

# SERVICE

I et presset marked

© MIKE HOHNEN - MAY 2020

1

Mike Hohnen  
[www.thoughts4action.dev](http://www.thoughts4action.dev)

<https://www.linkedin.com/in/hohnen/>

2

## De 2 værktøjskasser

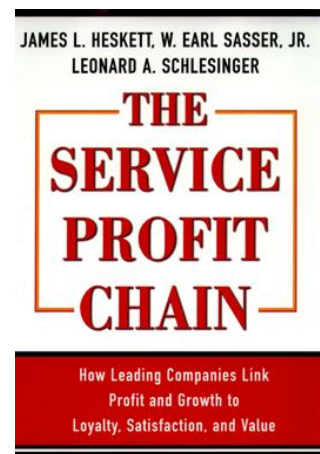
Service Profit Chain

Service Design Thinking

Strategi

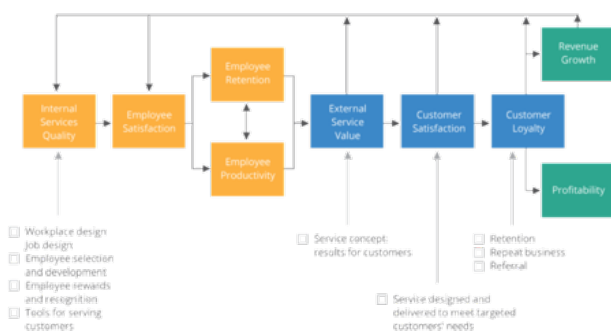
Taktik

3



4

## Service Profit Chain



5

## Service Profit Chain Simplificeret

### TRE GRUNDELEMENTER

DREAM  
TEAM

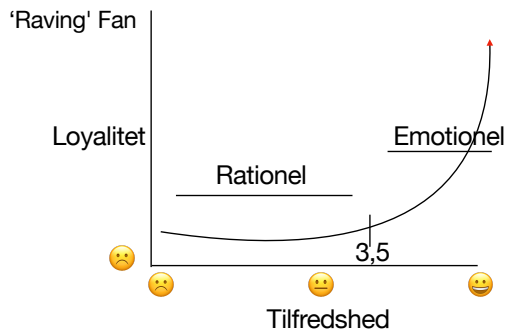
VÆRDI

KUNDE  
LOYALITET

6

## LOYALITET

ift. tilfredshed

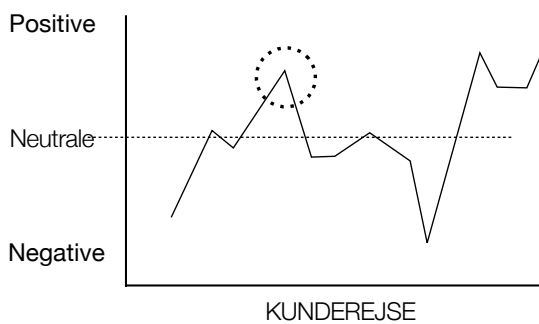


7

Loyalitet  
er drevet af følelser

8

## Følelser opstår i touch points



9

## Emotionel komponent

FØR	NU
'Wow' oplevelser	Trygt & Problemfrit

10

## Den største trussel...

...er ikke at de kan få en bedre oplevelse,  
MEN at der er nogen der kan gøre det nemmere\*

\*NEMMERE = MINDRE BEKYMRING OG/ELLER INDSATS

11

## Service er asymmetrisk



12

## Værdibrøken

Vi kan kun forstå værdi fra et kundeperspektiv

$$V = \frac{\text{RESULTAT} \quad \text{PROCESS}}{\text{Kr.} \quad \text{EGEN INDSATS}}$$

Tid  
Pålidelighed  
Kompetance  
Empati  
Synligt bevis

13

## De gode gamle dage...

$$V = \frac{R + P}{Kr. + E}$$

14

## Nu handler det om

$$V = \frac{\text{RESULTAT}}{\text{Kr.} + \text{E}}$$

Tid  
Pålidelighed  
Kompetance  
Empati  
Synligt bevis

MINIMUM  
EGEN INDSATS

15

*Vi har allerede brugt Rungstedgaard to gange her under corona-perioden.*

*Udover at faciliteterne er rigtig gode, som altid, så er det tydeligt, at Rungstedgaard og personalet tager situationen meget seriøst og professionelt.*

*Vi følte os trygge og i gode hænder.*

*De har tydeligvis styr på procedurerne, men samtidig gør de det på en måde der sikrer, at vi får det ud af det, vi skal når vi nu tager "ud af huset" for at mødes.*

*De varmeste anbefalinger herfra."*

Christian Freitag, Holte Lægehus

16

## HVORDAN GØR VI DET?

DREAM  
TEAM

17

## DET FUNDAMENTALE VALG

RESSOURCE  
OPTIMERING

FLOW  
OPTIMERING

18



19

## Ressourcer eller Flow?

### Hospitals 'Oplevelsen'

Patienterne venter i kø.  
Lægen/Scanneren skal udnyttes mest muligt effektivt.

Patienter går fra afdeling til afdeling måske over flere dage/uger/mdr.



"emnet" har lang gennemløbstid effektivt

20



21

## FLOW

Hvad påvirker 'emnet' i gennemløbstiden?



22

**Mass customisation**

**Mass individualisation**

23

**HVAD SKAL VÆRE I FOKUS?**

**SYSTEMET**

**KUNDEN**

24

## Ressource - effektivitet

- + Produktions optimering
- Afdelinger arbejder ikke sammen, fokus er på egen effektivitet frem for helhed

## Flow - effektivitet

- + Alle arbejder sammen om at lave bedst muligt flow - fokus på helheden
- Ikke maximal udnyttelse af ressourcer/kapacitet

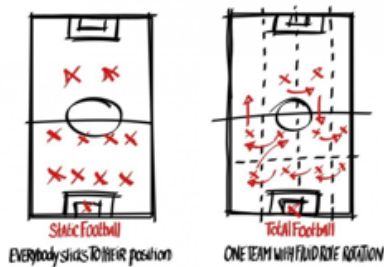
25

## What...!?

**Flow focus koster enorme ressourcer - og vi skærer ned...**

26

## VI KAN LÆRE NOGET FRA FODBOLD



27

## Det betyder...

Flydende roller

T-formede medarbejdere (Ekspertter der også er generalister)

Decentraliseret autonomi - Empowerment

Vi skal sikre alle har det samlede billede (ser hele banen)

Mindre management - mere selvorganisering

28

## Opsummering

Smalle kundesegmenter. Alt for alle er ikke en strategi.

Gennemgå kunderejsen (touch points) FOR HVERT SEGMENT

Organisere med focus på FLOW frem for produktionsoptimering

29

—> **Mads:**

**Service Design og Kultur**

30

## Fem ting du kan gøre nu

Identificer 'smalle' segmenter - Tænk Resultat og 'Effort'

Kortlæg touch points på gæsterejsen per segment m/ post-it's.  
Test for (Resultat, 'Effort' og Tryghed)

Organiser med kunden i centrum (ikke afdelingen)

Gør hele banen synlig - daglige 'huddles' for at skabe fælles  
overblik'

Tag service kulturtesten