

I UDFORDRINGEN skal du belyse dit problem. Hvordan oplever aktørerne det? Hvem er de - og hvilke kanaler bruger de?

Definer udfordringen. Hvad ved du allerede - og hvad har du brug for at vide? Du skal ikke tænke på løsninger, men finde ud af hvordan du bedst kan beskrive og afdække aktørernes problem.

BESKRIV UDFORDRINGEN: HVOR GØR DET ONDT?



Den eksterne udfordring



Den interne udfordring

VI SKAL SKABE EN FORANDRING DER GØR, AT FLERE BRUGERE

HVILKE AKTØRER ER I SPIL?

Skab overblik. Lav en liste med alle aktører, der har berøring med din udfordring - og beskriv deres rolle i stikordsform.



BORGERE



ERHVERV



MYNDIGHED OG UDØVERE



LEVERANDØRER

Er alle lige vigtige? Marker den vigtigste.

HVILKE KANALER ER I SPIL? (INDGÅENDE OG UDGÅENDE)

Hvordan foregår kontakten med brugerne i dag? Beskriv kortfattet hvilke kanaler der er i spil.



DIGITALT



BLANKET



TLF



PERSONLIG



BREV



ANDET

Er det dækkende?

PROJEKTET ER...

Sæt en foreløbig ramme for dit projekt



En lille ændring

Et stort projekt

BRUGERNES TILFREDSHED NU



Hvor ved du det fra?

MÅLSÆTNING FOR BRUGERNES TILFREDSHED



Er det realistisk?



TÆNK OVER / HUSK

Din forståelse af udfordringen er helt central for, at du lykkes som servicedesigner. Jo bedre du forstår brugernes udfordringer, jo bedre en løsning kan du skabe i sidste ende. Så tænk over: er det *det rigtige* problem du undersøger?

Hvad skal du gøre for at blive klogere på problemet? Hvad er det særligt vigtigt at undersøge, hvem skal du tale med - og om hvad. Husk brugerne! Og husk: du skal stadig fokusere på hvordan du bedst kan afdække problemfeltet - ikke finde løsninger.

ANTAGELSER OG OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

Du er lige startet, men har sikkert allerede en ide om hvad du vil undersøge. Hvilke antagelser ligger til grund for din opgaveløsning (IT-systemet virker ikke optimalt, der er altid kø i telefonen, brugerne har svært ved at forstå vores tekster m.fl.)

Hvilke emner er vigtigst for brugerne (så vidt du ved)?

1

2

3

4

5

JEG VED IKKE

DERFOR SKAL JEG



HANDLINGSKORT

Jeg skal undersøge

Jeg skal tale med

ANTAL

Metode

Interview Møde Foto-safari Anden metode? Beskriv: _____

Observationer Statistik Spørgeskema _____

JEG VED IKKE

DERFOR SKAL JEG



HANDLINGSKORT

Jeg skal undersøge

Jeg skal tale med

ANTAL

Metode

Interview Møde Foto-safari Anden metode? Beskriv: _____

Observationer Statistik Spørgeskema _____

JEG VED IKKE

DERFOR SKAL JEG



HANDLINGSKORT

Jeg skal undersøge

Jeg skal tale med

ANTAL

Metode

Interview Møde Foto-safari Anden metode? Beskriv: _____

Observationer Statistik Spørgeskema _____



TÆNK OVER / HUSK

Brugerne er din vigtigste kilde til viden. Har du sikret dig, at du får tilstrækkelig viden om brugernes oplevelse af udfordringen? Har du brug for at lave flere Handlingskort og tale med flere aktører?



NÆSTE METODE

METODE NR.2: INDSIGTEN



Inden du går til næste metode skal du indsamle indsigter om brugerne og andre vigtige aktører. Det gør du gennem interviews, observationer møder m.m. Dine indsigter danner grundlag for det videre arbejde. Husk at undersøge hvad der sker både før, under og efter brugerens møde med jeres service.