

Case: Electrolux

Research førte til større bevidsthed om *servicedesign*

DESIGN CONCERN A/S arbejder med research i mange sammenhænge – ofte er det i forbindelse med afdækning af brugerbehov – såvel erkendte som ikke-erkendte brugerbehov som er nødvendige at have kendskab til, når der udvikles nye produkter. Men det kan også være research af allerede eksisterende produkter, som findes på markedet, produktsammenligninger, afklaring af fordele og ulemper ved et produkt osv.

I forbindelse med et researchprojekt for den internationale koncern Electrolux Home Products var opgaven at skabe viden om en specifik produktgruppe – og ud fra denne viden finde ud af, hvordan man mest fleksibelt tilpasser hvidevarer til forskellige køkkenproducenters ofte varierende kabinetmål. Med det formål at skabe en smukkere helhed så hvidevarerne integreres naturligt i køkkenet.

Researchen påviste, at det ikke var de undersøgte produkter der var noget galt med. Nej, der hvor det haltede, var faktisk i kommunikationen over for kunden: der manglede ganske enkelt vejledningen om, hvordan man kan indrette køkkenet mest hensigtsmæssigt i relation til optimal udnyttelse af de pågældende hvidevarer.

Det var kort og godt kundeoplevelsen som helhed der ikke var god nok – der manglede servicedesign!

Servicedesign er en ydelse som spænder vidt og servicedesign kan eksistere på mange niveauer og ofte være fraværende på selv samme. Via researchen blev man opmærksom på problemet – nemlig manglende kommunikation ud til brugeren.



Som vi ser det hos DESIGN CONCERN A/S dækker servicedesign både over fysiske produkter og immaterielle serviceydelser: Fysiske produkter kan fx være brugermanualer (som i mange tilfælde er brugerens første møde med virksomhedens produkt), immaterielle serviceydelser kan fx være rådgivning og support på produkter. Resultatet af servicedesign er brugerens oplevelse af serviceniveauet, og med servicedesign er det muligt at forbedre brugernes tilfredshed med et produkt eller en ydelse.

Hvorfor er servicedesign så vigtigt?

Fordi konkurrencen udefra bliver markant større. Iflg. markedsføringens grand old man Hans Prehn er det kun et ud af ti brands, som adskiller sig markant fra konkurrenterne, så kunderne kan se forskel – og udenlandske produkter er ofte billigere end danske. Servicedesign handler også om at skille sig ud fra mængden og at skabe større loyalitet, forstærke konkurrencekraften og skabe større omsætning.

I sidste ende handler loyalitet om tilfredse kunder. Det er vigtigt at sætte sig ind i kunden og brugerens situation og designe en god oplevelse. Effektivt servicedesign kan løse konkrete problemer og hæver kvaliteten for kunden eller brugeren.