

Hei  
Hei  
Hei !

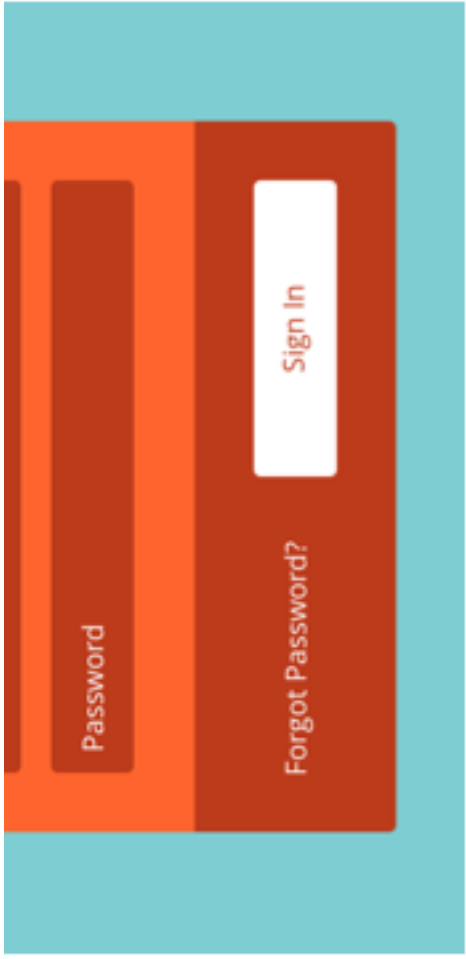
# U

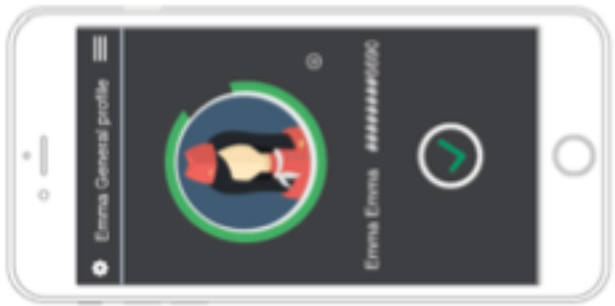
Netlife

Vennligst  
logg inn

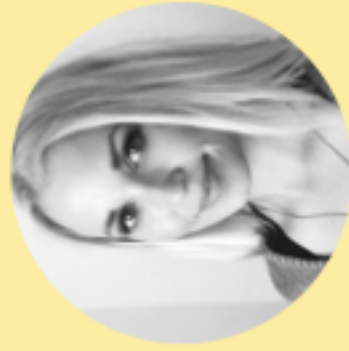
LOGIN TO YOUR ACCOUNT

Email





Hvordan lager vi nye  
tjenester egentlig?



U

Caroline Strømme

Tjenedesigner  
Netlife Design

Netlife

# U

- Brukerinnsikt
- Mapping
- Kundereiser
- Testing
- Brukeradferd -  
Nudging

Hvordan tørre å være  
først ute med en **ny**  
**tjeneste?**

Tørre å være  
nytenkende og  
**innovativ?**

**Brukerinnsikt**

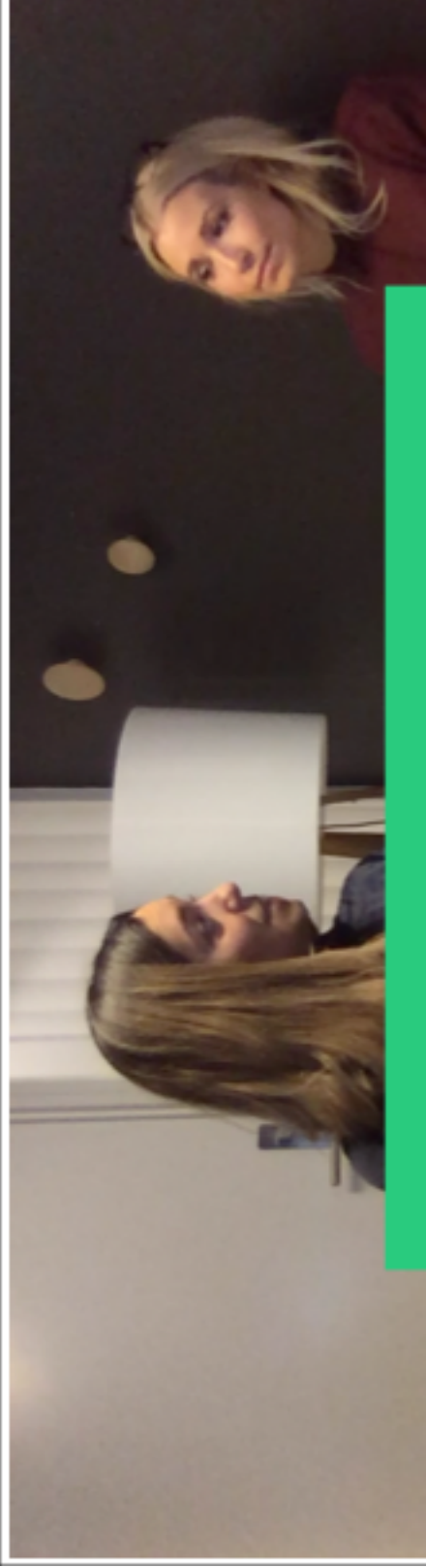
Bli ordentlig godt  
kjent med brukeren  
deres..


