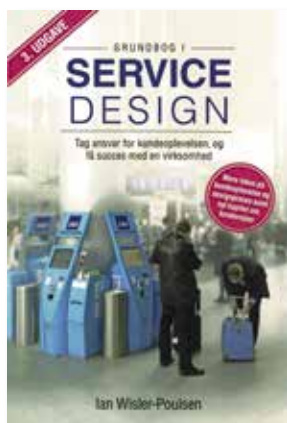


SERVICE I KVALITET – KVALITET I SERVICE?



Titel: Grundbog i Servicedesign

Forfatter: Ian Wisler-Poulsen

Sprog: Dansk

Forlag: Wislers Forlag

ISBN: 978-87-999939-4-9

Sider: 302

Udgivet: 3. udgave 2017



DET ER VIGTIGT AT HUSKE, AT VORES PRODUKT KAN MISTE TROVÆRDIGHED I FORHOLD TIL OPLEVELSE AF KVALITET, HVIS VI SÆLGER DET FOR BILLIGT.

Grundbog i Servicedesign handler i korthed om, hvordan vi kan se vores virksomhedsservice gennem kundens øjne, hvordan vi kan analysere service metodisk og hvordan vi efterfølgende kan forbedre kundens oplevelse af vores service.

Grundbog i Servicedesign er ikke en bog om kvalitet. Jeg har valgt at skrive om den alligevel, fordi vi som kvalitetsfolk kan blive involveret i at arbejde med netop udvikling af den kundeoplevede servicekvalitet. Ligeledes har vi som kvalitetsfolk interne kunder, over for hvem vi måske også kan forbedre servicen.

Bogen er skrevet i et let tilgængeligt sprog. Den er bygget struktureret op med en god fremadskridende tilgang til emnet. Bogen er bedre som en teoribog der gennemlæses og derefter kan bruges som reference, end den er som opslagsbog – om end der er et rimeligt fyldigt register. Grundbog indgår i titlen og beskriver meget godt hvad denne bog er. En bog der starter helt fra bunden, men også en bog hvor du efter 300 sider har fået et godt indtryk af, hvad servicedesign er og tilmed masser af værktøjer og eksempler til selv at gå ud og ændre din virksomheds servicedesign.

Der er igennem bogen flere eksempler på både god og dårlig service, samt en forklaring på hvad det er der gør, at vi oplever servicen som netop god eller dårlig. Tidligt i bogen findes en gennemgang af forskellen på service for virksomheder der sælger et materielt produkt i forhold til virksomheder der har immaterielle produkter (tjenester eller ydelser) – og på hvordan en immateriel serviceydelse kan gøres mere håndgribelige.

En anden væsentlig vinkel er ”udefra-ind” eller ”indefra-ud” diskussionen. Hvordan er din virksomheds service skruet samme? Er det virksomheden der er i centrum eller er det kunden. Hvordan ser kunden din virksomhed?

Et meget interessant kapitel er kapitlet om ”Oplevelse, værdi og forventning”. Ofte bliver kvalitet defineret som at ”oplevelsen er højere end forventningen”. Men hvordan kan vi skabe en god kundeoplevelse med eller omkring vores produkt eller ydelse, uden at ændre selve produktet eller ydelsen – du får et godt afsæt i dette kapitel.

Kunderejsen og touchpoints behandles indgående. Der er gode eksempler og skabeloner du kan bruge hvis du ønsker at kende den rejse din virksomheds kunder tager for at købe jeres produkt eller serviceydelse. Slutteligt er der en gennemgang af en case.

Selvom servicedesign ikke er mit fagområde vil jeg alligevel sige at denne bog giver en god indføring i emnet. De mange letforståelige eksempler og den gode cases gennemgang giver en grundig introduktion for anvendelse og implementering af servicedesign.

God læselyst
Henrik