



**Glenn Jonasson** är civilingenjör från Chalmers och reservofficer i flottan. Han är ledarskapskonsult och moderator med en särskild förmåga att förklara och förenkla. Hans fallenhet för att läsa av samspelet mellan människor kommer till användning i de flesta branscher.

**Carina Rislund** har en doktorsexamen i personskadeprevention från Chalmers och studier i utbildningsledarskap vid Göteborgs Universitet. Hon är certifierad europaergonom och arbetar som utbildare och coach inom innovation och kvalitetsledning.

**Kontakta oss:**

carina.rislund@hokahey.se

070-511 36 34

eller läs mer på kundlyftet.se och hokahey.se



Kundlyftet



Varför en  
Handbok i tjänstedesign?



## Boken på 5 min

### Utgå från kundkunskap

Bra innovationsidéer hämtas med fördel ur kundkunskap. Den som lär sig om kundernas och användarnas situation med deras bekymmer, strävanden och mål får insikter och kreativa idéer som kan leda till nya och mer träffsäkra lösningar. Handboken lär ut metoder för kundcentrerad kundkunskap. Kunnskaperna du bygger här är både teoretiska och praktiska. Det pedagogiska upplägget är utformat för att du ska lära dig dessa på ett effektivt sätt.

### Tänk behov före lösning

Den som vet mycket om kundernas behov har ett försprång. Framgångsrika utvecklare skaffar kundkunskap genom att tänka behov före lösning; de sätter vad före hur. Vad:et betecknar vad kunden eller användaren behöver; vad den har för problem, vad den vill åstadkomma, vilken uppgift den vill utföra. Hur:et står för hur lösningen ska utformas, detaljerna i produkten eller tjänsten som ännu inte finns. Att tänka behov före lösning är en förutsättning för träffsäkerhet i utvecklingsarbetet.

### Ta kundens perspektiv

Man tar ofta sin egen världsbild för given och antar att den är sann för alla – ett hinder för kundcentrerad utveckling. Vi introducerar en vetenskaplig modell, aktivitetsteori, som med enkla visuella

verktyg hjälper utvecklaren ta kundens perspektiv och hitta de behov som finns inbäddade i kundens berättelser.

### Lyssna aktivt

Aktivt lyssnande är nyckeln till att framgångsrikt kunna ställa sig i kundens skor. Det fordras tekniker och träning för att styra uppmärksamheten till den Andre, och hålla kvar fokus där. Dessutom fordras en intresserad och respektfull attityd för att lyssnandet inte ska bli mekaniskt. Förmågan att lyssna omfattar således både tanke och känsla och är en praktisk kunskap som lärs genom träning. Boken har övningar som passar i vardagliga situationer för att stärka förmågan att lyssna.

### Ställ effektiva frågor

Frågeteknik är centralt i kundinvolvering. Bra frågor gör skillnad; de ger utrymme för den Andre att tänka och tala, de stimulerar till berättelser och förklaringar. Effektiviteten i utforskande samtal är, förutom öppna frågor, beroende av den intention utvecklaren laddat sig med. För att hitta de dolda och mer komplexa kundbehoven krävs en medvetet vald intention som både stimulerar till bra formuleringar och styr uppmärksamheten i lyssnandet. Boken innehåller konkreta metoder och övningar i frågeteknik.

### Sammanfatta och spegla

Samtalstekniken lägger stor vikt vid kommunikationens detaljer och vad de betyder för den Andres kreativa tänkande. Därför är den viktig för dig som arbetar med kundinvolvering. De tre viktigaste metoderna i samtalstekniken är frågor, sammanfattningar och speglingar som vävs ihop i ett rytmiskt mönster. Teknikerna beskrivs i detalj, både teoretiskt och praktiskt genom övningar och konkreta tips.

### Intervjua, observera, prototypa

En systematisk kombination av insamlingsmetoder ger både djupare kundinsikter och ökad säkerhet i sökandet. Intervjuer ska helst göras på platsen där kunderna och användarna arbetar eftersom kunskapen om kundbehov är inbäddad i arbetssituationen och finns tillgänglig endast i den miljön. Observation behövs eftersom en stor del av kunskapen är knuten till handlingssituationen och blir synlig endast i utförandet. Det kallas etnografisk metod. Observju är samtidig intervju och observation, en krävande men givande metod särskilt lämpad för innovation. Meningen med att prototypa är att locka fram kunskap om kundbehov i ett verklighetsnära tillstånd utan att behöva en färdig fullskaleprodukt.

### Visualisera, tolka, dokumentera

Det är viktigt att bearbeta kunddata visuellt för att få överblick och kontakt med insamlat material. Boken beskriver fyra visuella bearbetningsmetoder som driver tankeprocessen framåt och gör att behovsbilden klarnar: nedbrytningsstruktur, stratifiering, storyboarding och kundresa. Kravspecifikationer är ofta långa och svårästa men de ska skrivas så att beslutsfattare och andra intressenter faktiskt läser dem. Boken presenterar en dokumentstruktur som fungerar.

### Arbeta systematiskt och agilt

Processen för tjänstedesign levererar tre saker: verifierade kundbehov per kundkategori, prioriteringar av kundbehoven och en översiktlig behovsbild. Utvecklingsprojektet körs lämpligen agilt med snabba iterationer och täta avstämningar. Hypoteserna om kundbehov är motorn i det arbetet. En metodmix väljs av intervjubaserade, observationsbaserade och simuleringsbaserade metoder. Resten handlar om ledarskap och disciplin i genomförandet.

### Handboken behövs för att:

- ...lära ut det konkreta hantverket i att utforska kundbehov
- ...hjälpa att förstå tvärdisciplinära teorier och metoder som en fungerande helhet
- ...den har ett uttalat pedagogiskt syfte för yrkesverksamma praktiker