Og vi vil vite mest  
mulig fordi..






# Hvem er brukerne egentlig?





Dybdeintervju

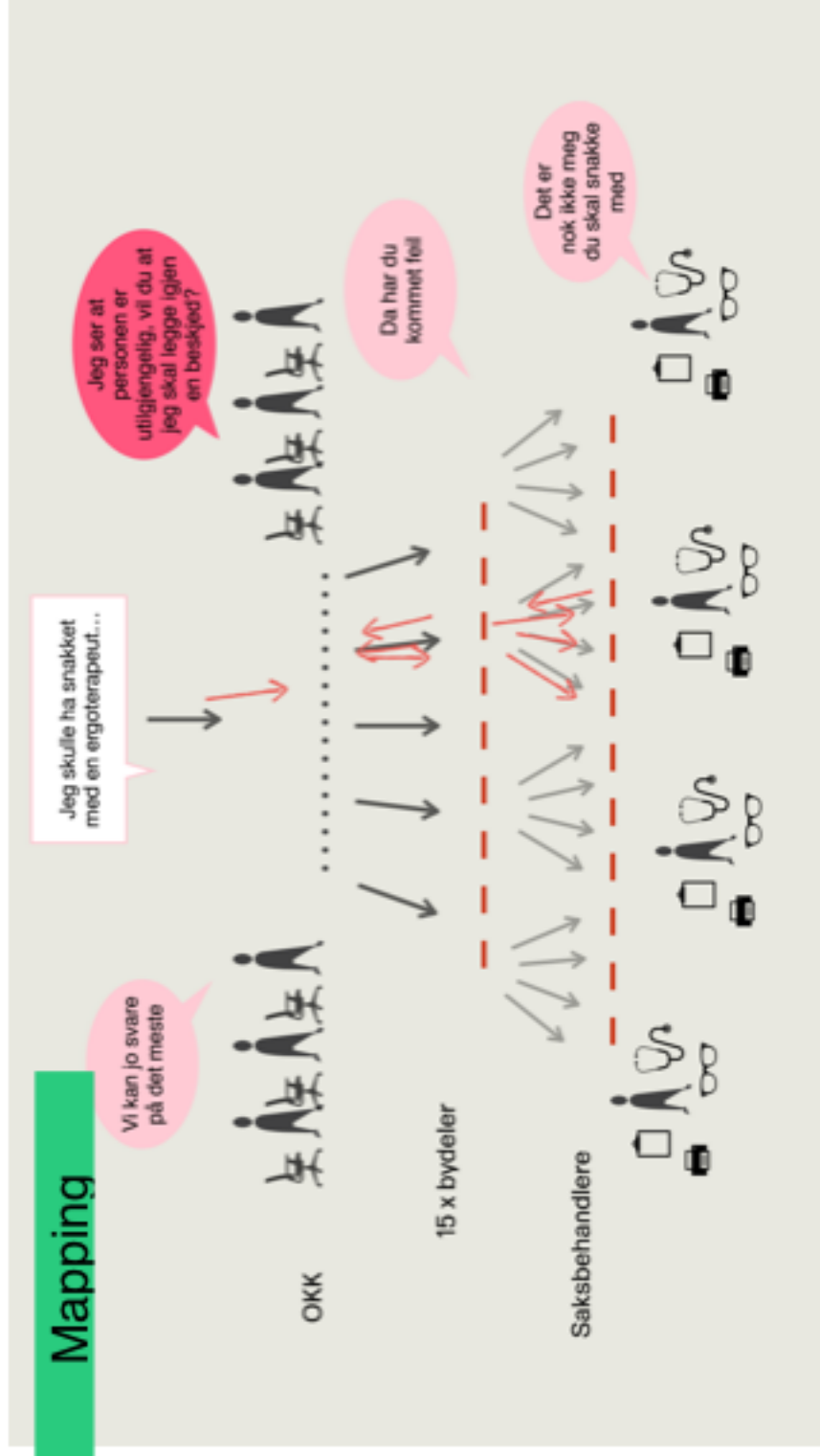


Brukertest i lab

#Brukeren må vite mye fra før



## Mapping



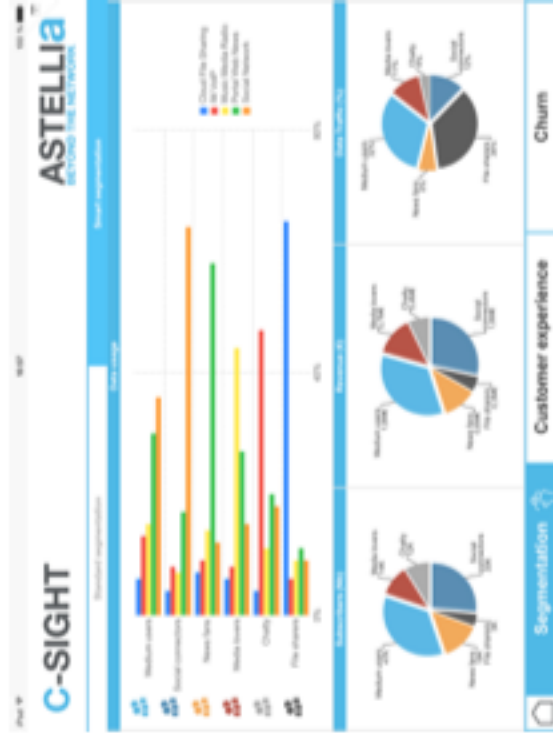
# Målgrupper og

# brukerprofilering

Store målgrupper:  
Når brukeren er «alle»

- Alle som kaster søppel..
- Alle som bor i en by..
- Alle som betaler regninger..

- Alle som bruker strøm..

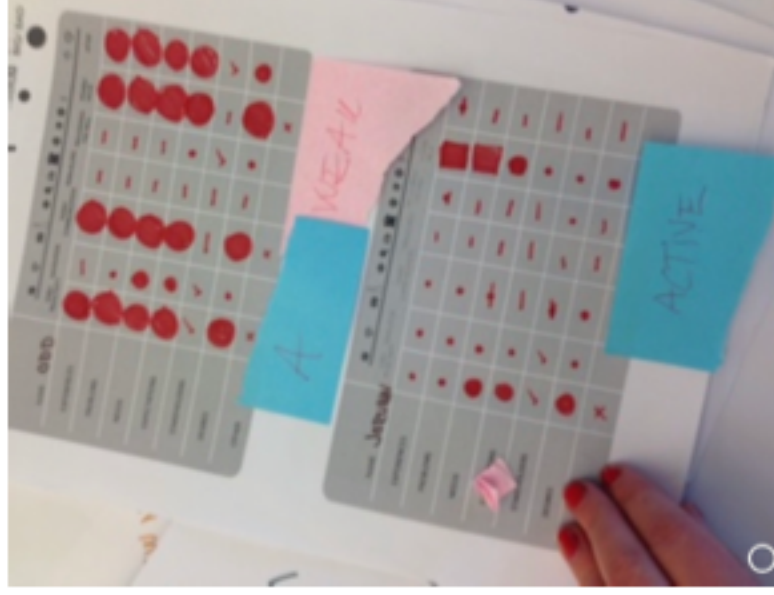


### The Segments

The resulting five segments proved attitudinally differentiated and demographically distinct.

Demographics	Young Achievers	Concerned Moms	Financially Mature	No More	Life Catalysts
Age	Younger	Young, Middle Age	Mature	Middle Age	Mature
Gender	Men and women	Primarily female	Men and women	Men and women	Men and women
Income	High income	Mid to high income	Mid to high income	Mid to high income	Mid to high income
Attitudes	Early adopters, tech-savvy, driven, risk takers, price sensitive	Use social media, but not electronic financial services, don't know where to begin, price sensitive	Recognize value of insurance, confident about financial situation, least price sensitive	Life aligners, risk averse, not primary decision makers, price sensitive	Use social media, interested in financial and, least interested in insurance

# Brukerprofiler



# Brukerreiser

Brukeren på en tidslinje

Har noen av dere  
vært med å kartlegge  
brukerreiser?

