

# Service Design - jak projektować nowe usługi

---

Tomasz Chyrchel

Zapraszamy na kanał PARP na YouTube,  
gdzie znajdziesz **więcej rozmów z ekspertami.**

Nagranie zostało zrealizowane w ramach projektu  
**Centrum Rozwoju MŚP.**



## Plan prezentacji

1. Czym jest projektowanie usług?
2. Krótką historia Service Design.
3. Dlaczego user experience jest tak ważne?
4. Dlaczego Service Design jest ważny dla MŚP?
5. 5 etapów projektowania usług.
6. Najważniejsze zasady projektowania usług.
7. Narzędziownik projektanta usług.
8. Trendy rynkowe wpływające na popularność Service Design.



[Powrót na początek  
prezentacji](#)

## Czym jest projektowanie usług (Service Design)?

To metoda wykorzystująca techniki projektowania (design), w celu tworzenia i świadczenia usług. Fundamentem metody Service Design jest tworzenie rozwiązań zbudowanych wokół rzeczywistych potrzeb użytkownika.

Źródło: *Interaction Design Foundation*: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/service-design>



## Czym jest Service Design?

Service Design to proces projektowania idealnej usługi:

- Usługa, czyli rozłożony i rozwijający się w czasie proces interakcji dostarczający konkretną, pożądaną wartość.
- Projektowanie, czyli tworzenie koncepcji usług z wykorzystaniem technik projektowania (badania klientów, generowanie wspólnych pomysłów oraz wczesne opracowywanie prototypów i testów).

Źródło: *Interaction Design Foundation*: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/service-design>



# Tworzenie rozwiązań zbudowanych wokół rzeczywistych potrzeb użytkownika

Paradygmatem w podejściu Human-Centered Design jest tworzenie usług, produktów, procesów, w których to człowiek, jego emocje i potrzeby są wyznacznikiem właściwych rozwiązań.



## Historia Service Design

- Lata 50. XX wieku - pierwsze koncepcje zarządzania usługami (termin Service Management).
- Serwicyzacja – stały wzrost usług w tworzeniu PKB (od ang. service – usługa) – termin określający zwiększenie proporcji usług w strukturze badanego zjawiska.
- W 2004 roku Stephen Vargo oraz Robert Lusch prezentują światu nowy model dostarczania wartości klientom: Service Dominant Logic.

Źródło: *Interaction Design Foundation*: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/service-design>



## Historia Service Design

- Service Dominant Logic - logika dominacji usług (S-D). W ekonomii behawioralnej, jest to alternatywna rama teoretyczna dla wyjaśnienia tworzenia wartości poprzez wymianę działań pomiędzy ludźmi, czyli proces, który dostarcza pożądaną wartość, za którą klient płaci.
- Powstała jako alternatywa logiki dominacji produktu, w której to fizyczny produkt dostarcza pożądaną wartość, za którą klient płaci.
- Podstawową ideą logiki S-D jest to, że ludzie stosują swoje kompetencje, aby przynieść korzyść innym, wzajemnie korzystają z kompetencji stosowanych przez innych poprzez wymianę: usługa za usługę.

**Źródło:** Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities; Robert F. Lusch, Stephen L. Vargo



## Kiedy warto skorzystać z Service Design?

- Tworząc nowe usługi dla rynku (potrzeba innowacyjności), by dopasować je do potrzeb określonej grupy klientów.
- W celu minimalizacji ryzyka biznesowego związanego z wdrożeniem rozwiązań, które nie zdobędą odpowiedniej części rynku, by zapewnić efektywność biznesową.
- Ulepszając obecnie istniejące usługi, na przykład w sytuacji silnej konkurencji, by wyróżnić swoje rozwiązania i zapewnić ich lepsze przyjęcie przez klientów (korzystając z pozytywnych doświadczeń jako elementu wyróżniającego naszą usługę wśród konkurencji).
- Poszukując możliwości zmiany modelu biznesowego z produktowego na model usługowy (lub oparty w części na sprzedaży usług).





## Przykłady serwicyzacji - branża spożywcza i muzyczna

Dobrym przykładem serwicyzacji może być branża spożywcza lub muzyczna:

- Obecnie większość słuchanej muzyki jest odtwarzana z serwisów (usługa) a nie płyt, kaset czy innych nośników (produkt).
- W ostatnich latach silną konkurencją dla sklepów spożywczych czy restauracji (sprzedających produkty) stały się firmy cateringowe, sprzedające usługę przygotowania i dostarczenia posiłków bezpośrednio do klientów w większości miast w Polsce.



