

# Ismeretlen ismerősök

Eltérő szubkultúrák házon belül



- „Mennyi ideig tart egy mérnöknek, hogy kicserélje a villanykörtét?
- Nem cseréli ki. Túl elfoglalt azzal, hogy megtervezze a tökéletes villanykörtét...”



- „Mennyi ideig tart egy marketing vezetőnek a villanykörte kicserélése?
- A marketing vezetők nem cserélnék villanykörtét. Nem marad rá idejük miután hosszasan ecsetelték, hogy milyen nagyszerű lesz majd a fénye.”

**Kell, hogy legyenek különbségek, ha már sztereotip viccek is erről szólnak**

20' évek - Henry Ford

„A vevők bármilyen színű autót megkaphatnak egészen addig, amíg csak feketét akarnak”  
 „Ha megkérdeztem volna az embereket mit szeretnének, azt válaszolták volna, hogy gyorsabb lovakat akarnak”

B. P. Shapiro, (1977) Can marketing and manufacturing coexist? HBR 1977 Sept



**Bob - termelési igazgató**

- Gépészmérnök
- Gyakornoki múlt: műszakvezető
- Autó: Porsche - saját maga tarja fent
- Hobbi: autó, kertészkedés, fafaragás

„Miért nincs pontos értékesítési előrejelzés?”

„Miért kell mindig olyan lehetőségeket ajánlani, amiket nehéz gyártani és nem is hasznosak?”

„Túl magasak a javítási költségek”



**Sam - értékesítési és marketing igazgató**

- Vegyészmérnök
- Gyakornoki múlt: értékesítő
- Autó: Audi A6
- Hobbi: tenisz, póker, síelés

„Miért nem elég a kapacitás?”

„Miért nem tudunk megfelelő minőséget adni elérhető áron?”

„Nem úgy használják a termékeket, ahogy a terveztük őket”

**Az ellentétek a 70' évekig nyúlnak vissza**



### Eltérő iskola

- bölcsész
- gépészmérnök
- jogász
- közgazdász
- vegyész



### Eltérő szakmai identitás

- fejlesztő
- termelő
- szakértő
- racionalizáló
- alkotó



### Eltérő tapasztalat

- tréner
- műszakvezető
- ügyvédbojtár
- kontroller
- laboráns



### Eltérő szervezeti pozíció

- ki támogat kit?
- ki vezérli a folyamatokat?

**Miből adódnak az eltérő attitűdök?**

**Bonyolító tényező:**

**mennyire van szinkronban az, hogy én mit gondolok  
magamról azzal, hogy mit várnak tőlem**

optimista, bátor, szenvedélyes, nagy képzelőerővel rendelkezik, pszichológiai ismeretei vannak, piacelemzéshez szükségük képességeikkel rendelkezik,

*„én intézem, hogy odafigyelnek ránk“*

*„valami izgalmasat találunk ki“*

*„kreálunk egy szlogent, amire odafigyelnek“*

*„én ismerem a vevőket“*

Mit várnak a társterületek?

- A marketingesek ismerjék a versenytársakat és a kiskereskedők döntési szempontjait
- A marketing munkatársak ismerjék, hogyan zajlik egy tárgyalás a kereskedő partnerekkel
- Időben lebontva lehessen látni egy hosszabb távú marketing stratégiát
- Ismerik a vállalat tervezéshez kapcsolódó folyamatait

**A marketinges: kreatív vs előre tervező?**

látja a lépések egymás-utániságát, kritikus, hiper-szkeptikus, független, „vastagbőrű”, fegyelmezett, keményen dolgozó, tartja a határidőket

*„elmondom a jogi szempontokat”*

*„bemutatom a szabályozási hátteret”*

*„felsorolom a veszélyeket”*

Mit várnak a társterületek?

