STRATEGISK DESIGN

OPPGAVE 2: Presentasjon

Gruppe 4

Emne: STD2101
Kull: 22/25
Utdanning: Bachelor i tjenestedesign, BTD

01

INNHOLD

Om oss 02

Case & vår forståelse 03

Gjennomføringsplan 04

Milepæler 05

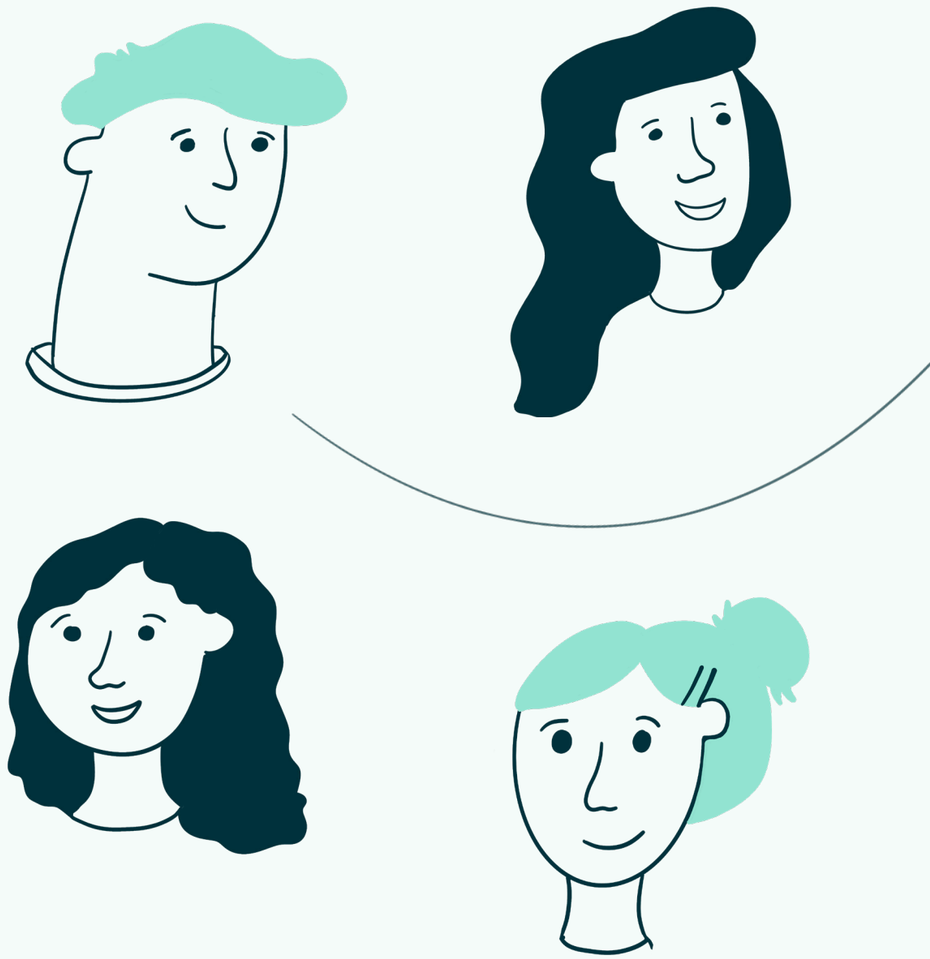
Implementering 06

Tjenestedesigns bidrag 07

Verdi 08

Utfordringer 09

OM OSS:



SNORKEL

Snorkel er et designbyrå som spesialiserer seg innenfor tjenestedesignrettet problemløsning. Vi i Snorkel ønsker å kontinuerlig sette kunden i sentrum, samtidig som vi har et overordnet fokus på at leveransen skal være i tråd med deres strategiske ambisjoner.

Våre tjenestedesignere fokuserer også på å komme med bærekraftige løsninger, både sammen med de som skal bruke tjenestene og de som lager dem.

CASE

- Caset fra DNB: lage en brukbar og relevant banktjeneste for barn
- Strategisk plan: 1. august til 1. desember
- Bruken av relevante designmetoder for best løsning og en gjennomførbar plan
- Dette vil resultere i et ferdig utviklet konsept
- Ivareta DNBs strategiske ambisjoner: kunden velger oss, vi leverer bærekraftig verdiskapning og vi finner løsningene sammen.