## Catering z dostawą do domu jako przykład serwicyzacji w branży spożywczej



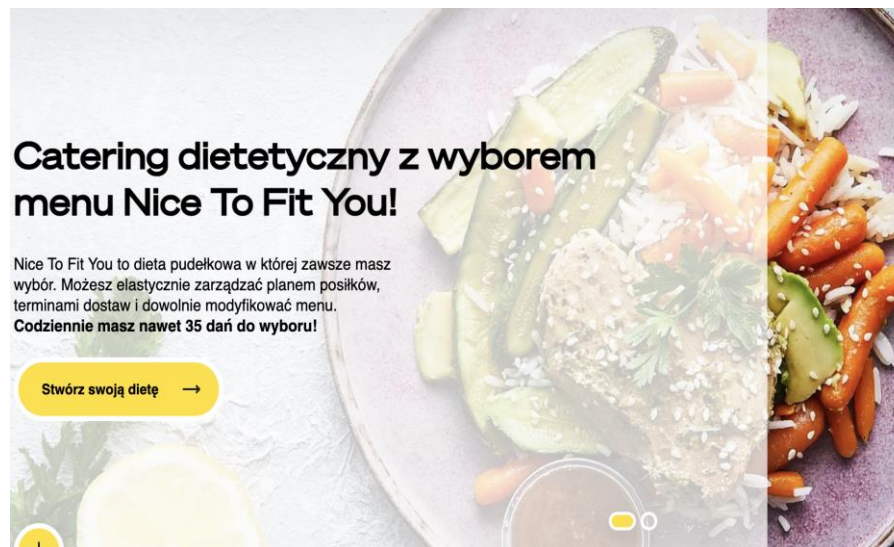
Wszyscy Ci mówią, że masz być fit?

### Codziennie jedz (wy)godnie!

Catering Charliego to domowe przepisy, świeże składniki i brak ograniczeń w zmianach potraw. Po prostu wybierz ulubione jedzenie, a my ugotujemy i przywieziemy Ci do domu.

ZAMÓW CATERING

Źródło: <https://charliedelivery.pl/>



### Catering dietetyczny z wyborem menu Nice To Fit You!

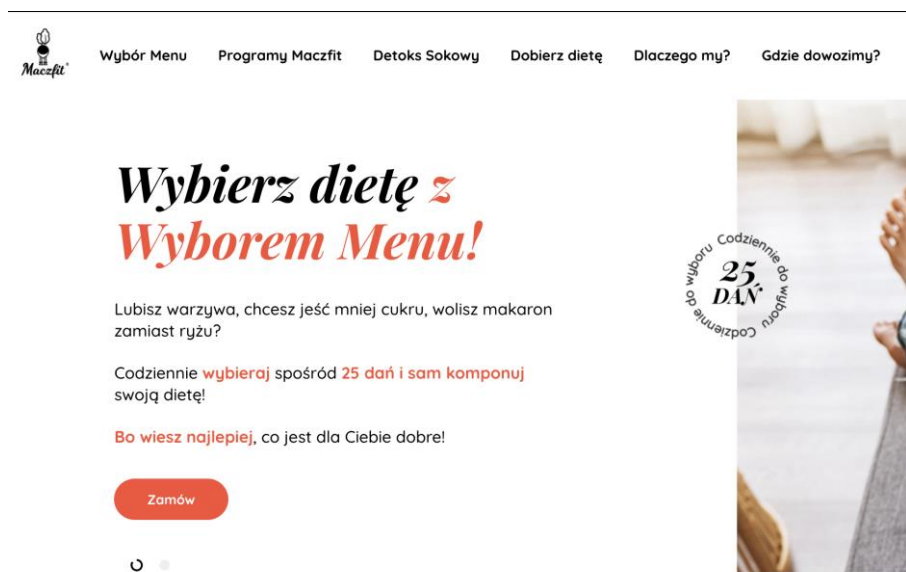
Nice To Fit You to dieta pudełkowa w której zawsze masz wybór. Możesz elastycznie zarządzać planem posiłków, terminami dostaw i dowolnie modyfikować menu. **Codziennie masz nawet 35 dań do wyboru!**