- Hívják fel a figyelmet a kockázatokra
- Gyorsan, rövid idő alatt kapjunk tanácsokat
- Foglaljanak állást, hogy melyik megoldást tartják a legjobbnak
- A dokumentumok legyenek átláthatóak és közérthetőek

**A jogász: értékelő vs tanácsadó**

elemző, részletekre fókuszáló, logikus, akkurátus, üzleti gondolkodású,  
magabiztos, jó matekos

*„tőlem tudják meg a számokat“*

*„én mutatom meg, hogyan alakultak a dolgok“*

Mit várnak a társterületek?

- Tudjam mennyit költhetek még
- Ha valami kezd elszállni, időben tudjak róla
- Lássam a változtatások hatását
- Legyen felhasználóbarát a tábla

**A kontroller: adatrögzítő vs előrelátó**

kíváncsi, eltökélt, belülről motivált, versenyszellemben él, autonóm

*„én vagyok a szakma“*

*„az is eredmény, ha kiderült, tévedtünk“*

*„megtalálom a megoldást, ha addig élek is“*

Mit várnak a társterületek?

- Kreáljanak gazdaságos termékeket
- Időben jelezzék, ha túl drágává válik a fejlesztés
- Tőlük függ, hogy ezen a piacon jók tudunk-e maradni

**A kutató: önmegvalósító vs üzleti előny kovácsa**

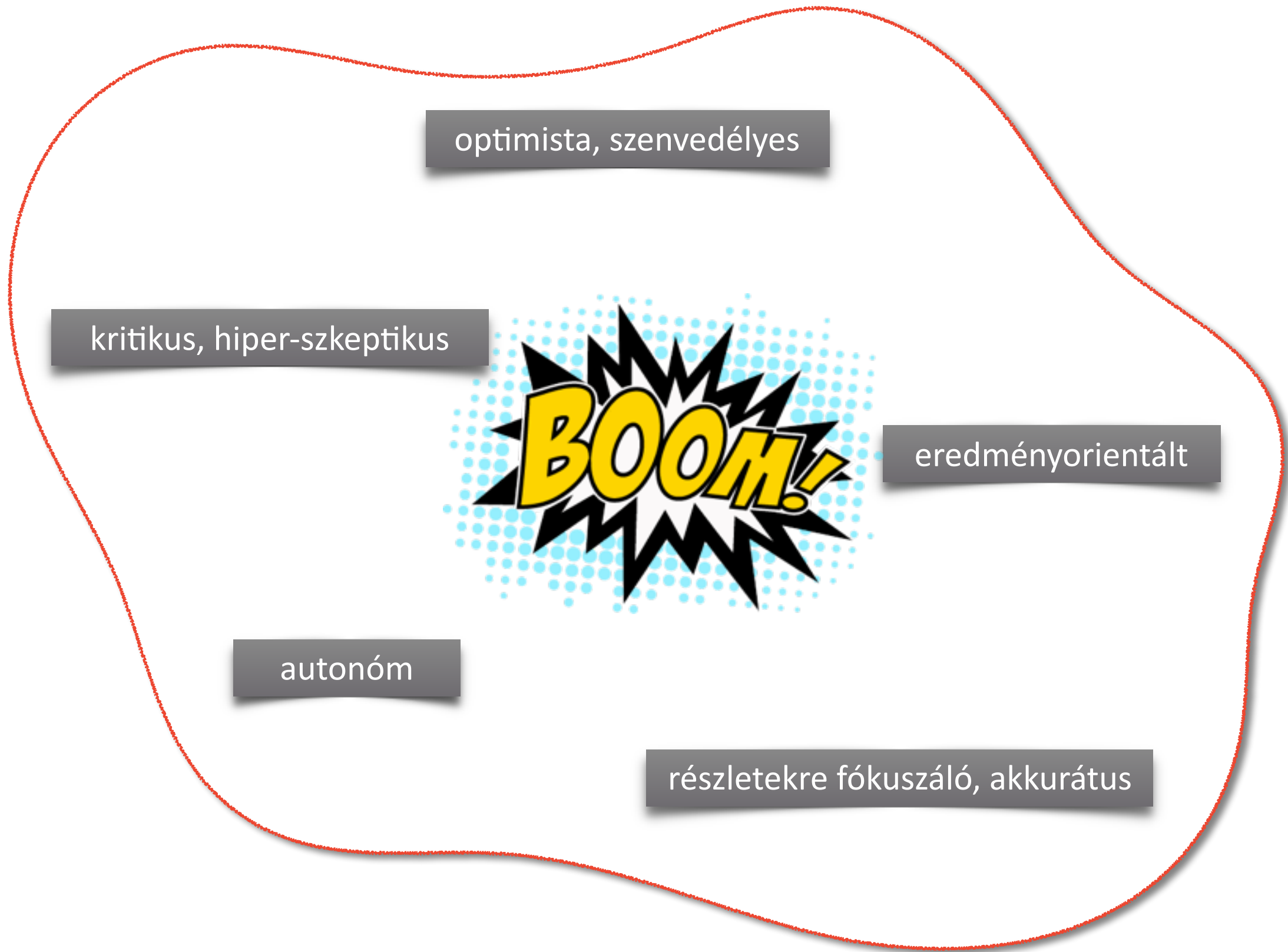
eredményorientált, kockázatvállaló, tanul, hiteles, gyorsan dönt, innovátor  
elfogadja ha valami nem eredményes, problémamegoldó,