## MADS PRØVER "HELSEVANER"



Generell  
Brukerreise

Tilbud

## BLI BRUKER



Kanal  
Google  
Animasjon



Intro  
Startside

## MÅLING?



Finne din  
helsestatus



Resultat

## DAGLIG BRUKER AV TJENESTEN



Sett deg mål  
for sunne vaner  
gjærne  
sammen med  
familien din



Velg et program  
til deg eller  
familien sammen



Sykle mer!  
Ta **Kristoffs** sykkelture  
8 sykkelture

# Hvordan lager vi



Utviklingsprosjekt

# brukerreiser

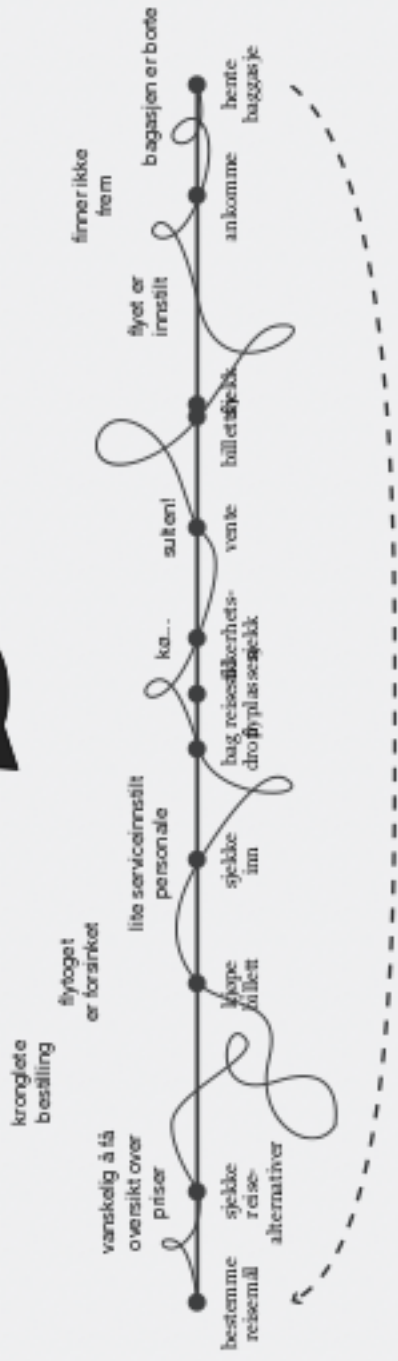
Stegene

Kanalene

Aktørene

# Emosjonskurve

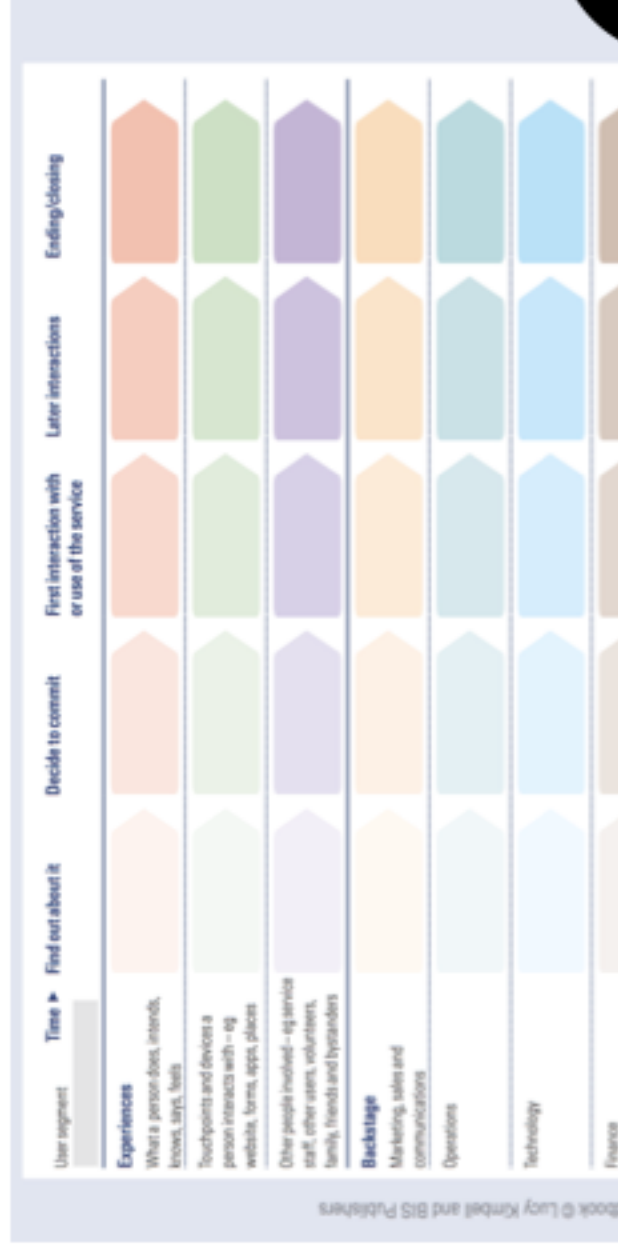
arhg!

