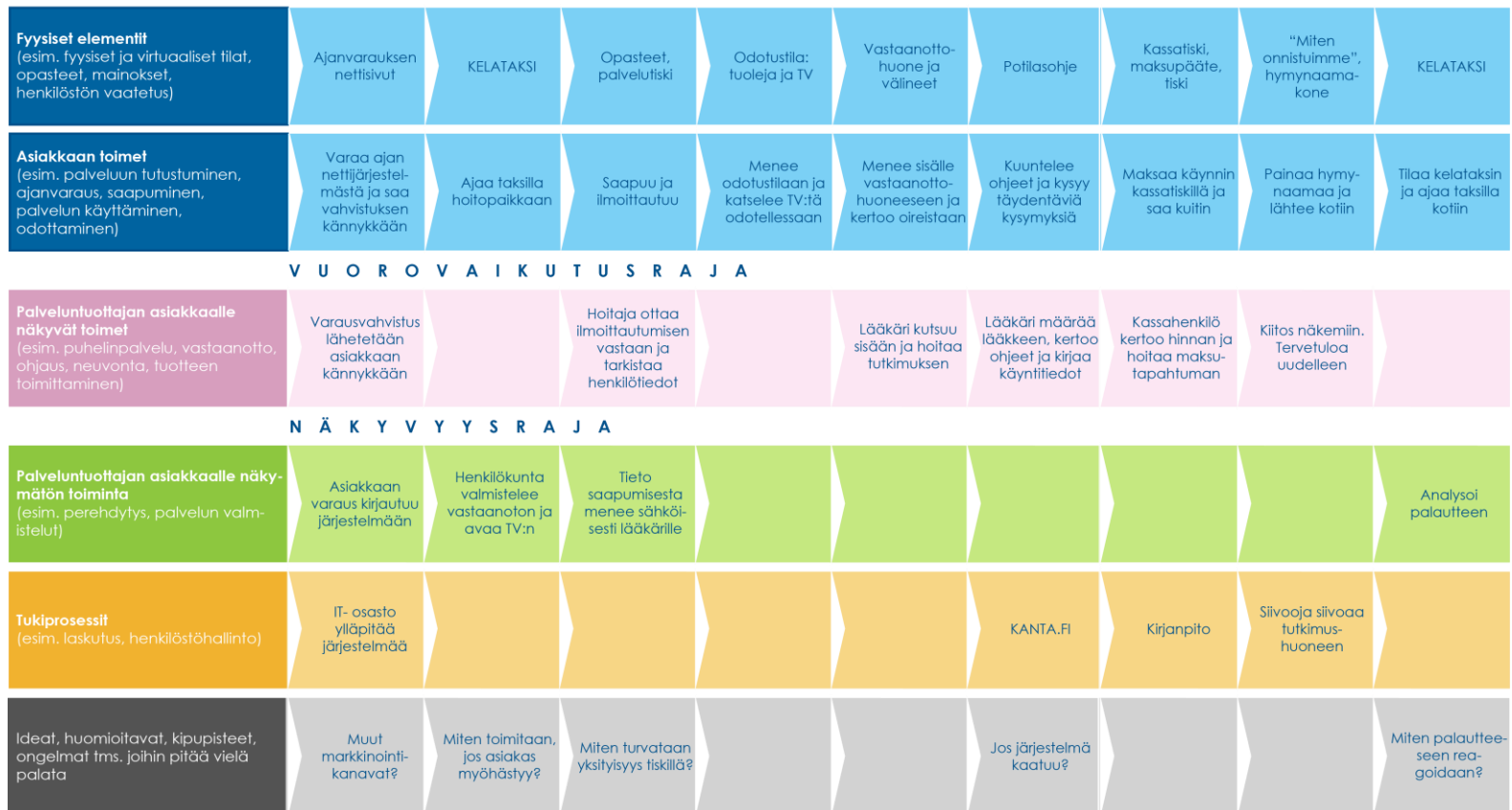
Centrala service design metoder och verktyg 10/12

Service Blueprint - Tjänstemodell

- En metod för analys, planering och specificering av en service i detalj.
- En tjänstemodell är en karta över
 - Kundens aktiviteter - tjänstestigen.
 - Personalens aktiviteter, både synlig och osynlig service för kunden.
 - Kontaktpunkter på scenen.
 - Processerna bakom scenen.
 - Stödprocesserna.
 - Fysiska eller digitala bevis.
- Kan gärna tas fram i samarbete med olika intressenter, eftersom tjänstemodellen är en bra metod för att ta tillvara olika experters sakkunskap och olika synpunkter.
- Kan i början vara mera skissartad och utvecklas och fördjupas under utvecklingsprocessen.