*„nem az a lényeg milyen szép, hanem hogy mit tud“  
„fontos hogy megbízható legyen a rendszer“*

Mit várnak a társterületek?

- Legyen magas a szaktudásuk
- Ismerjék az üzleti oldalt
- Legyenek proaktívak- mire használhatom a rendszert
- Támogassanak az innovativitásban
- Inkább felhasználóbarát mint IT orientáltságú felület

**Az IT-s: rendszer-üzemeltető vs lehetőség kreáló**



**...és ők megjelennek egy komplex projektben**

Erősítjük, annak megismerését és elfogadását, hogy mi a fontos az egyes területeknek a munkakapcsolatokban vagy a közös projektben - „silók lebontása“

Közös alapokra és prioritásokra helyezzük a működést érintő fejlesztéseket - jellemzően szolgáltatásoknál

**Mit tudunk tenni szervezetfejlesztőként**

*Mindenben nem lehetünk tökéletesek, még akkor sem, ha csapatban dolgozunk...*

*...a jó munkakapcsolatban ezért abba fektetik a több energiát, ami értékesebb és abba tesznek kevesebbet, ami kevésbé fontos elvárás*

**Silók lebontása a munkakapcsolatokban**

### Jogi területnél:

- az állásfoglalásban javaslatot is kapunk
- betartják a határidőket a munka során
- elérhető szerződés sablonok vannak
- ...stb.

### Gazdasági, kontrolling területnél:

- mindig tudjam mennyit költhetek még a év hátralevő részében
- kérésre részletes információkat kapok az önköltség számításhoz
- a kollégák segítőkészek, elmagyarázzák a rendszert
- ...stb.

### Értékesítés támogatásánál:

- termékismertető anyagokat készítenek
- látványos, technikai prezentációkat tartanak
- kapcsolatot tartanak a Corporate szinttel, támogatást szereznek onnan
- ...stb.

### IT területnél:

- kész megoldásokat szállítanak adattárház funkciókra
- tartásuk be az SLA határidőket
- a kollégák ismerjék az üzleti döntéshozó nyelvét
- ...stb.

### Támogató marketing területnél:

- információt kapunk arról, hogy a versenytársak milyen árakon állítanak ki
- ismerik milyen nehézségekkel küzdünk az értékesítési területen
- a marketing kampányokat összehangolják az értékesítési akcióink terveivel
- ...stb.

**A munka alapját az egyes területek szerepével kapcsolatos elvárások azonosítása jelenti**

Az elvárások kategóriákba rendezhetők a fontosságuk és a teljesülésük függvényében.