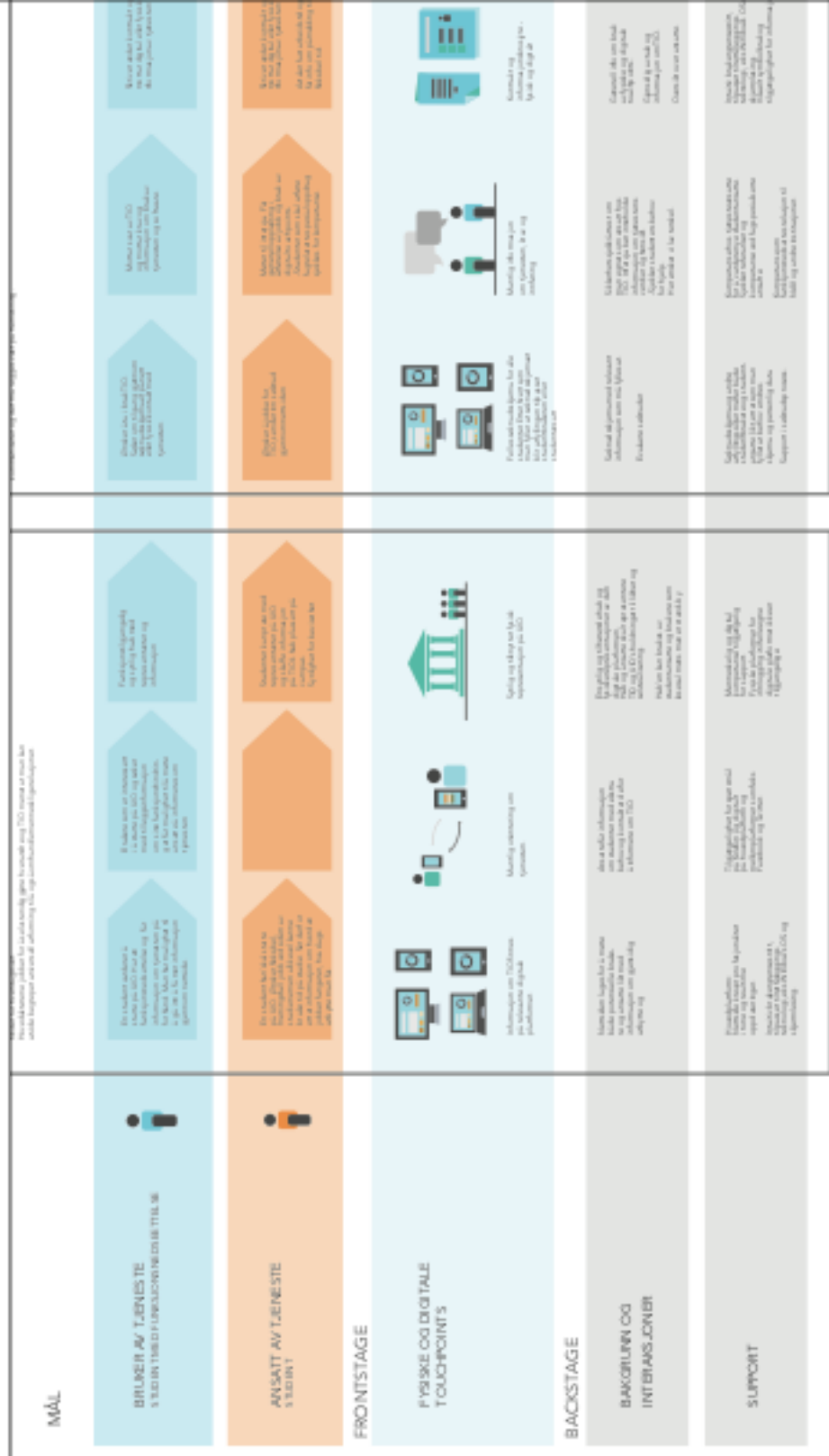




**Den idelle  
brukerreisen**

Brukeren på en tidslinje som gjør akkurat slik du ønsker..





# Hvordan endre brukeradferd?





Er det noen av dere  
som vet hva nudging  
er?