Stwórz swoją dietę →

Źródło: <https://ntfy.pl/>

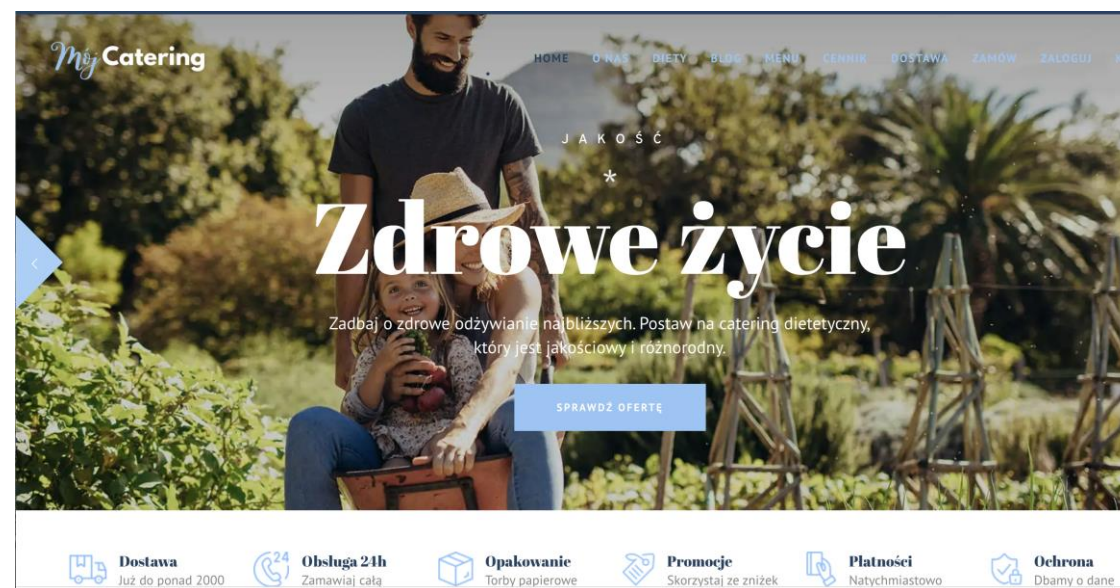


## Catering z dostawą do domu jako przykład serwicyzacji w branży spożywczej



The screenshot shows the Maczfit website homepage. At the top, there is a navigation menu with links: Wybór Menu, Programy Maczfit, Detoks Sokowy, Dobierz dietę, Dlaczego my?, and Gdzie dowozimy?. The main heading reads "Wybierz dietę z Wyborem Menu!". Below this, there is a sub-heading "Lubisz warzywa, chcesz jeść mniej cukru, wolisz makaron zamiast ryżu?". A circular graphic highlights "25 DAŃ" (25 dishes) with the text "Codziennie do wyboru" (Daily choice). A red button labeled "Zamów" (Order) is visible. A vertical image on the right shows a person's hands holding a bowl.