A kategóriák alkalmasak arra, hogy fejlesztési célokat, fókuszokat és prioritásokat fogalmazzon meg belőlük a támogató terület

Belső ügyfelek  
*elégedettsége* egy-egy:  
elvárásban

Finom racionalizálás  
lehetségei területe

90%

Potenciális csapdák

Lehet, hogy a  
szükségesebbnél több  
energia megy ide

Driverrek

A pozitív megítélés  
legfőbb okozói

Finomhangolás lehetőségei

Érték  
rombolók

A negatív megítélés  
legfőbb okozói

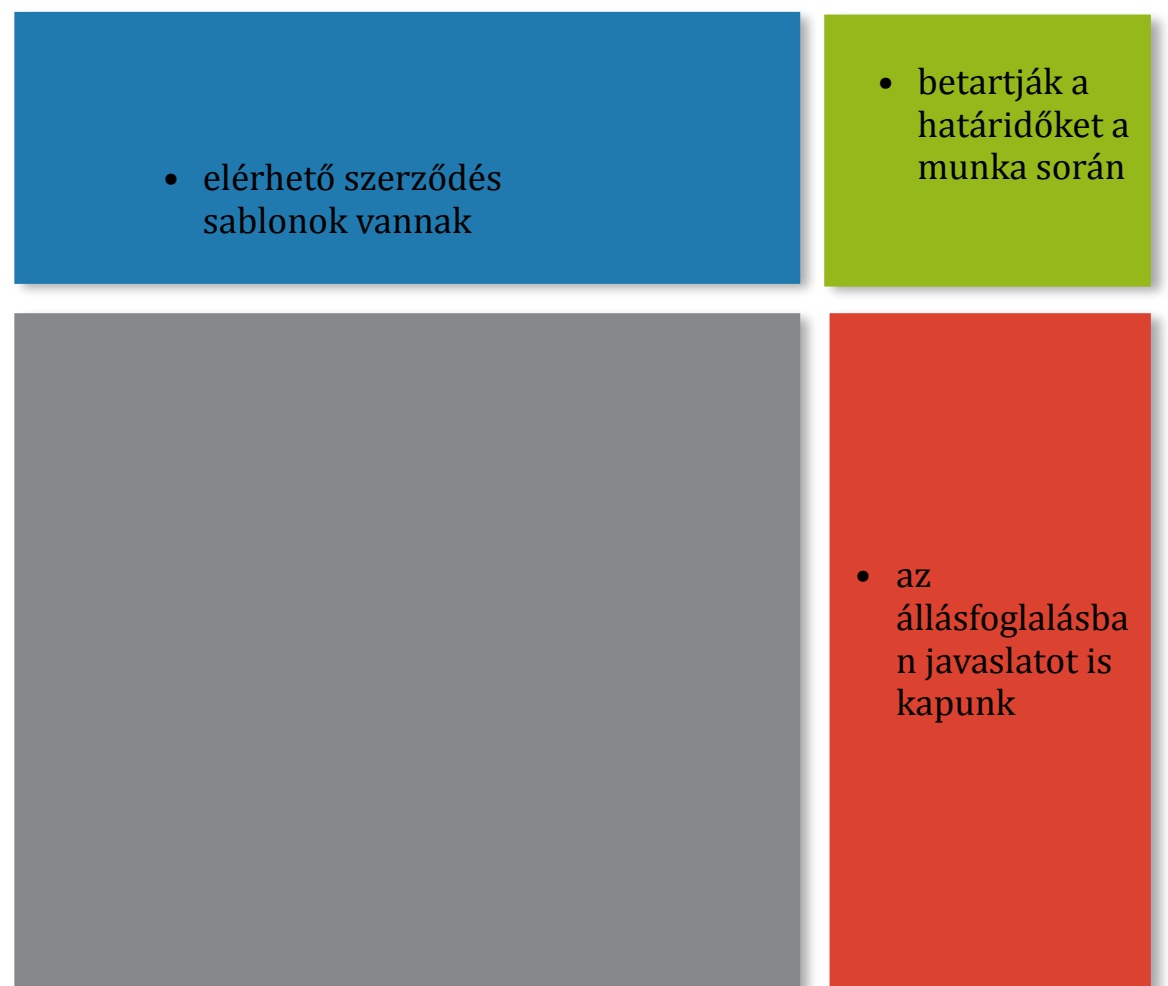
90%

Belső ügyfelek *preferenciái*: mennyire  
fontos egy adott elvárás

**Az elvárásokat értékeljük a preferencia/elégedettség  
mátrix keretben**

Belső ügyfelek  
elégedettsége egy-  
egy: elvárásban

90%



Belső ügyfelek preferenciái: mennyire  
fontos egy adott elvárás

*A támogató terület a példánkban egy Jogi Osztály*

A leginkább azért tarják értékesnek a munkájukat a szakterületek mert betartják a határidőket.