**Bagasje**





Maks 10 kg    Legg til under

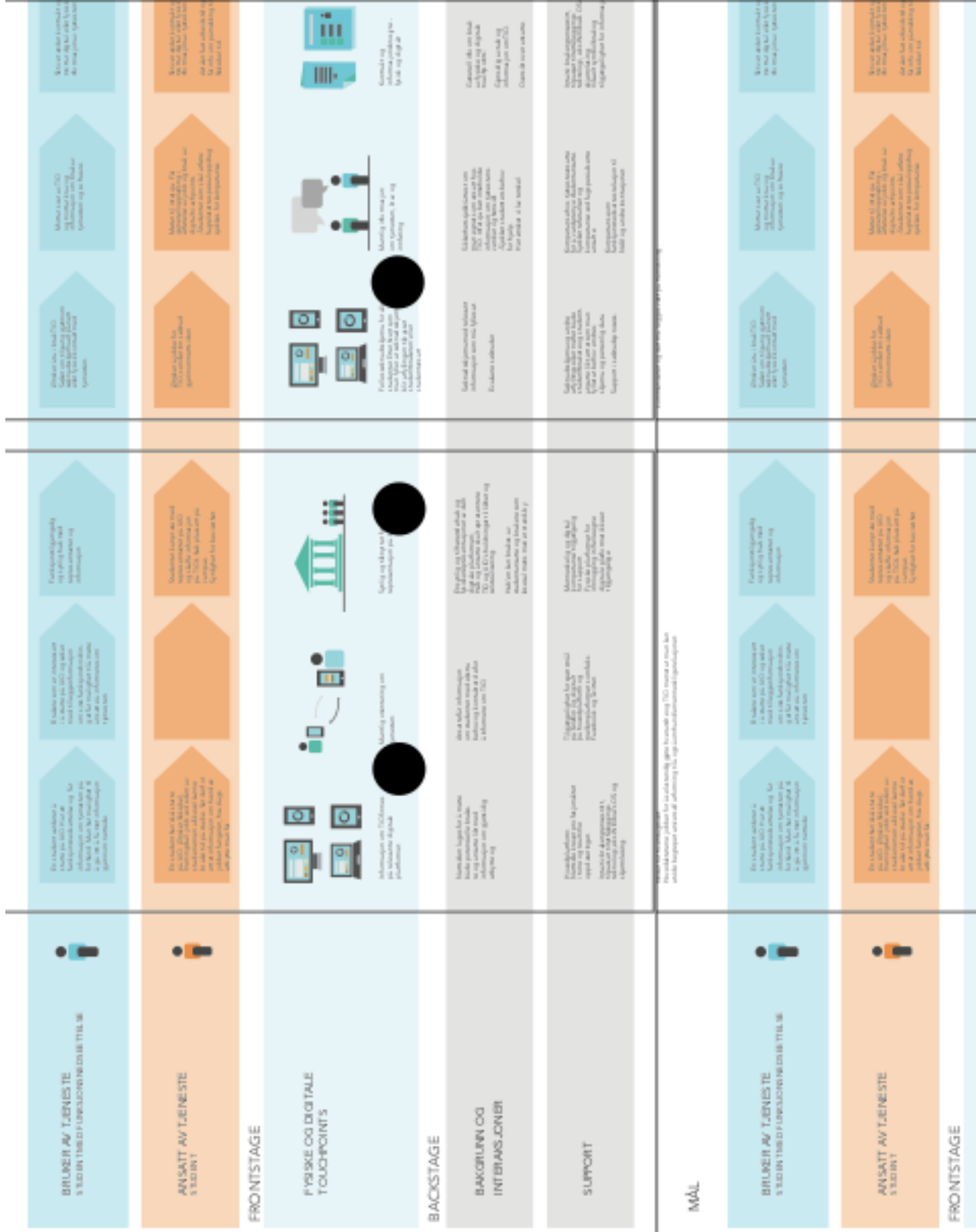
Utreise: LowFare





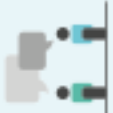

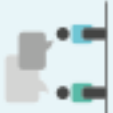

### Legg til håndbagasje

- Liten veske under setet ⓘ    Inkludert
- Håndbagasje i bagasjehylle ⓘ    50 NOK