Źródło: <https://www.maczfit.pl/>

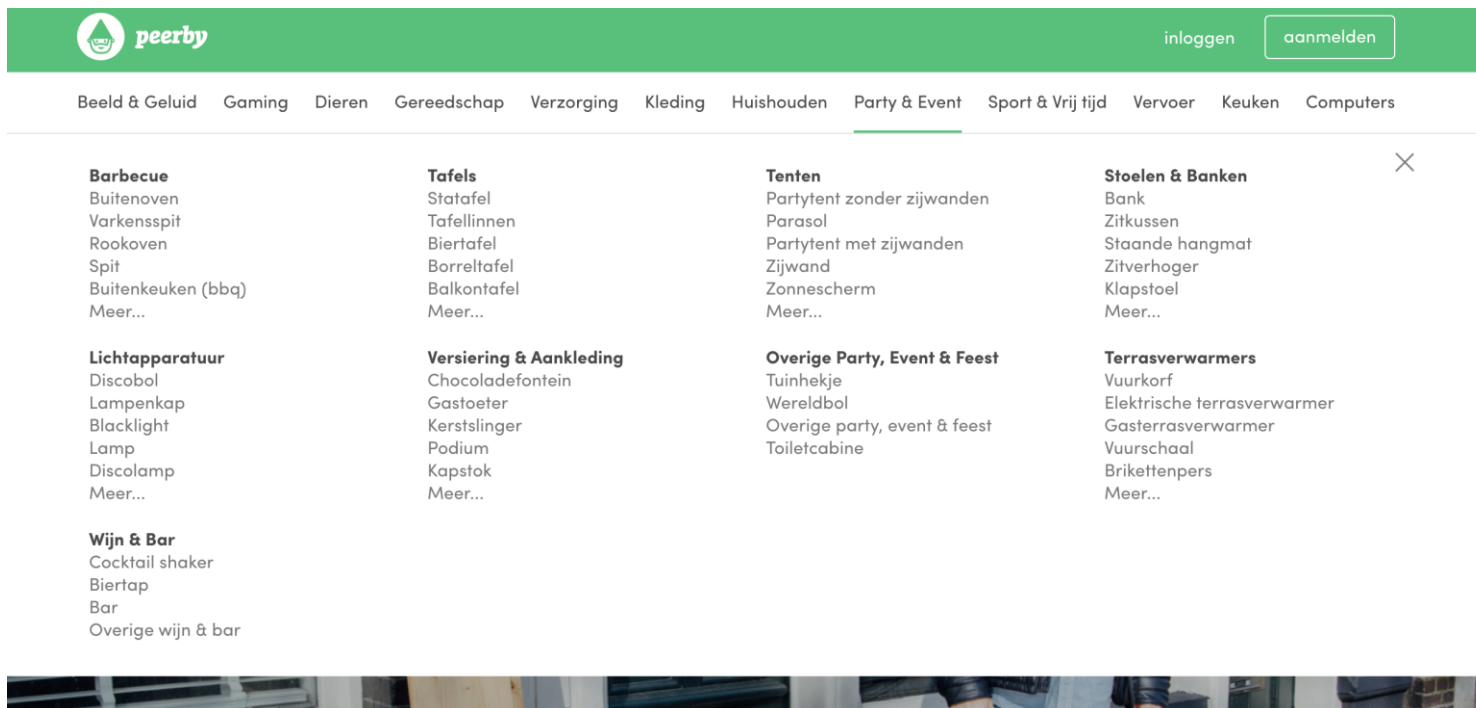


The screenshot shows the Moj Catering website homepage. The navigation menu includes: HOME, O NAS, DIETY, BLOG, MENU, SERWIS, DOSTAWA, ZAMÓW, ZAŁOGUJ, and KONTAKT. The main heading is "Zdrowe życie" (Healthy life) with the word "JAKOŚĆ" (Quality) above it. A sub-heading reads "Zadbaj o zdrowe odżywianie najbliższych. Postaw na catering dietetyczny, który jest jakościowy i różnorodny." (Take care of healthy eating for your loved ones. Choose dietary catering, which is quality and diverse.). A blue button labeled "SPRAWDŹ OFERTĘ" (Check offer) is present. The bottom section features a list of services: Dostawa (Delivery) - Już do ponad 2000 (Already to over 2000); Obsługa 24h (24h service) - Zamawiaj całą (Order the whole); Opakowanie (Packaging) - Torby papierowe (Paper bags); Promocje (Promotions) - Skorzystaj ze zniżek (Take advantage of discounts); Płatności (Payments) - Natychmiastowo (Immediately); and Ochrona (Protection) - Dbamy o dane (We care about data).

Źródło: <https://mojcatering.com/>



# Platforma udostępniania narzędzi jako przykład postępującej serwicyzacji



The screenshot shows the peerby website interface. At the top is a green navigation bar with the peerby logo on the left and 'inloggen' and 'aanmelden' buttons on the right. Below the navigation bar is a horizontal menu with categories: Beeld & Geluid, Gaming, Dieren, Gereedschap, Verzorging, Kleding, Huishouden, Party & Event (highlighted), Sport & Vrij tijd, Vervoer, Keuken, and Computers. The main content area displays a grid of tool categories under the 'Party & Event' section:

- Barbecue**
  - Buitenoven
  - Varkensspit
  - Rookoven
  - Spit
  - Buitenkeuken (bbq)
  - Meer...
- Lichtapparatuur**
  - Discobol
  - Lampenkap
  - Blacklight
  - Lamp
  - Discolamp
  - Meer...
- Wijn & Bar**
  - Cocktail shaker
  - Biertap
  - Bar
  - Overige wijn & bar
- Tafels**
  - Statafel
  - Tafellinnen
  - Biertafel
  - Borreltafel
  - Balkontafel
  - Meer...
- Versiering & Aankleding**
  - Chocoladefontein
  - Gastoeter
  - Kerstslinger
  - Podium
  - Kapstok
  - Meer...
- Tenten**
  - Partytent zonder zijwanden
  - Parasol
  - Partytent met zijwanden
  - Zijwand
  - Zonnescherm
  - Meer...
- Overige Party, Event & Feest**
  - Tuinhekje
  - Wereldbol
  - Overige party, event & feest
  - Toiletcabine
- Stoelen & Banken**
  - Bank
  - Zitkussen
  - Staande hangmat
  - Zitverhoger
  - Klapstoel
  - Meer...
- Terrasverwarmers**
  - Vuurkorf
  - Elektrische terrasverwarmer
  - Gasterrasverwarmer
  - Vuurschaal
  - Brikettenpers
  - Meer...

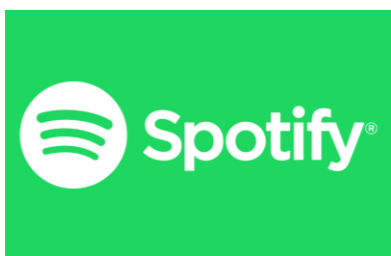


Dlaczego user experience jest tak ważne?

Klienci coraz częściej podejmują decyzję przez pryzmat doświadczenia, a nie samego produktu.



