

Dataopsamling

Et forstudie til Servicedesign år 2022

Litteraturstudie om Servicedesign som konkurrenceelement

Helle Thomsen (heth@zealand.dk)

Heidi Birkelund Nielsen (hebn@zealand.dk)

Indhold

1. Abstract	3
1.2. Afgrænsning	3
2. Design/methodology/approach	3
2.1. Findings	4
3. Analyse	7
3.1. Servicedesign i historisk perspektiv	7
3.1.1. Merværdi set fra et kundeperspektiv	7
3.1.2. Merværdi set fra et virksomhedsperspektiv	9
3.2. Servicedesign i et mere nutidigt perspektiv	9
3.3. Research af virksomhedernes anvendelse af Product-Service Innovation, UX, CX	10
4. Konklusion	11
5. Referencer	12

1. Abstract

Service design er et vanskeligt begreb at arbejde med, fordi der er igennem de sidste mange år har været forskellige definitioner forbundet dermed. Dette litteraturstudie vil forsøge at afdekke begrebet på en måde, som gør det nemmere for virksomheder at tilgå dette som et aktiv i forbindelse med virksomheders muligheder for forretningsudvikling.

Formålet med dette litteraturstudie er således at skabe et overblik over de mest relevante datakilder til inspiration for aktiv brug af Service design i Region Sjællands SMV'er (Små og mellemstore virksomheder).

1.2. Afgrænsning

Branche: Detailhandlen

Segment: Business to Consumer

Produkter: Primært salg af fysiske produkter

Virksomheder: SMV'er i Region Sjælland, Danmark

2. Design/methodology/approach

I forhold til metode har vi valgt at opdele litteratur/kildesøgning indenfor 3 søge områder.

- 1) Google Scholar, <https://scholar.google.com/> er valgt med henblik på at finde videnskabsbaseret litteratur og kilder der viser indenfor hvilke brancher og hvordan disse virksomheder anvender service design som et aktiv til at imødegå de ønsker, som kunderne har for at ville handle med en virksomhed i dag.
- 2) Ift. erhvervslivet vil der blive søgt efter udbud af kurser om emnet service design og artikler fra erhvervslivet, der viser hvor stor en indsigt og interesse der er for at anvende service design som et aktiv til at fastholde og/eller anskaffe sig nye kunder.
- 3) Ift. akademiske bøger vil det blive undersøgt om, hvilken viden der er i teorien om service design og hvordan dette begreb forventeligt har udviklet sig gennem tiden.

2.1. Findings

Google Scholar: Videnskabsliteratur

Her findes flere forskningsartikler om servicedesign, især ift. servicebranchen. Ved salg af såvel serviceydelser som manufacturing goods er kernen Product-Service Innovation (PSI)¹.

Indenfor Hospitality ² tales der om “Service system design and customer experience mapping are useful tools capable of improving focus on guest satisfaction and service processes”. Og hvordan denne branche har og er i proces med at ændre sig sker i høj grad ved anvendelse af ny teknologi, herunder automatisering af arbejdsprocesser, AI (Artificial Intelligence). ³ Et andet eksempel er Logistics service quality indenfor Airline branchen. Samt Service experience indenfor restauranter er også med i forskellige artikler.

Servicedesign har også været et aktiv i flere år indenfor Banksektoren, hvilket går under betegnelsen ift. begrebet Digital Banking (DB) ⁴ The attributes affecting DB experience are as follows: service quality, functional quality, perceived value, service customisation, service speed, employee–customer engagement, brand trust, Digital Banking innovation, perceived usability and perceived risk. They affect customer experience, satisfaction and loyalty and financial performance. (e.g. brand trust and loyalty). Her er focus Digital Communication.

Artikler om UX:

UX: User experience (brugeroplevelsen) og hvordan man kan involvere kunderne i udvikling af nye produkter, så de oplever at de får den produkt-brugeroplevelse, som de forventer.