VÅR FORSTÅELSE

- Vekke barns interesse og engasjement for økonomi
- Tilby banktjeneste for økt økonomisk kunnskap
- Økt økonomisk kunnskap fra ung alder: sunnere og stabil privatøkonomi
- Målgruppe: barn 12-17 år i Oslo
- Mest mottakelig for læring om økonomi
- Begrenset til Oslo: stort mangfol og representativt for andre deler av landet

”Hvordan kan vi lage en brukbar og relevant tjeneste for barn mellom 12-17 år, som gjør dem engasjert og involvert i personlig økonomi?”

04 GJENNOMFØRINGSPLAN

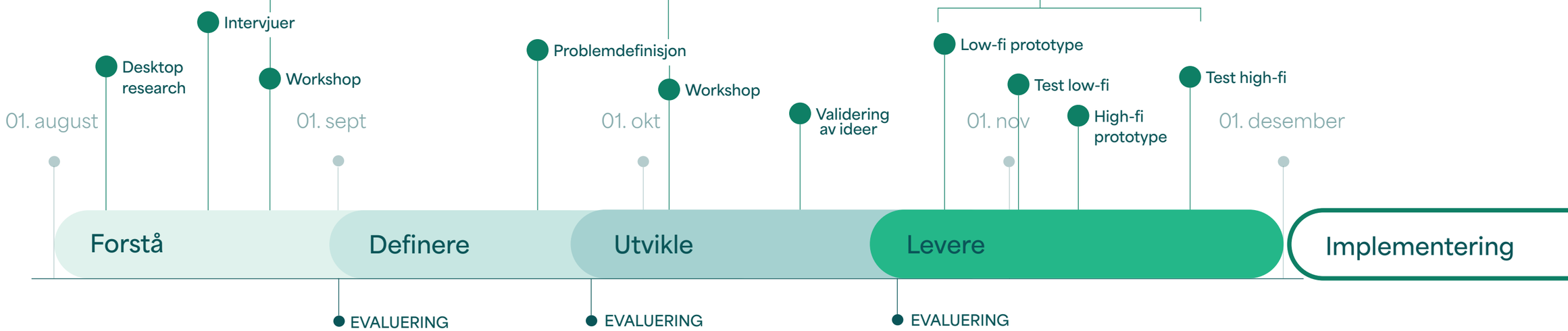
Dette er vår tenkte tidslinje over hvordan vi kan utføre en gjennomføringsplan. Tidslinjen går fra 01. august til 01. desember. Vi har valgt å dele den inn i fire faser; forstå, definere, utvikle og levere. Etter planens sluttdato starter implementeringsfasen.

Planen inneholder råd til DNB om hvordan prosjektet kan bli organisert og utført. Dette blir videre illustrert gjennom milepælene, og der forklarer vi hvorfor de er viktige. Råd på hvordan man kan implementere leveringer fra milepælene er også inkludert.

Dette innebærer å få inn innsikt fra de ulike interessentene. Det skal utføres aktiviteter som starter med **brainstorming, clustering** og så **votering**. Målet med workshopen er å få en bredere forståelse av **interessentenes behov**.

Under denne workshopen starter idéutvikling der vi inkluderer interessenter tidlig i prosessen. Vi vil arrangere en **"crazy 8"**, som er en metode der man kommer med 8 ideer på 8 minutter. Vi ønsker å få et bredt utvalg av ideer som gir oss et bredt grunnlag for utvikling av **idé til løsning.**

Vi starter leveringsfasen med low-fi prototyping, der vi lager **papirprototyper** eller gjennomfører **rollespill**. Low-fi testes, for så å utvikle en high-fi prototype. High-fi er en **mer detaljert prototype** som skaper et realistisk bilde av hvordan tjenesten vil se ut i praksis. Hensikten med protoyping er å utvikle tjenesten utifra **interessenters behov** og ikke basert på antakelser.