## Nudging i brukerreisen

<p><b>MÅL</b></p>	<p>Nettselskonsernet skal ha en rekke mål og KPI-er som skal måles opp mot, og som skal bidra til å sikre at kundene får en god opplevelse av tjenestene våre. Dette inkluderer blant annet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruk av digitale kanaler</li> <li>• Tjenestegivning</li> <li>• Kundens opplevelse</li> <li>• Tjenestegivning</li> <li>• Tjenestegivning</li> </ul>	<p>Nettselskonsernet skal ha en rekke mål og KPI-er som skal måles opp mot, og som skal bidra til å sikre at kundene får en god opplevelse av tjenestene våre. Dette inkluderer blant annet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruk av digitale kanaler</li> <li>• Tjenestegivning</li> <li>• Kundens opplevelse</li> <li>• Tjenestegivning</li> <li>• Tjenestegivning</li> </ul>	<p>Nettselskonsernet skal ha en rekke mål og KPI-er som skal måles opp mot, og som skal bidra til å sikre at kundene får en god opplevelse av tjenestene våre. Dette inkluderer blant annet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruk av digitale kanaler</li> <li>• Tjenestegivning</li> <li>• Kundens opplevelse</li> <li>• Tjenestegivning</li> <li>• Tjenestegivning</li> </ul>
<p><b>BRUKER AV TJENESTE</b> 5.3.2019-1.3.2020</p>	<p>• Tjenestegivning</p> <p>• Kundens opplevelse</p> <p>• Tjenestegivning</p> <p>• Tjenestegivning</p>	<p>• Tjenestegivning</p> <p>• Kundens opplevelse</p> <p>• Tjenestegivning</p> <p>• Tjenestegivning</p>	<p>• Tjenestegivning</p> <p>• Kundens opplevelse</p> <p>• Tjenestegivning</p> <p>• Tjenestegivning</p>
<p><b>ANSATT AV TJENESTE</b> 5.3.2019-1.3.2020</p>	<p>• Tjenestegivning</p> <p>• Kundens opplevelse</p> <p>• Tjenestegivning</p> <p>• Tjenestegivning</p>	<p>• Tjenestegivning</p> <p>• Kundens opplevelse</p> <p>• Tjenestegivning</p> <p>• Tjenestegivning</p>	<p>• Tjenestegivning</p> <p>• Kundens opplevelse</p> <p>• Tjenestegivning</p> <p>• Tjenestegivning</p>
<p><b>FRONTSTAGE</b></p>	<p><b>FYSISKE OG DIGITALE TOUCHPOINTS</b></p>	<p><b>BACKSTAGE</b></p>	<p><b>BAKGRUNN OG INTERAKSJONER</b></p>
<p><b>SUPPORT</b></p>	<p><b>MÅL</b></p>	<p><b>MÅL</b></p>	<p><b>MÅL</b></p>



FYSISKE OG DIGITALE TOUCHPOINTS	 Informasjon om TSD/tilsøknader og tilskuddsavgift på elektroniske og digitale touchpoints  Møtting og oppfølging av kunder og samarbeidspartnere  Spørsmål og klager om virksomhetens tjenester  Fysiske touchpoints for kunder og samarbeidspartnere som butikker, MA og kundesenter	 Møtting og oppfølging av kunder og samarbeidspartnere  Fysiske touchpoints for kunder og samarbeidspartnere som butikker, MA og kundesenter  Møtting og oppfølging av kunder og samarbeidspartnere  Nettbaserte og elektroniske touchpoints som nettsider, e-tjenester og MA
BACKSTAGE	<p>Informasjon om TSD/tilsøknader og tilskuddsavgift på elektroniske og digitale touchpoints</p> <p>Planlegging og gjennomføring av TSD og tilskuddsavgift på elektroniske og digitale touchpoints</p> <p>Oppfølging og klagebehandling av kunder og samarbeidspartnere</p>	<p>Nettbaserte og elektroniske touchpoints som nettsider, e-tjenester og MA</p> <p>Planlegging og gjennomføring av TSD og tilskuddsavgift på elektroniske og digitale touchpoints</p> <p>Oppfølging og klagebehandling av kunder og samarbeidspartnere</p>
BAKGRUNN OG INTERAKSJONER	<p>Planlegging og gjennomføring av TSD og tilskuddsavgift på elektroniske og digitale touchpoints</p> <p>Oppfølging og klagebehandling av kunder og samarbeidspartnere</p>	<p>Nettbaserte og elektroniske touchpoints som nettsider, e-tjenester og MA</p> <p>Planlegging og gjennomføring av TSD og tilskuddsavgift på elektroniske og digitale touchpoints</p> <p>Oppfølging og klagebehandling av kunder og samarbeidspartnere</p>
SUPPORT	<p>Oppfølging og klagebehandling av kunder og samarbeidspartnere</p>	<p>Nettbaserte og elektroniske touchpoints som nettsider, e-tjenester og MA</p> <p>Planlegging og gjennomføring av TSD og tilskuddsavgift på elektroniske og digitale touchpoints</p> <p>Oppfølging og klagebehandling av kunder og samarbeidspartnere</p>

Hvordan tørre å være  
 først ute med en **ny**  
 tjeneste?

Tørre å være  
 nytenkende og

innovativ?

Hvordan gjøre  
umulige ting mulig..