¹ <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296320300606>

² <http://htmjournals.com/jh/index.php/jh/article/view/20>

³ <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-03-2020-0032/full/html>

⁴ <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JRIM-01-2018-0026/full/html>

User experience (brugeroplevelsen), om hvordan kunderne inddrages i anvendelse af produktet findes der f.eks. flere artikler om ved kundernes forventning til sustainable experience og cirkular experience. Og hvordan service design er inkorporeres i disse oplevelser.

I en af artiklerne tales der også allerede om user-centered design metode og undersøgelse ved design af uddannelses robotter. ⁵ ”

University students' ($N = 116$) preferences regarding the design of educational robots. With regard to robot design, university students prefer a medium-sized machinelike robot with human characteristics and minimal facial features. Our results further suggest that a robot should primarily interact via speech and be able to display basic emotions, especially the positive ones. Additionally, from a university students' perspective, an ideal educational robot should display behavior that is marked by conscientiousness, agreeableness, and openness”.

UX er dog fortsat kun brugeroplevelsen ved anvendelse af et produkt eller service og tager som sådan ikke hensyn til kundeoplevelsen af den samlede kunderejse før, under og efter.

Artikler om CX:

Det er først i de seneste år at der også tales om behovet for at gå skridtet længere til CX.

CX: Customer Experienced (kundeoplevelsen)⁶.

“Customer experience, on the other hand, is a much larger concept. CX is concerned with the experience that a user / customer has whenever they interact with your brand – not just your product.” “As such, customer experience is something of an umbrella term, encompassing all channels and touch points, and is concerned with customers' perceptions of the organization and its services as a whole, not just the usability and functionality of its products”.

Videnskabsartiklerne for CX handler typisk om forskellige metoder til at debattere servicedesign ift. hele kunderejsen. Der er ikke nogen specifikke brancher der relateres til endnu. Og måske giver det heller ikke giver nogen mening at tale om brancher og ”one model fits all”? Uagtet om der tales om serviceydelser eller manufactured goods.

⁵ <https://link.springer.com/article/10.1007/s12369-019-00554-7>

⁶ <https://modus.medium.com/customer-experience-vs-user-experience-whats-the-difference-ef7ce507c0d>

Erhvervsartikler og kurser:

Helt generelt er der ikke mange kurser tilgængelige om servicedesign. Dog er der især to spillere på det danske marked, der springer i øjnene, når der tages om servicedesign, UX og CX. I relation til servicedesign er konsulent og forfatter Søren Beckmann ⁷ på mange måder fremhævet som gurun indenfor dette felt i DK. Og ift. UX og CX finder der nogle ganske få virksomheder, der er specialiseret i dette. Og det mest kendte er nok "Design Psychology A/S" ⁸, et firma i København som har specialiseret sig i UX og CS:

Udover disse firmaer er der ikke mange artikler eller kurser for den sags skyld, man finder, hvis man forsøger at Google dette eller lede efter kurser om dette hos diverse kursusudbydere om emnet servicedesign. Virksomhederne herhjemme får i højere grad tilbudt kurser ad hoc især relateret til de nyeste teknologier som AI (automatisering) og Digital Communication - enten via DI/Dansk Industri, Brancheforeninger eller få private konsulentbureauer.

Akademiske bøger:

Selv i akademiske bøger om servicedesign er der fokus på Product-Service Innovation (PSI) Philip Kotler, den førende amerikansk akademiker inden for marketing ⁹, der betragtes som far til markedsføring har som forfatter bidraget med flg. model til beskrivelse af et produkt: "The 3 level of product": Core customer value – Actual product – Augmented product. ¹⁰

Det primære tillæg til Product- Service Innovation (PSI) findes herefter i talen om de 4 P'er. E. Jerome McCarthy (McCarthy, J. 1960) ¹¹ was the first person to suggest the four P's of marketing – product, price, place, promotion – which constitute the most common variables

used in constructing a marketing mix. According to McCarthy the marketers essentially have these four variables which they can use while crafting a marketing strategy and writing a marketing plan. In the long term, all four of the mix variables can be changed, but in the short term it is difficult to modify the product or the distribution channel.