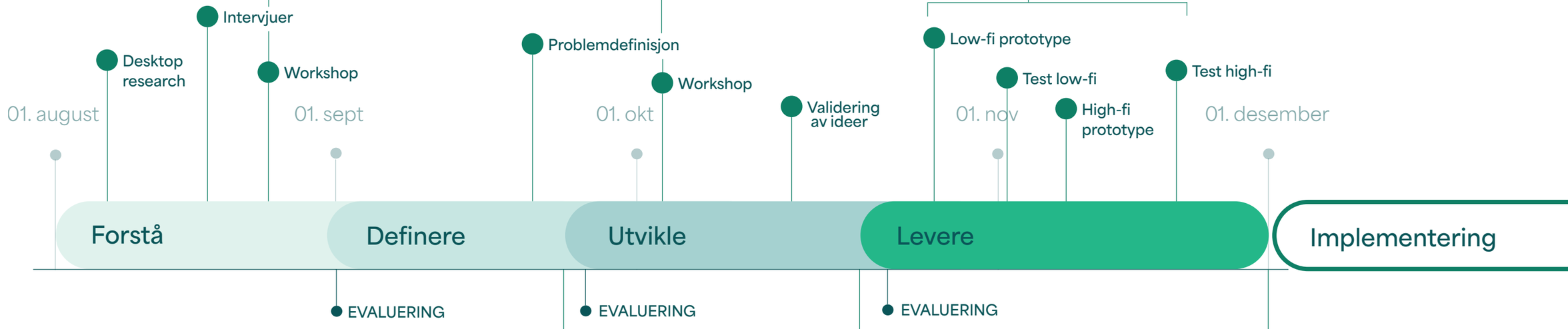
Snorkel

05 GJENNOMFØRINGSPLAN

Dette innebærer å få inn innsikt fra de ulike interessentene. Det skal utføres aktiviteter som starter med **brainstorming, clustering** og så **votering**. Målet med workshopen er å få en bredere forståelse av **interessentenes behov**.

Under denne workshopen starter idéutvikling der vi inkluderer interessenter tidlig i prosessen. Vi vil arrangere en **"crazy 8"**, som er en metode der man kommer med 8 ideer på 8 minutter. Vi ønsker å få et bredt utvalg av ideer som gir oss et bredt grunnlag for utvikling av **idé til løsning.**

Vi starter leveringsfasen med low-fi prototyping, der vi lager **papirprototyper** eller gjennomfører **rollespill**. Low-fi testes, for så å utvikle en high-fi prototype. High-fi er en **mer detaljert prototype** som skaper et realistisk bilde av hvordan tjenesten vil se ut i praksis. Hensikten med protoyping er å utvikle tjenesten utifra **interessenters behov** og ikke basert på antakelser.



MILEPÆLER

24. september

På denne datoen skal vi presentere **nøkkelfunn, gigamap** og **brukereise**. Inniskten er basert på kundens sitt behov, da et av DNBs strategiske verdier er "kunden velger oss".

20. oktober

Her skal det presenteres **ferdig utviklet idé.** Ideen presenteres ved bruk av **storyboard.** Måten vi har kommet frem til denne ideen er ved hjelp av samarbeid mellom teamet, kunden og DNB.

01. desember

På denne datoen kommer **ferdig utviklet konsept**. Prototyping og testing bidrar til validering av konseptet, som er viktig for iterering og en klar forståelse av brukerbehov.

06 IMPLEMENTERING

1

De som skal jobbe med tjenesten etter implementering, inkluderes i implementeringsprosessen.

For at det nye teamet skal føle seg trygge og ivaretatt, vil vi opprette en platform der ansatte kan dele sine meninger og komme med innspill. Dette kan føre til engasjement, aksept og støtte, som til slutt kan føre til en suksessfull og effektiv implementeringsfase.

2

Det er godt tverrfaglig samarbeid og vi jobber tett med utviklere.

I implementeringsfasen kan det være krevende å opprettholde god kommuniksjon på tvers av fagdisiplinene. For godt tverrfaglig samarbeid, kan det være en fordel å eksempelvis utarbeide en kommunikasjonsplan. Planen vil sørge for effektiv og systematisert kommunikasjon.