Uber **Eats**



 **Music**

Glovo<sup>!</sup>

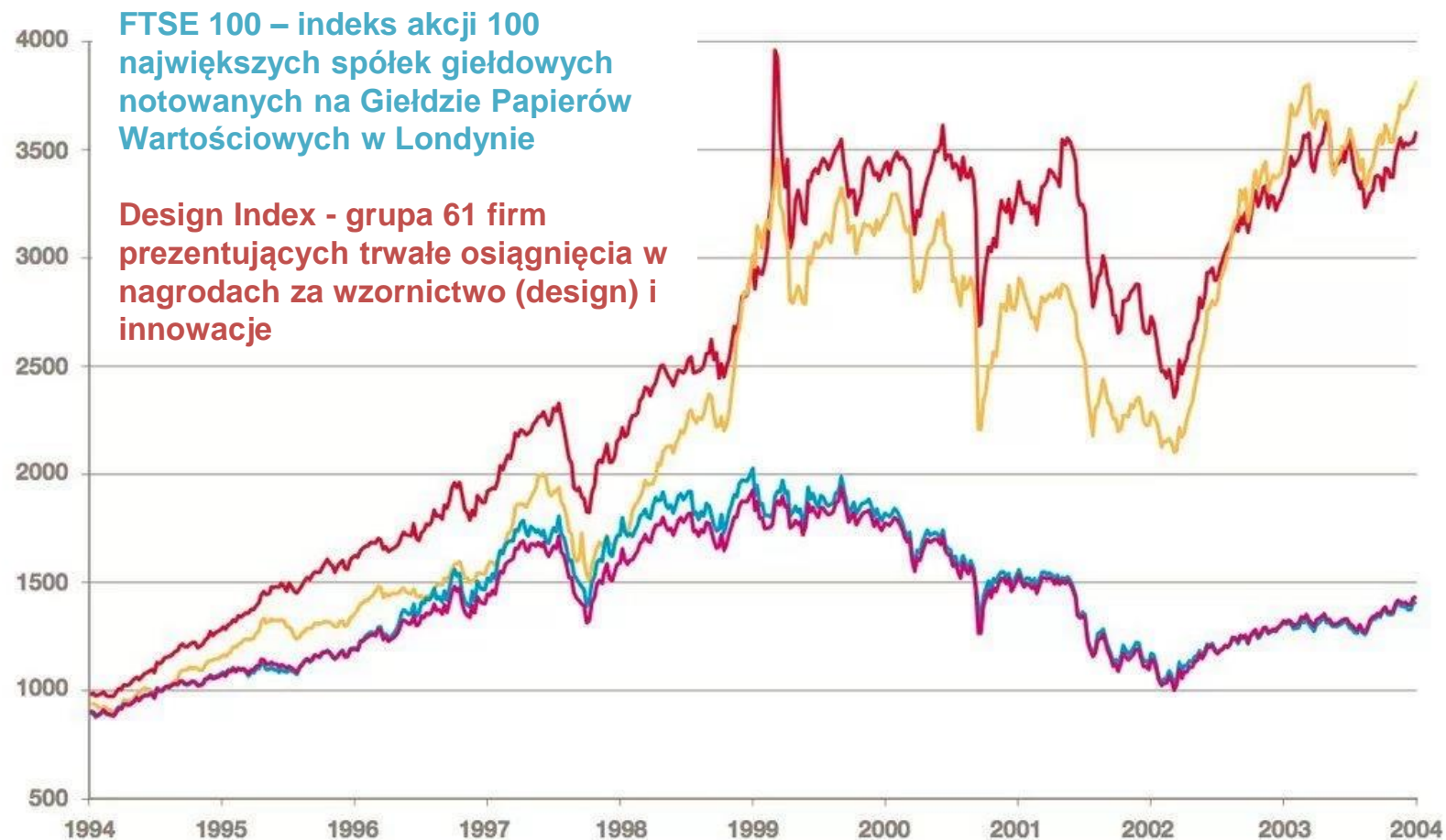


## Dlaczego doświadczenie użytkownika jest tak ważne?

- Celem projektowania skoncentrowanego na użytkowniku jest poprawienie użyteczności usługi (co skutkuje zwiększeniem satysfakcji użytkownika/ klienta).
- W rzeczywistości, w której użytkownicy na co dzień wybierają spośród podobnych usług, w podobnych cenach, o podobnej jakości, ostatecznie zdecydują się na takie usługi, które zapewnią im, podczas korzystania, najlepsze doświadczenia.
- W ujęciu długoterminowym strategia projektowania skoncentrowanego na użytkowniku pokazuje konkretne korzyści biznesowe dla firm, które zdecydowały się w ten sposób działać na rynku (patrz wykres na następnym slajdzie).