⁷ <https://www.servicedesigninstitute.com/>

⁸ <https://www.designpsykologi.dk/uxcampus/>

⁹ <https://www.pkotler.org/>

¹⁰ Principles of MARKETING, Eight European Edition, Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C Harris, Hongwei He, By Pearson

¹¹ <https://www.linkedin.com/pulse/history-marketing-mix-from-4ps-7ps-yousef-baalbaki>

Og hvis vi taler om serviceydelser tillægges blot 3 ekstra P'er, så vi ender op med de 7P'er.

“Bernard Booms and Mary Bitner built a model consisting of seven P's (Booms, B. and Bitner, M. 1981). They added "People" to the list of existing variables, in order to recognize the importance of the human element in all aspects of marketing. They added "process" to reflect the fact that services, unlike physical products, are experienced as a process at the time that they are purchased.” On top of that you have the psychological evidence to show in practice.

Om det er de 4 P'er eller 7 P'er, som virksomheden anvender og arbejder med ift. servicedesign, så er de forskellige parametre ofte afskilt ift. "produktudviklingen". For hvem er det i organisationen, der tager sig af kerneproduktet ift. produktudvikling i en virksomhed (product), hvem er ansvarlig for den rigtige prissætning og rabatter (price), hvem har ansvar for distributionen (place) og hvem har ansvar for promotion. Dertil kommer hvem har ansvar for at hyre og træne medarbejdere (people) og hvem tager sig af optimering af arbejdsprocesser. Og sidst men ikke mindst hvem er ansvarlig for de fysiske rammer på et kontor eller butik.

Sammenhænge er nøgleordet for god servicedesign. Og det er, hvad vi vil adressere her i denne rapport. Hvordan fungerer disse sammenhænge i den enkelte virksomhed til gavn for kunden og den gode kundeoplevelse igennem hele kunderejsen.

3. Analyse

3.1. Servicedesign i historisk perspektiv

Servicedesign dukkede som begreb op for første gang op i 1980'erne v. Philip Kotlers model.

3.1.1. Merværdi set fra et kundeperspektiv

Kotler: "The 3 level of product": Core customer value – Actual product – Augmented product

Core product:

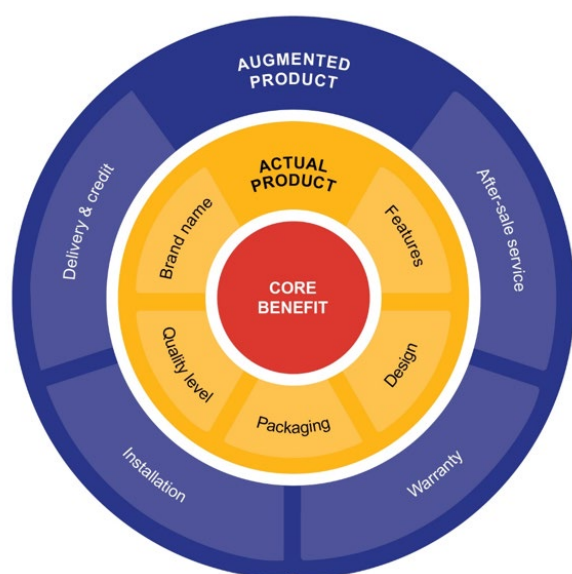
Kerneproduktet er ikke et fysisk objekt. Det er produktets fordel for forbrugeren. For eksempel vil en læbestift gøre sin køber attraktiv; et par sneakers vil gøre hende sundere; en ny telefon kan hjælpe med at kommunikere mere effektivt, en ferierejse giver mentalt overskud.