Kiemelten fontos elvárás velük szemben az is, hogy adjanak cselekvési, döntési javaslatot is az állásfoglaláshoz. Ez azonban nem teljesül így ezt a problémát meg kell oldani.

Sok energiát fordítanak ugyanakkor a szerződés sablonok kidolgozására karbantartására, holott a szakterületek erre kevésbé tartanak igényt. Megfontolandó, hogy innen át lehet-e csoportosítani az energiákat más, nagyobb értéket adó feladatokra.

**A keretek alapján értelmezhető, mit célszerű fejleszteni az együttműködésben**



## A szolgáltatásban közös együttműködési alap: Service Design

„A világ legértékesebb vállalata a design gondolkodást teszi mindenek a közepébe, amit csinál. Designereknek állnak megszámlálhatatlan startup vállalkozás mögött. Ma már olyan területek is használják, mint az egészségügy, az oktatás...

...annak érdekében, hogy fenntartható versenyelőnyre tegyünk szert, nem elég csak gyakorolni, hanem mester szinten kell használnunk ezeket a technikákat.“ Tim Brown - Harvard Business Review 2015 aug.

„A design gondolkodás a művészete és tudománya a problémák megoldásának - nem csak új termékekre vagy szolgáltatásokra korlátozódik“ Kaan Turnali - Forbes 2015 dec.

„A Service Design módszertana alkalmas arra, hogy profitabilis ökoszisztémát alakítsunk ki, ami a felhasználónak és a szolgáltatást nyújtónak egyaránt méltányosan hoz értéket“ - SAP User Experience Community

**A Service Design = felhasználó centrikus, gazdaságos,  
kivitelezhető - holisztikus rendszert építünk**

# THE FIVE PRINCIPLES OF SERVICE DESIGN THINKING



atLargeInc.