Centrala service design metoder och verktyg 11/12

PALVELUPROSESSI SERVICE BLUEPRINT -MALLIIN



Centrala service design metoder och verktyg 12/12

Affärsmodell - Business Model Canvas BMC

- Ett verktyg som används för att beskriva, analysera och designa affärsmodeller på ett strukturerat sätt.
- Business Model Canvas utgår ifrån nio grundläggande byggstenar, som täcker de fyra huvudområden av en verksamhet: kunder, erbjudande, infrastruktur och ekonomisk bärkraft.
- De 9 byggstenarna i BMC besvarar ett antal frågor kring affärsmodellen:
 - 1. Kundsegment** - För vilka skapar vi värde? Vilka är våra viktigaste kunder?
 - 2. Värdeerbjudande** - Vilket värde levererar vi till våra kunder? Vilka kundbehov uppfyller vi?
 - 3. Kanaler** - Genom vilka kanaler vill våra kundsegment nås? Hur är våra kanaler integrerade?
 - 4. Kundrelationer** - Vilka typer av relationer förväntar varje kundsegment att vi ska skapa med dem? Vilka har vi skapat?
 - 5. Intäktsströmmar** - För vilket värde är våra kunder villiga att betala? För vad betalar de idag?
 - 6. Nyckelresurser** - Vilka nyckelresurser krävs för att leverera våra värdeerbjudanden? Våra kanaler, kundrelationer, intäktsströmmar?
 - 7. Nyckelaktiviteter** - Vilka nyckelaktiviteter krävs för att leverera våra värdeerbjudanden? Våra kanaler, kundrelationer, intäktsströmmar?
 - 8. Partners** - Vilka är våra viktigaste partners? Vilka nyckelresurser förvärvar vi från partners? Vilka nyckelaktiviteter genomförs av partners?
 - 9. Kostnadsstruktur** - Vilka kostnader är de viktigaste kostnaderna som vår affärsmodell kräver? Vilka nyckelresurser respektive nyckelaktiviteter är dyrast?

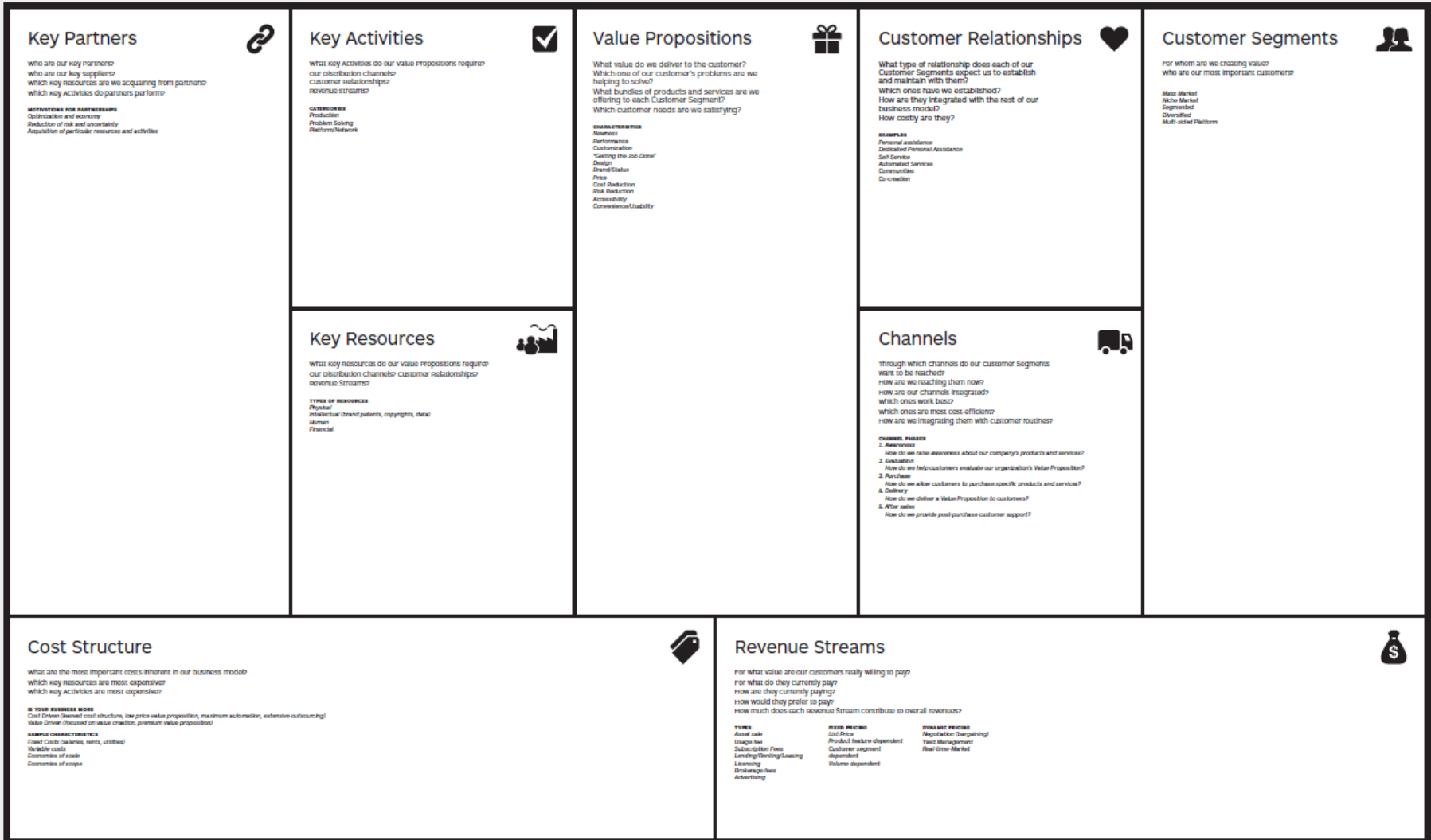
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