The actual product:

Det faktiske produkt er varen til salg, inklusive den unikke branding, design og emballage, der er knyttet til det. Det faktiske produkt og dets funktioner skal leve op til de forventninger til kerneproduktet, som forbrugerne ønsker fra produktet. En bil skal for eksempel fungere problemfrit med alle dens funktioner for at levere kerneproduktet og skabe merværdi for kunden.

The augmented product

Det udvidede produkt tilføjer funktioner og tjenester (services), der adskiller det fra lignende produkter, der tilbydes af konkurrenterne. Tilføjelserne ændrer ikke det faktiske produkt og kan have en minimal indvirkning på omkostningerne ved at producere produktet. Et udvidet produkt kan dog have en opfattet værdi, der giver forbrugeren en grund til at købe det.



I praksis udfoldede dette begreb sig hos flyselskabet SAS ved Jan Carlzon ¹², som tiltrådte som præsident og administrerende direktør i 1981. Hos SAS gjorde Carlzon sig kendt for innovation med fokus på kunden og en flad organisation, og han vendte den underskudsgivende virksomhed til overskud. Han tilføjede en merværdi til "Core product" og "The actual product" ved bl.a. at tilbyde kunderne et bonusprogram til opsamling af point for hver rejse, som de foretog, for efterfølgende at kunne anvende de opsamlede point til en "gratis rejse".

¹² https://sv.wikipedia.org/wiki/Jan_Carlzon

3.1.2. Merværdi set fra et virksomhedsperspektiv

Parallelt med at der blev talt om at skabe merværdi til kunden og kunden i centrum gennem 1990'erne og 00'erne, var virksomhederne også optaget af tale om med merværdi internt i virksomheder. Her dukkede begreber som Lean og senere ERP- løsninger op på scenen.

Lean historie og evaluation:

I bogen Lean Thinking – Banish Waste and Create Wealth in Your Corporation, by James P. Womack & Daniel T. Jones ¹³ udtaler de flg.: ”Lean er ikke opfundet af nogen. Lean er kommet til over de sidste mange år, men det der for alvor satte ”Lean” på dagsordenen var: Det at tænke i tværgående forretningsprocesser, også kaldet værdistrømme, flow og forbedringskultur, det var nyt. Forfatterne beskrev det også, så andre mennesker kunne forstå det.

I samme periode profilerede en række internationale og danske konsulenter sig på at rationalisere virksomheder gennem cost cutting programmer og kaldte det Lean. Medarbejderne oplevede at de skulle dokumentere deres processer, og komme med ideer til forbedringer. Belønningen faldt efterfølgende i kraft af outsourcet produktion og afskediget kollegaer. Med andre ord, det var ikke en win-win for virksomhedens medarbejdere.

Lean er siden blevet til ERP software (Enterprise Resource Planning), som via den teknologiske udvikling nu kan omhandle ERP software programmer indenfor såvel: Finance, Sales, Websites, Inventory & MRP, Human Resources, Marketing, Services som Productivity.¹⁴

3.2. Servicedesign i et mere nutidigt perspektiv

Den først MBA i servicedesign, Stefan Moritz:

Hører blandt pionererne indenfor servicedesign. Hans definition fra 2005 beskæftiger sig med **attraktivitet** (set fra en kundes perspektiv) og **effektivitet** (set fra en virksomheds perspektiv): ”Service design helps to innovate (create new) and improve (existing) services to

¹³ <https://leankursus.dk/hvad-er-historien-bag-lean/>

¹⁴ https://www.odoo.com/?network=o&utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=WEU-EN-ERP&utm_gclid=&msclkid=d2492de26df31b947a4e4fc93dc8eb64

make them more useful, usable, desirable for clients and efficient - as well as effective for organizations. It is a new holistic, multidisciplinary, integrative field”,

Herefter er Oliver King:

Der er grundlægger af servicedesignbureauet Engine, kommet med denne definition:

” Service Design is a collaborative process of researching, envisaging and then orchestrating experiences that happen over time and multiple touchpoints (King & Mager, 2009).”