## Wartość akcji grupy wybranych spółek giełdowych w okresie 1995 - 2004



Źródło: *The Value of Design Fact finder report*; Design Council 2007



## Korzyści z wykorzystania Service Design w sektorze MŚP

Service Design pozwala podejmować decyzje w oparciu o konkretne dane/ informacje (wydaje nam się, że klienci tego potrzebują... vs. klienci powiedzieli, że to ich interesuje...)

- Service Design jako proces opiera się na danych pochodzących zarówno z wewnątrz firmy, danych biznesowych z rynku, ale przede wszystkim na danych pochodzących od użytkowników.
- Mając dane od użytkowników możemy podejmować decyzje o zmianach usług/ wdrożeniu nowej usługi na podstawie informacji od samych użytkowników (zamiast tylko w oparciu o przekonanie, pracowników firmy, o właściwości danego rozwiązania).
- Dane zbierane na etapie empatyzacji (pierwszy krok w procesie Service Design) mogą posłużyć nam zarówno jako inspiracja do tworzenia nowych rozwiązań, jak również do weryfikacji już istniejących.





## Korzyści z wykorzystania Service Design w sektorze MŚP

Rozwój kompetencji przyszłości (kreatywność, rozwiązywanie problemów, podejmowanie inicjatywy):

- Realizacja procesu projektowania usług z wykorzystaniem Service Design wymaga od zespołu projektowego rozwijania kluczowych kompetencji z perspektywy trendów rynkowych.
- Kreatywność w poszukiwaniu nowych rozwiązań.
- Rozwiązywanie problemów w kontekście radzenia sobie z wyzwaniami wychodzącymi poza standardowy proces działania - np.: tworzenie usługi lepszej i jednocześnie tańszej od konkurencji.
- Podejmowanie inicjatywy w testowaniu pomysłów z użytkownikami, w celu weryfikowania jakości rozwiązań bez posiadania wszystkich, możliwych danych.



## Korzyści z wykorzystania Service Design w sektorze MŚP

Łączenie wiedzy i doświadczenia różnych obszarów w organizacji (przełamywanie silosów):

- Prowadzenie projektów z wykorzystaniem Service Design wymaga stworzenia zespołu składającego się z reprezentantów różnych dziedzin eksperckich w organizacji – na przykład: sprzedaży, marketingu, produkcji, opakowań, obsługi klienta, księgowości.
- Łącząc różne perspektywy, mamy możliwość trafienia na rozwiązania, które są trudne do dopracowania przez specjalistów z jednej tylko dziedziny.
- Zespół projektowy składający się z reprezentantów różnych obszarów biznesowych może znacznie sprawniej doprowadzić do wdrożenia pomysłu (krótszy czas na akceptację).



## Korzyści z wykorzystania Service Design w sektorze MŚP

Ograniczanie kosztów i ryzyka popełnienia poważnych błędów:

- Tworzenie i testowanie prototypów pomysłów to jeden z etapów procesu Service Design, który aktywnie ogranicza ryzyko porażki w projekcie.
- Testując prototypy (zamiast gotowych rozwiązań), znacznie ograniczamy czas oraz budżet niezbędny do weryfikacji usługi na rynku (w jakim stopniu faktycznie to, co chcemy zaproponować klientom będzie przez nich pożądane?).