Referencer

- Hafeez, K. & Menard, P. 2019. Co-developing the Immigrant Integration Services of the Järvenpää's Immigration Office Verso
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/263814/Hafeez_Kirsi_Menard_P%c3%a4ivi.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Alma Talent.
- Luchs, M.G, Swan, K.S & Griffin, A. (eds). 2016. Design Thinking. New Product Development Essentials from the PDMA. Wiley
- Lusch, R.F. & Vargo, S.L. 2014 Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities. Cambridge University Press.
- Miettinen, S. 2014. Muotoiluajattelu. Teknova.
- Salmelin, A. 2014. Successful Service Development in the Public Sector: a Case Study of a Service Design Project Carried out in Short-Term Care Services in the Town of Turku.
http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/78590/Annaliisa_Salmelin_Master_Thesis_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sanders, E. & Stappers, P. 2014. Convivial Toolbox. Generative Research for the Front End Design. BIS Publishers.
- Stickdorn, M. & Schneider, J. 2011. This is Service Design thinking. BIS Publishers.
- Stickdorn, M., Hormess, M.E. & Lawrence, A. 2018. This Is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World. O'Reilly Media. USA.
- Tuulaniemi, J. 2011, 2013. Palvelumuotoilu. Talentum.
- Vähälä, E. , Kontio, M., Kouri, P. & Leinonen, R. (ed). 2012. Palmu – palvelumuotoilua ikääntyville. Uusia palvelujen tuottamismalleja itsenäisen suoriutumisen tueksi. Savonia UAS.

Länkar

<http://www.humantific.com/>

<https://ukropstudio.mason.wm.edu/our-approach/>

<https://nordic.businessinsider.com/new-global-economic-order-services-versus-infrastructure-2016-5?r=US&IR=T>

<https://data.worldbank.org/indicator/SL.SRV.EMPL.ZS>

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>

<https://gofore.com/combining-service-design-and-secure-design-into-agile-software-projects-part-2-the-solution>

<http://www.professionalacademy.com/news/stakeholder-mapping-marketing-theories>

<https://sotenvigaattori.fi/laadukas-palvelu-ja-tyytyvainen-asiakas/>

<https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas><https://www.moksi.se/verktyg-metoder/business-model-canvas/>

<https://foretagsfabriken.se/blogg/verktyg/9-byggstenar-i-business-model-canvas-en-framgangsrik-model/>