Hvad alle de tre forfattere Stefan Moritz, Oliver King, Birgit Mager i princippet advokere for er, hvordan der kan skabes en balance mellem at skabe merværdi til kunderne, samtidig med udgifterne holdes på et minimum hos virksomhederne.

3.3. Research af virksomhedernes anvendelse af Product-Service Innovation, UX, CX

Service design ved brug af User experience (UX) versus Customer experience (CX)

Et af de servicedesign værktøjer, som virksomhederne har benyttet sig af i flere år til at skabe merværdi og gode oplevelser for kunden går under navnet User Experience (UX).

Kompleksiteten har dog ændret sig undervejs. Man kan sige, at der er sket en rejse fra fokus på User experience (UX) til Customer experience (CX), hvor man er gået fra udelukkende at have fokus på *brugeroplevelsen* frem til i dag, hvor *kundeoplevelsen* er det essentielle.

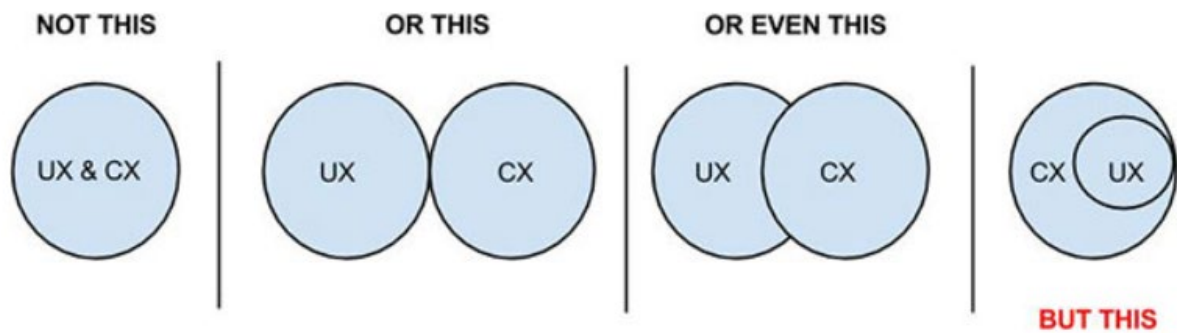
Et eksempel fra Digital Gov ¹⁵

“User Experience” and “Customer Experience.” They sound pretty similar, right? Well, here at the Office of Citizen Services and Innovative Technologies, we look at it like this:

User Experience (UX) deals with people interacting with your product and the experience they receive from that interaction. UX is measured with metrics like: success rate, error rate, abandonment rate, time to complete task, and (since we deal in digital) clicks to completion.

¹⁵ <https://digital.gov/2014/07/07/user-experience-ux-vs-customer-experience-cx-whats-the-dif/>

Customer Experience (CX), in contrast, encompasses all the interactions a person has with your brand. It might be measured in: overall experience, likelihood to continue use, and likelihood to recommend to others. In essence, UX is part of a broader CX, but CX contains some aspects outside of a product that UX does not.



Good digital UX gives a user/customer the ability to:

- Find information on a website quickly and easily
- Complete a desired task with ease
- Search Web pages with ease

Good CX gives a user/customer the ability to:

- Have a pleasant, professional, helpful interaction with organization/company representatives
- Feel generally positive about the overall experience with that organization/company and everything associated with it

4. Konklusion

Resultatet af denne data-research analyse om begrebet servicedesign viser kompleksiteten af begrebet, hvilket kan være årsagen til at det kan være vanskeligt at arbejde systematisk med servicedesign for virksomheder i forbindelse med forretningsudvikling.

Litteraturen viser et bredt spektrum af forskellige definitioner på områder af servicedesign, hvilket kan forklare at virksomhederne arbejder med separate delelementer af servicedesign, fremfor systematisk at arbejde med servicedesign igennem hele kunderejsen.