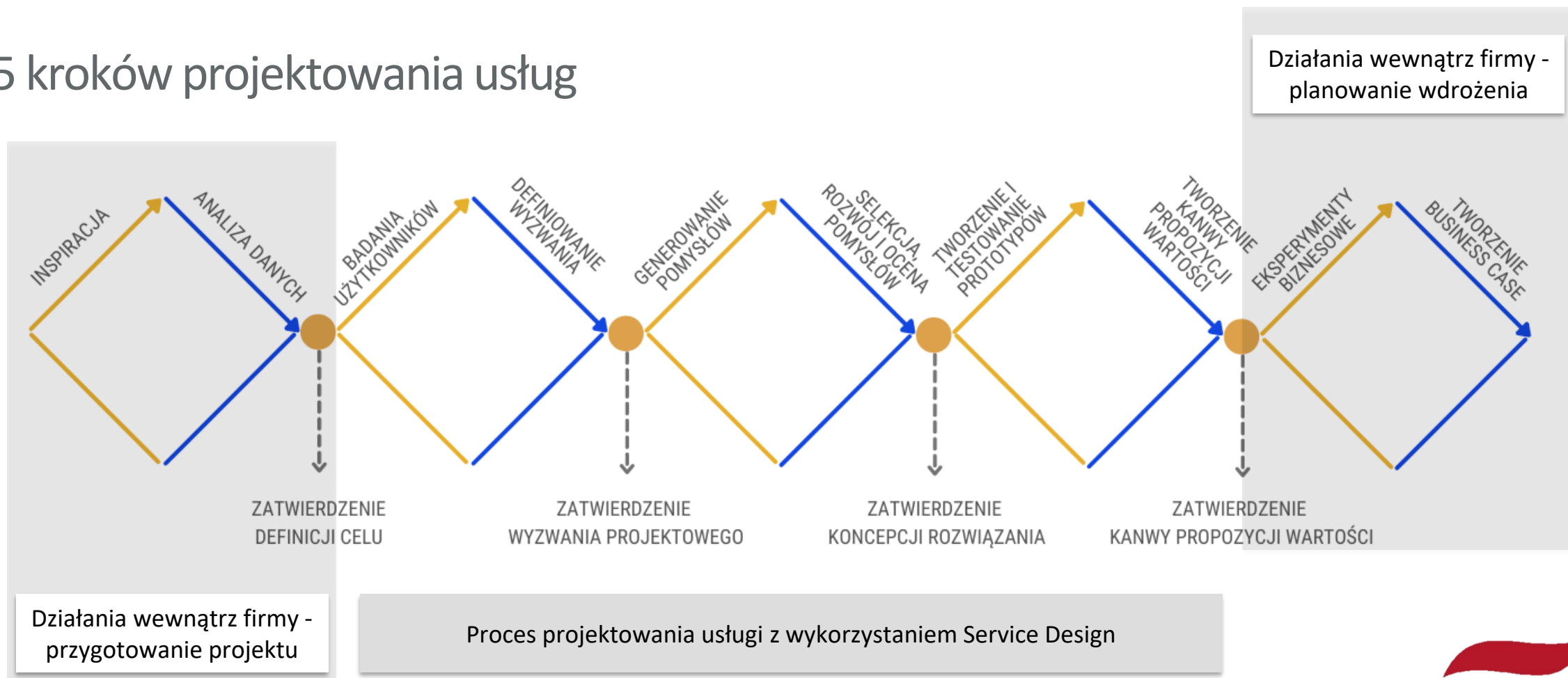


## 5 kroków projektowania usług

- **Empatyzacja** - poznanie i zrozumienie klienta.
- **Definiowanie wyzwania projektowego** - określenie kierunku projektowania, który będzie zgodny z potrzebami klienta i możliwościami naszej firmy.
- **Generowanie pomysłów** – tworzenie rozwiązań, które będą odpowiedzią na określone wyzwanie projektowe.
- **Tworzenie prototypu usługi** - rozwiązania, które ma największy potencjał odpowiedzieć na wyzwanie projektowe.
- **Testowanie prototypu usługi** - weryfikacja opracowanego pomysłu z klientami.



## 5 kroków projektowania usług



## 5 kroków projektowania usług

### **Empatyzacja** - poznanie i zrozumienie klienta

CEL: poznanie rzeczywistości użytkownika, czyli zrozumienie problemów, z którymi musi poradzić sobie w codziennej rzeczywistości, jego pragnień, zachowań i zadań, które ma do zrealizowania.

PRODUKT KOŃCOWY: mam dużo historii, danych i informacji o realiach życia moich użytkowników.

EFEKT: wiem dla kogo mam projektować rozwiązanie (kim są moi użytkownicy) i jaki ta grupa ma problem, którego rozwiązanie jest dla nich ważne.



## 5 kroków projektowania usług

**Definiowanie wyzwania projektowego** - określenie kierunku projektowania, który będzie zgodny z potrzebami klienta i możliwościami naszej firmy

CEL: precyzyjne zdefiniowanie zagadnienia/ problemu, który ma być przedmiotem projektowania podczas doświadczania procesu Service Design.

PRODUKT KOŃCOWY: wybrane i sformułowane w pytanie zagadnienie/ problem, którego rozwiązaniem chcemy się zająć.

EFEKT: mam nadany inspirujący kierunek, w którym „pójdę” w poszukiwaniu pomysłów. Pojawiają się już pierwsze inspiracje.

*Źródło: opracowanie własne*



## 5 kroków projektowania usług

**Generowanie pomysłów** - rozwiązań, które będą odpowiedzią na określone wyzwanie projektowe

CEL: wygenerowanie dużej liczby nowych, różnorodnych i oryginalnych pomysłów odpowiadających na wcześniej zdefiniowane wyzwanie projektowe.

PRODUKT KOŃCOWY: mam dużą liczbę nowych, różnorodnych i oryginalnych pomysłów.

EFEKT: mamy poczucie, że wśród wszystkich, wygenerowanych przez nas pomysłów jest coś, co będzie punktem wyjścia do stworzenia dobrego rozwiązania.





## 5 kroków projektowania usług

**Tworzenie prototypu usługi** - rozwiązania, które ma największy potencjał odpowiedzieć na wyzwanie projektowe

CEL: stworzenie prototypu produktu, który pozwoli użytkownikowi poczuć i zrozumieć proponowane korzyści (naszego rozwiązania).