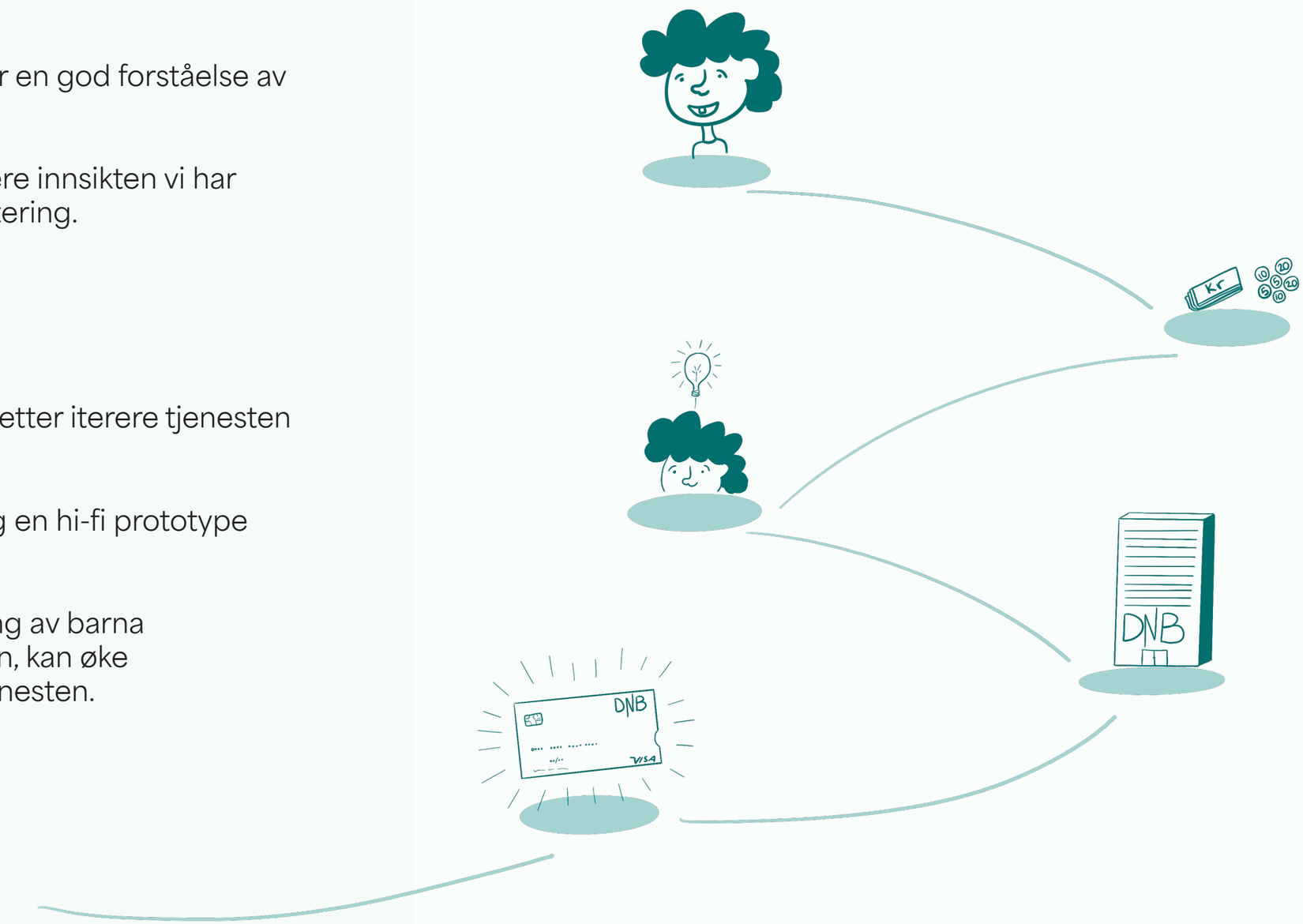
3

Forretnings- og kundenverdien blir evaluert jevnlig, nødvendige iterasjoner blir gjort, selv etter tjenesten er implementert.

Verdien tjenesten generer for både DNB og kunden skal evalueres ukentlig. Dette ved hjelp av statistikk og oppfølging av tilbakemeldinger fra brukere og ansatte. På denne måten kan vi iterere tjenesten etter behov. Fornøyde brukere kan sikre faste kunder, som kan bidra til verdiskapning hos DNB.

TJENESTEDESIGNS BIDRAG

- Utarbeide et aktørkart.
- Intervjue; bidrar til at vi får en god forståelse av brukers behov.
- Analysere og systematisere innsikten vi har innhentet; metoden clustering.
- Idégenerere
- Brukerreiser
- Teste tjenesten tidlig; deretter iterere tjenesten basert på tilbakemelding.
- Leverer ferdig konsept og en hi-fi prototype som er klar til utvikling.
- Vi ser for oss at inkludering av barna i utformingen av tjenesten, kan øke engasjement i bruk av tjenesten.



VERDI FOR KUNDE & DNB

Verdi for kunde:

Denne tjenesten kan fremme sunn personlig økonomi og bedre livskvalitet. En undersøkelse viser at 1 av 5 nordmenn hadde sårbar økonomi i 2022. Ved å lære barn økonomi tidlig, kan man forebygge fremtidige økonomiske problemer. Tjenesten tilbyr et kunnskapsløft for barn, spesielt nyttig for foreldre med varierende økonomikunnskap. Ved å integrere barnas økonomi i foreldrenes kundeprogram, kan foreldre få økt verdi og innsikt, noe som kan styrke kundeforholdet.