Resultatet af analysen viser ligeledes, at servicedesign som begreb historisk og frem til i dag har udviklet sig i takt med, at virksomheder arbejder med værdiskabelse i kunderejsen.

5. Referencer

GOOGLE SCHOLAR – LINKS (heth)

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296320300606>

<https://www.sixsigmadaily.com/triz-theory-of-inventive-problem-solving/>

<http://htmjournals.com/jh/index.php/jh/article/view/20>

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-03-2020-0032/full/html>

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MRR-12-2019-0544/full/html>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973620300611>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S074756322100100X>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698919302309>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1094996820300827>

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JRIM-01-2018-0026/full/html>

<https://link.springer.com/article/10.1007/s12369-019-00554-7>

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19397030802166205>

<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.1201/9781315578132-12/user-centred-design-evaluation-prerequisite-success-disruptive-innovations-electric-vehicle-case-study-roman-vilimek-andreas-keinath>

<https://www.mdpi.com/2071-1050/10/6/1743>

<https://www.wolterskluwer.com/da-dk/expert-insights/trends-inden-for-ux-og-cx-ved-indgangen-til-2022>

<https://digital.gov/2014/07/07/user-experience-ux-vs-customer-experience-cx-whats-the-dif/>

<https://modus.medium.com/customer-experience-vs-user-experience-whats-the-difference-ef7ce507c0d>

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JOSM-04-2018-0113/full/html>

DANSK ERHVERV: ARTIKLER OM SERVICEDESIGN

<https://www.danskindustri.dk/brancher/di-handel/nyhedsarkiv/nyheder/design-din-service--eller-den-designer-sig-selv/>

<https://www.danskindustri.dk/arrangementer/netværk/innovation-og-forskning/design-og-innovation>

<https://www.danskindustri.dk/di-business/arkiv/blogs/2020/5/godt-design-kan-inspirere--ikke-mindst-i-en-krisetid/>

<https://www.itu.dk/om-itu/presse/nyheder/2018/den-stoerste-udfordring-for-servicedesign-er-organisationen>

https://www.dfm-net.dk/dfmnet_files/artikler/296_asp_servicedesign_09.pdf

<https://buuks.dk/shop/grundbog-i-servicedesign-100979p.html>

<https://www.businesskolding.dk/erhverv/udvikling-og-vaekst/erhvervsservice/vaekst-via-design>

<https://kglakademi.dk/further-education/designprojektledelse-serviceorienteret-samskabelse>

<https://www.danskeservice.dk/om-danske-service/>

https://sv.wikipedia.org/wiki/Jan_Carlzon

<https://leankursus.dk/hvad-er-historien-bag-lean/>

https://www.odoo.com/?network=o&utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=WEU-EN-ERP&utm_gclid=&msclkid=d2492de26df31b947a4e4fc93dc8eb64

AKADEMISKE BØGER:

Principles of MARKETING (PM), Eight European Edition, Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C Harris, Hongwei He, Publisher: Pearson,

David Jobber and Fiona Ellis Chapwick- Principles and Practice of Marketing, EIGHTH EDITION, Published by McGraw-Hill Education.

GM: Global Marketing, Seventh Edition, Svend Hollensen, Pearson UK.

International Markedsføring, Finn Rolighed Andersen et al, Forlag: Trojka

<https://www.linkedin.com/pulse/history-marketing-mix-from-4ps-7ps-yousef-baalbaki>

Med andre øjne, Af Søren Bechmann og Mette Mikkelsen, Hans Reitzels Forlag 2019, 1. udgave, 1. oplag.

This is Service Design, DOING, by O'Reilly

https://books.google.dk/books?hl=da&lr=&id=aqRGDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=customer+experience+service+design+attributes&ots=FFbBYub3P0&sig=wKbW8l0mwKJWzNJPsZs0nUeigJU&redir_esc=y#v=onepage&q=customer%20experience%20service%20design%20attributes&f=false