PRODUKT KOŃCOWY: mam zbudowaną fizyczną reprezentację swojego rozwiązania, z którą użytkownik może wejść w interakcję - np.: może porządkować elementy według własnego uznania.

EFEKT: mamy materiały do przetestowania naszego rozwiązania (testy prototypu).



## 5 kroków projektowania usług

**Testowanie prototypu usługi** - weryfikacja opracowanego pomysłu z klientami

CEL: weryfikacja propozycji wartości naszego rozwiązania z potencjalnym użytkownikiem/  
konsumentem.

PRODUKT KOŃCOWY: mamy listę kluczowych modyfikacji naszego rozwiązania (zmian, poprawek),  
które pozwolą lepiej dopasować je do potrzeb i oczekiwań użytkownika (konsumenta).

EFEKT: mamy materiały do podjęcia decyzji - szlifujemy rozwiązanie, czy robimy zmianę kierunku  
(pivot)?



## Najważniejsze zasady projektowania usług

- User-centered: klient, użytkownik jako źródło informacji do tworzenia i dostarczania usługi.
- Ko-kreacja: tworzenie rozwiązań w procesie ko-kreacji z użytkownikiem w zespole reprezentującym różne kompetencje i obszary wiedzy.
- Sekwencyjność: proces projektowania jest sekwencyjny i ze swojej natury zakłada zmiany.
- Doświadczenia: decyzje w procesie tworzenia usług podejmowane w oparciu o konkretne efekty, punkty styku, które sprawiają, że usługa jest namacalna dla użytkowników.
- Holistyczność: całościowe podejście do doświadczenia we wszystkich punktach styku.

Źródło: *Interaction Design Foundation*: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/service-design>



## Najważniejsze zasady projektowania usług (wyjaśnienie)

- User-centered: wykorzystaj badania jakościowe do projektowania z uwzględnieniem wszystkich użytkowników.
- Ko-kreacja: włącz wszystkich istotnych interesariuszy w proces projektowania.
- Sekwencyjność: podziel złożoną usługę na odrębne procesy i sekcje podróży użytkownika.
- Doświadczenia: zaplanuj doświadczenia związane z usługami tak, aby stały się namacalne dla użytkowników, którzy rozumieją i zaufają marce.
- Holistyczność: projektuj dla wszystkich punktów styku w całym doświadczeniu, w sieciach użytkowników i interakcji.



## Narzędziownik projektanta usług

ścieżka doświadczeń

mapa empatii

persona klienta

plan usługi

wywiady pogłębione

scenariusz usługi



## Narzędziownik projektanta usług

- **Persona klienta oraz mapa empatii** - narzędzia pozwalające nadać strukturę danym które są zbierane podczas wywiadów pogłębionych z klientami.
- **Ścieżka doświadczeń** - narzędzie do analizy doświadczeń klienta z wybranym procesem, usługą.
- **Scenariusz usługi** - narzędzie do opisanie kolejnych kroków doświadczeń klienta z konkretną usługą (krok po kroku co dzieje się w kolejnych punktach styku klienta w oferowaną usługą).
- **Wywiady pogłębione** - narzędzie do zbierania danych, dotyczących doświadczeń klienta z konkretną usługą/ produktem. W ramach wywiadów zbierane są głównie dane jakościowe.




## Narzędziownik projektanta usług: przykład osoby

**1** IMIĘ

**3** DANE DEMOGRAFICZNE - KIM JEST?

**4** JAKIE PODEJMUJE DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z TWOIM PRODUKTEM?

**2** WIZERUNEK PROTOPERSONY - JAK WYGLĄDA?  


**Źródło:** opracowanie własne z materiałów szkoleniowych



## Trendy rynkowe wpływające na popularność Service Design

- Społeczeństwo informacyjne.
- Postępująca serwicyzacja w kolejnych branżach.
- Wzrost świadomości klientów.
- Digitalizacja gospodarki.





## Rekomendowane lektury w temacie Service Design

- Jak projektować usługi. Niezawodne zasady w praktycznym zastosowaniu  
(Stickdorn Marc , Hormess Markus Edgar , Lawrence Adam , Schneider Jakob)
- Zmiana przez design: jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność (Tim Brown)
- Badania jako podstawa projektowania user experience (Barbara Rogoś-Turek, Iga Mościchowska)



Zapraszamy na kanał PARP na YouTube,  
gdzie znajdziesz więcej rozmów z ekspertami.

Nagranie zostało zrealizowane w ramach projektu  
Centrum Rozwoju MŚP.

Kontakt

tel.: +48 536 755 075

e-mail: [biuro@generatorpomyslow.pl](mailto:biuro@generatorpomyslow.pl)

[generatorpomyslow.pl](http://generatorpomyslow.pl)