THE WISDOM OF  
@MRSTICKDORN

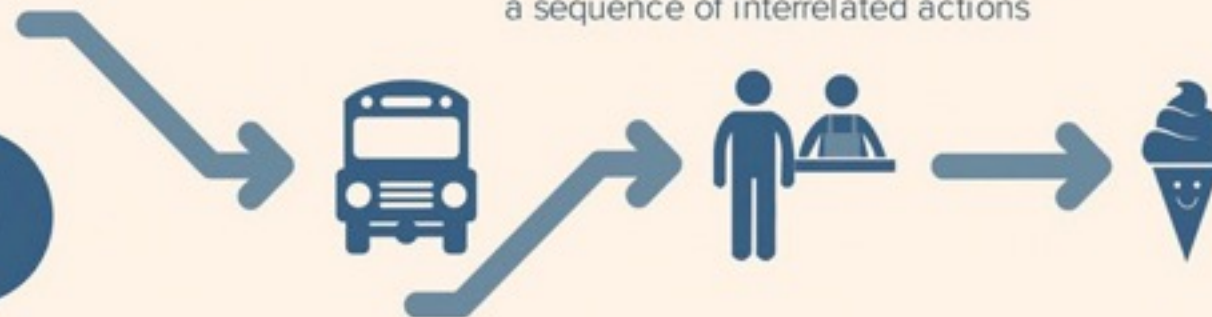
## 1. USER CENTERED

Services should be experienced through the customer's eyes



## 3. SEQUENCING

The service should be visualized as a sequence of interrelated actions



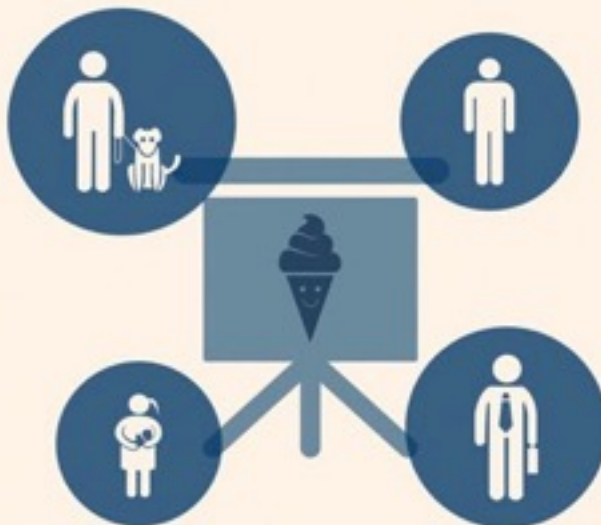
## 5. HOLISTIC

The entire environment of a service should be considered



## 2. CO-CREATIVE

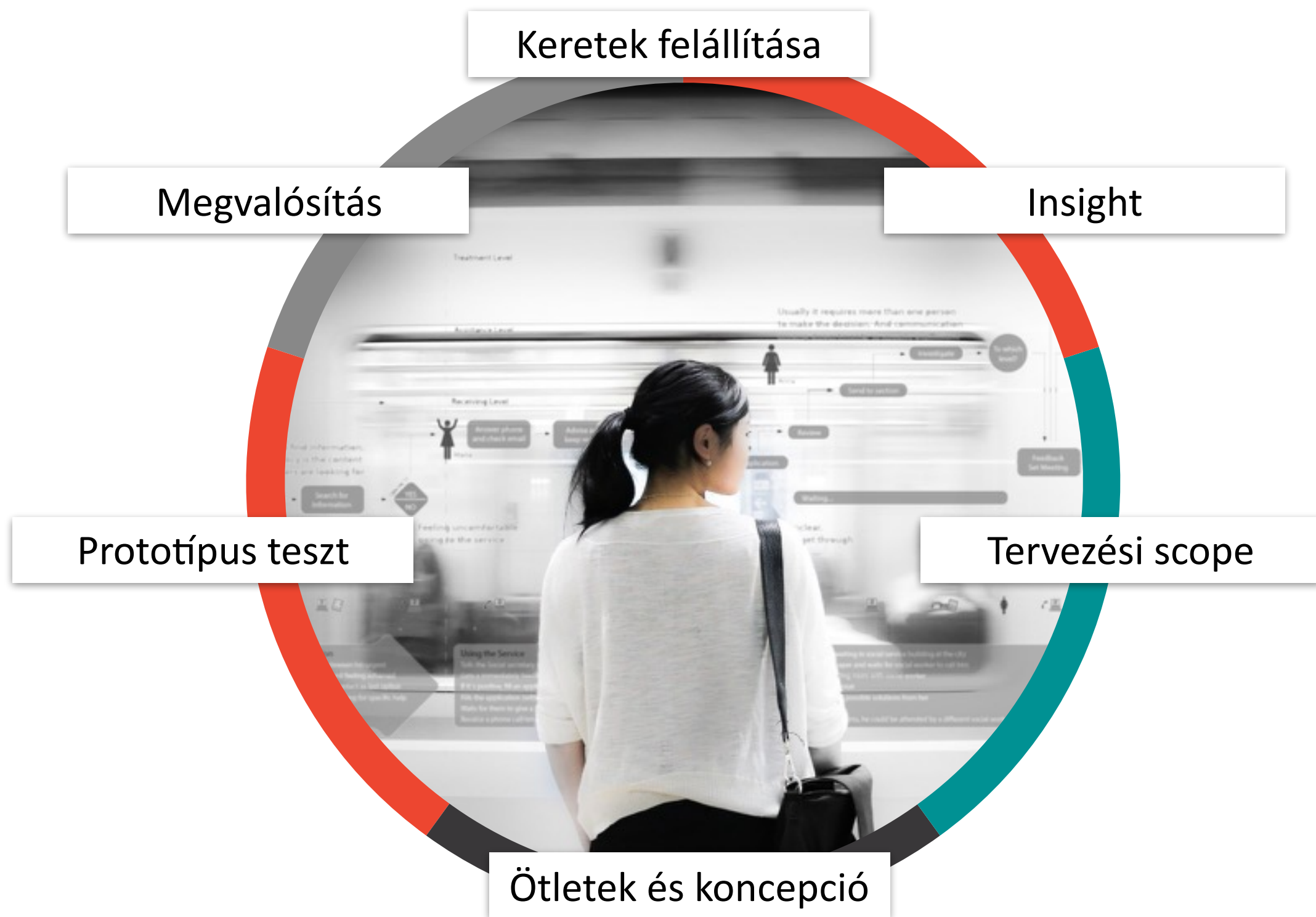
All stakeholders should be included in the service design process