Verdi for DNB:

En banktjeneste for barn kan bidra til et økonomisk bærekraftig samfunn ved å introdusere dem for DNBs tjenester tidlig, noe som kan føre til langsiktige kundeforhold og økonomisk vekst for banken. Eksempelvis var det i 2023 ca. 40.000 barn i Oslo i alderen 12-17 år, som er potensielle fremtidige kunder. Prosjektet vil fokusere på tid, kostnad og kvalitet for å levere en tjeneste som oppfyller DNBs strategier og standarder innenfor våre tidsrammer og budsjett.

MÅLE VERDI

Kortsiktig
Check-ins med kunder for å samle tilbakemeldinger

Iterasjoner basert på kundens tilbakemeldinger

Langsiktig
Test av barns kunnskap om økonomi før og etter X-antall år med bruk

Kartlegging av hyppighet av bruk av tjenesten over tid

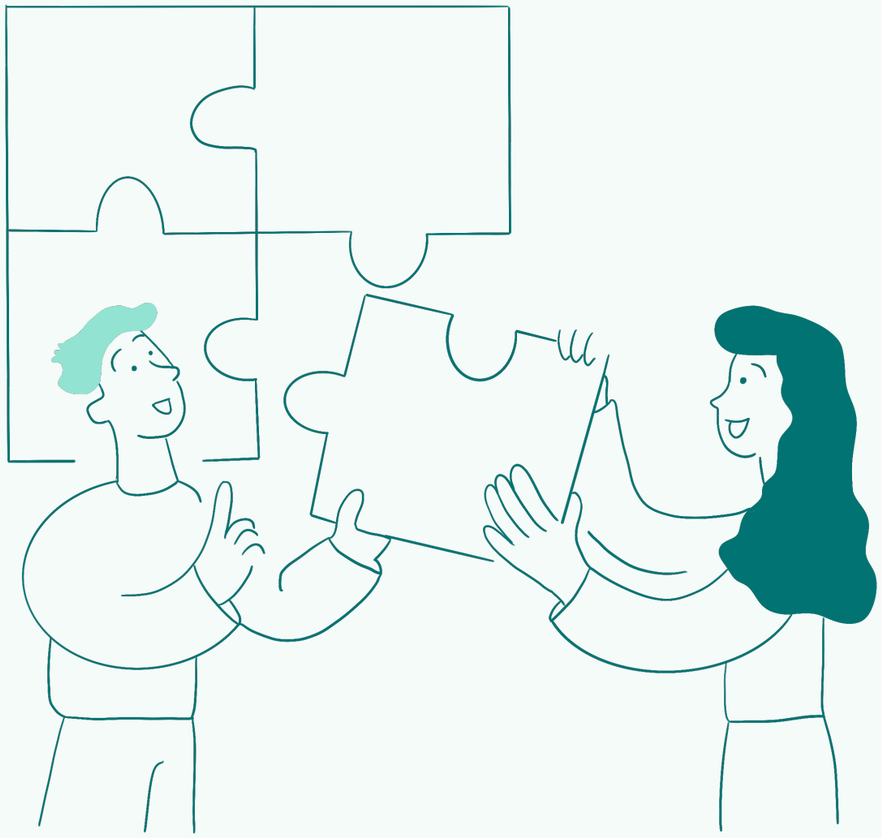
Undersøkelse av endringer i barns tanker om økonomi over tid

Kortsiktig
Registrering av antall brukere og hyppighet av bruk

Oppfølging av superbrukere for datainnsamling

Langsiktig
Måling av økning i kundebase knyttet til barn som har brukt tjenesten

Analyse av sammenhengen mellom tjenestebruk og kundetilvekst for DNB



UTFORDRINGER

Vi tar utgangspunkt i Ida Aalen sin liste over antakelser som går igjen innen digital produktutvikling, for å kartlegge mulige utfordringer vi kan møte på. Listen er skrevet i prioritert rekkefølge etter hva vi mener er de mest risikable antakelsene for dette prosjektet.

- Etikk og bærekraft
- Lover og regler
- Brukbarhet
- Forretningsverdi
- Brukerverdi
- Gjennomførbarhet