What a person sees, hears, knows, says, feels

Touchpoints and devices a person interacts with - eg website, forms, apps, places

Other people involved - eg service staff, other users, volunteers, family, friends and bystanders

**Backstage**

Marketing, sales and communications

Operations

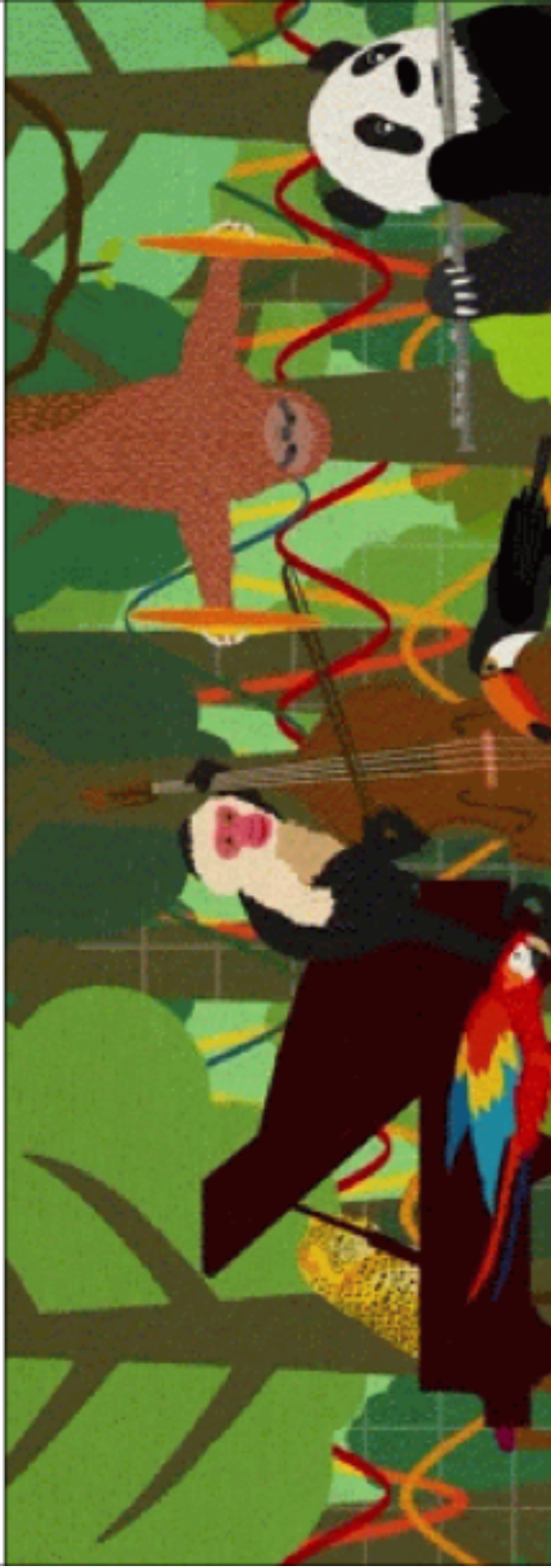
Technology

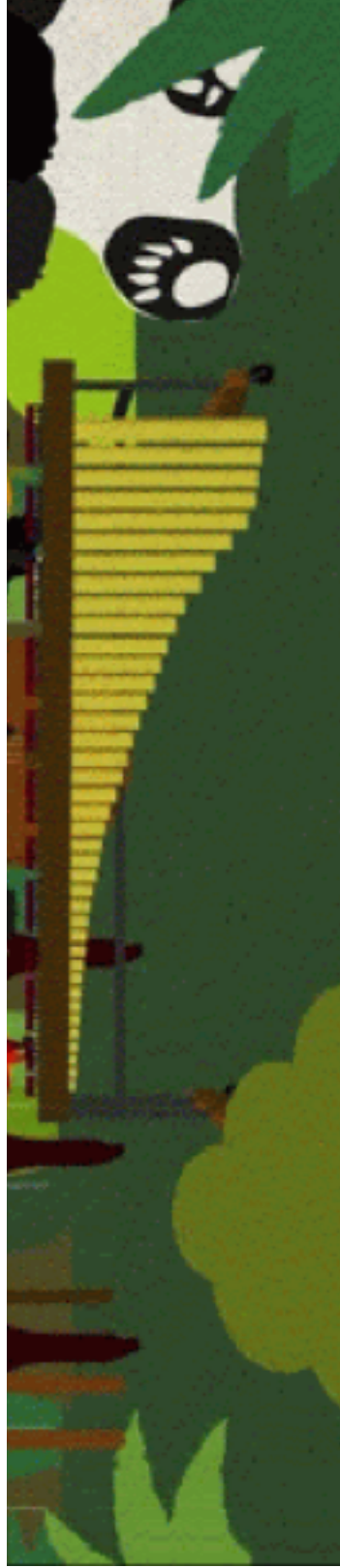
Finance

**Infrastructure**

Tasks for granted networks, assets and structures that support the service


Serviceinnovationva.fi  
nhandbook.org -  
Lucy Kimbell





- Brukerinnsikt
- Beskriv brukerprofiler
- 1. Dagens brukerreiser
- 2. Den idelle brukerreisen
- Test tjenesten
- Påvirke brukeradferd - Nudging



Takk for meg!

[caroline.stromme@netlife.com](mailto:caroline.stromme@netlife.com)



