## 4. EVIDENCING

Intangible services should be visualised in terms of physical artifacts

**A Service Design építőkövei**

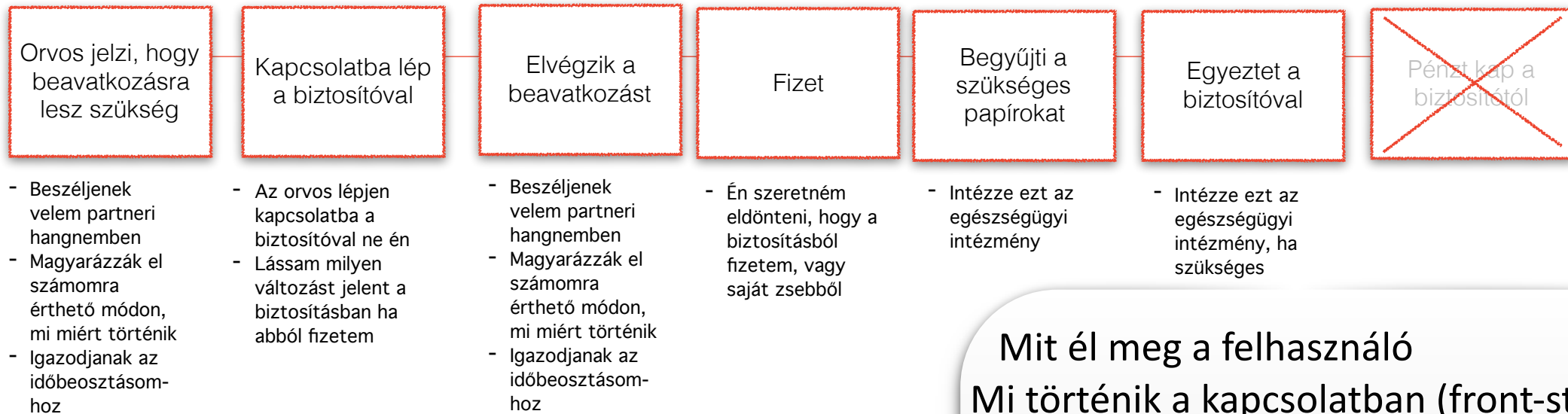


## A Service Design folyamata



# Egy adott típusú felhasználó kapcsolata a betegbiztosítással

## Érintkezési pontok



A szolgáltatást mint egy „filmet” kockákra bontjuk és megtervezzük az egyes területek szerepét, tevékenységeit, prioritásait

Mit él meg a felhasználó  
Mi történik a kapcsolatban (front-stage)  
Mi történik a színpalak mögött (back-stage)  
Milyen eszközök kellenek  
Mi a funkciók szerepe  
Hogyan épül fel a rendszer



**Ilosvai Péter Ph.D.**  
***partner, menedzsment tanácsadó***

T: 70) 940 4147

M: [ilosvai.peter@ascon.hu](mailto:ilosvai.peter@ascon.hu)

**Kérdés esetén keressenek bizalommal**