

Kunden i fokus

Merkevarebygging, identitet og interaksjonsdesign

ALLEGRO

av Siri Meen og Pia Gundersen



Nesten alle kunder ...

- er utålmodige
- forventer å være i sentrum – bli gjenkjent
- er tilstede i flere kanaler
- er kanalindifferente – forventer samme produkt, pris og service uavhengig av kanal



OPEN

Like viktig som før er:

- kjøpmannskap
- kundeservice

Utfordringen er den samme
som alltid: riktig vare i riktig
salgskanal pakket inn i god
service ...

**... solgt av en jeg kan stole
på!**

Derfor trenger vi merkevarer

Vi trenger merkevarer fordi vi har så mange valg – hvilket merke vinner kundens tillit?


Bedrifter kopierer hverandre. Det holder ikke lenger å sette egenskaper opp mot hverandre. Kundene tar valg basert på opplevde verdier.

Hva tenker dere på når jeg sier «merkevare»?

En merkevare er ikke:

- en logo
- en grafisk identitet
- et produkt



A top-down photograph of a woman with long, wavy brown hair lying on her back on a white floor. She is wearing a dark blue t-shirt and light blue denim jeans with a tear at the knee. Her eyes are closed, and she has a peaceful expression. She is surrounded by several cardboard boxes of various sizes. One box to her left is open, showing a pair of black sneakers wrapped in white tissue paper. Another box to her right is open, showing a pair of black sneakers wrapped in white tissue paper. A black laptop is open on the floor near her feet. A red and orange shopping bag is also visible. The overall scene suggests a woman who has just received a delivery and is relaxing with her new purchases.

En merkevare er en persons **følelse** og **opplevelse** av et produkt, en service eller et selskap

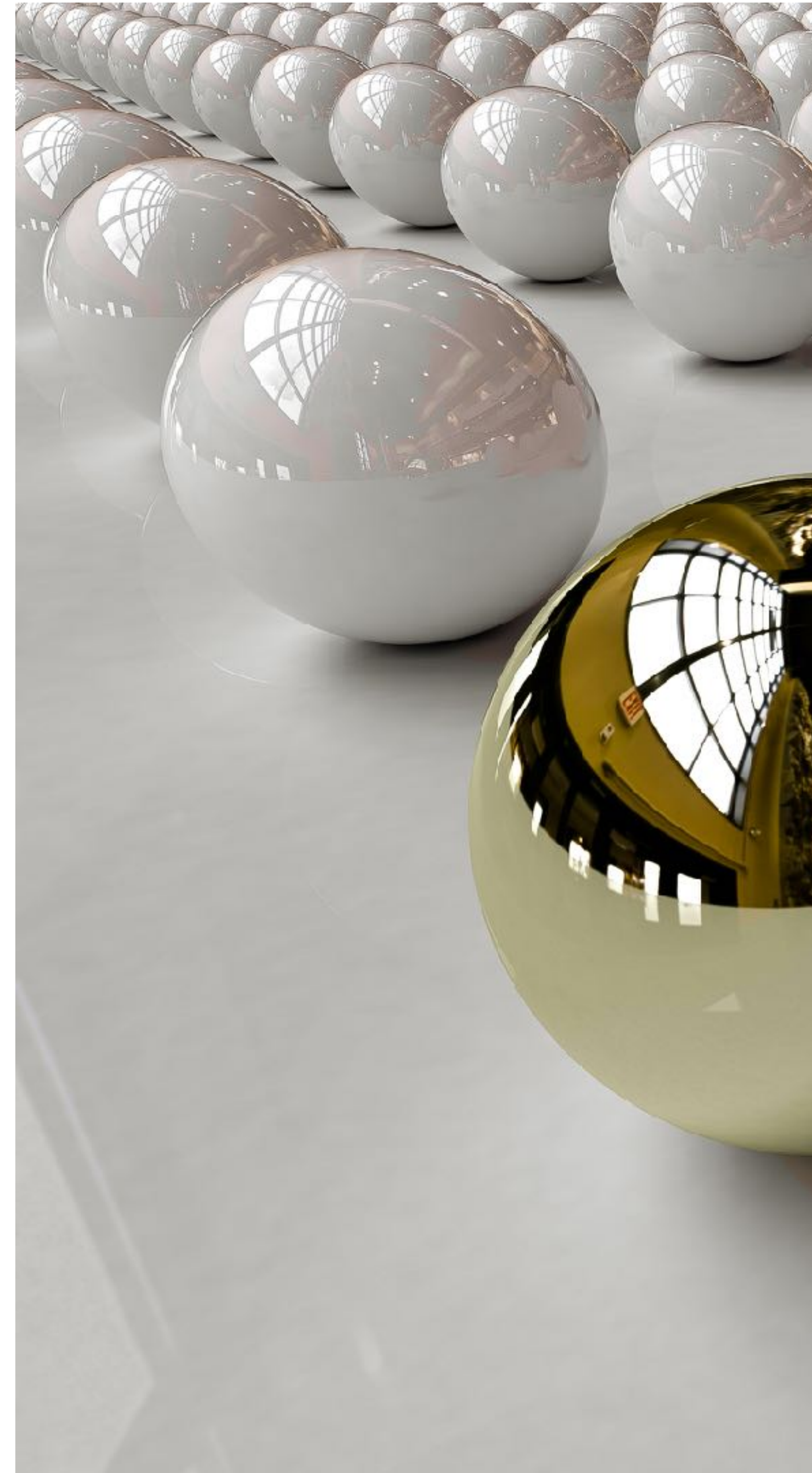
Med andre ord:

En merkevare er ikke hva **DU**
sier at det er, men hva **DE** sier
at det er!



Vinnerne er

- De som ikke er som alle andre
- De som 'lever og puster' en tydelig identitet på kryss og tvers i hele organisasjonen
- De som kjenner og forstår sitt marked og sitt publikum



Hvordan kan vi påvirke kunden?

- Relevant
- Interessant
- Troverdig
- Konsistent
- Helhetlig
- Synlig



Merkevareidentitet skal hjelpe til med å bygge en relasjon mellom merkevaren og kunden

Design som

- er profesjonelt – skaper trygghet
- kommuniserer deres sjel og omdømme
- er funksjonelt
- er intuitivt
- er brukervennlig

Godt design virker

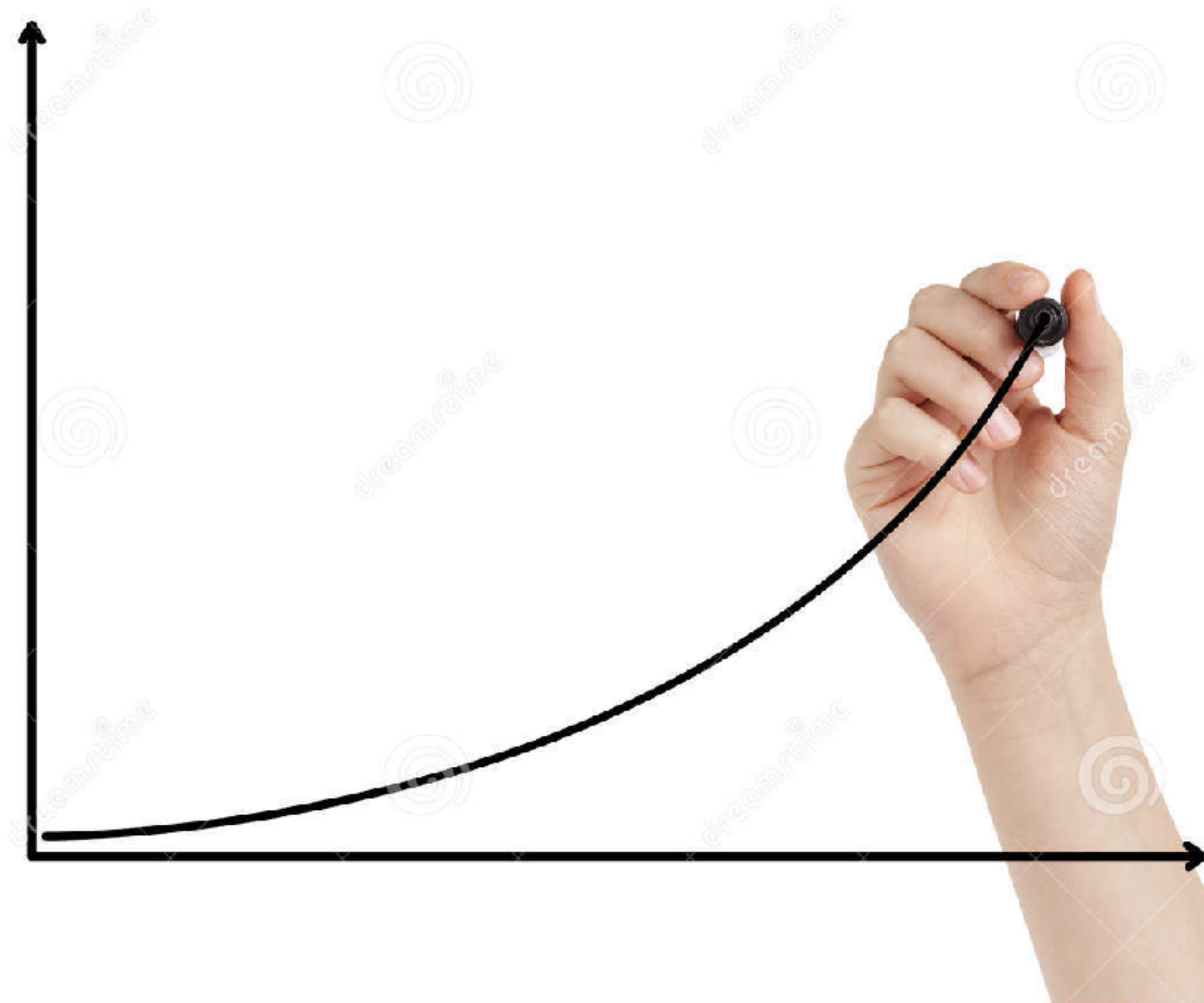
- 58% av danske virksomheter angir, at de bruker design
- 74% av dem opplever, at design har positiv betydning for deres bunnlinje
- 80% opplever at design i høy grad styrker deres brand
- 68% opplever at designanvendelse gir økt kundetilfredshet
- 69% av de differensierer sig fra deres konkurrenter ved at bruke design og på den måte øger deres konkurransevne.



Kilde: Dansk designsenter og Dansk industri

En suksessfull merkevare kan:

- øke forbrukerlojalitet og preferanse
- øke salg og markedsandel
- øke differensiering fra konkurrenter
- bidra til positiv finansiell prestasjon
- bidra til håndtering av paradigmeskifter i marked
- uttrykke selskapets ambisjoner
- motivere ansatte til gode prestasjoner
- tilrettelegge for ekspansjon og vekst
- guide ledelsen og lette beslutningsprosesser



TID er fremtidens største mangelvare

- Valgmulighetene er uendelige
- Uintelligente løsninger og kommunikasjon fra-sorteres som irrelevant
- Hvis vi vil ha oppmerksomhet, må vi gi oppmerksomhet i budskap, atferd, produkter og nettbaserte løsninger

Lykke til!



A close-up photograph of a person's hand holding a large, flat, brown, textured object, possibly a piece of wood or a large leaf, in a field of tall, dry grass. The scene is illuminated by a bright, low sun, creating a warm, golden glow and long shadows. The background is slightly blurred, showing more of the field and some trees in the distance.

Interaksjonsdesign

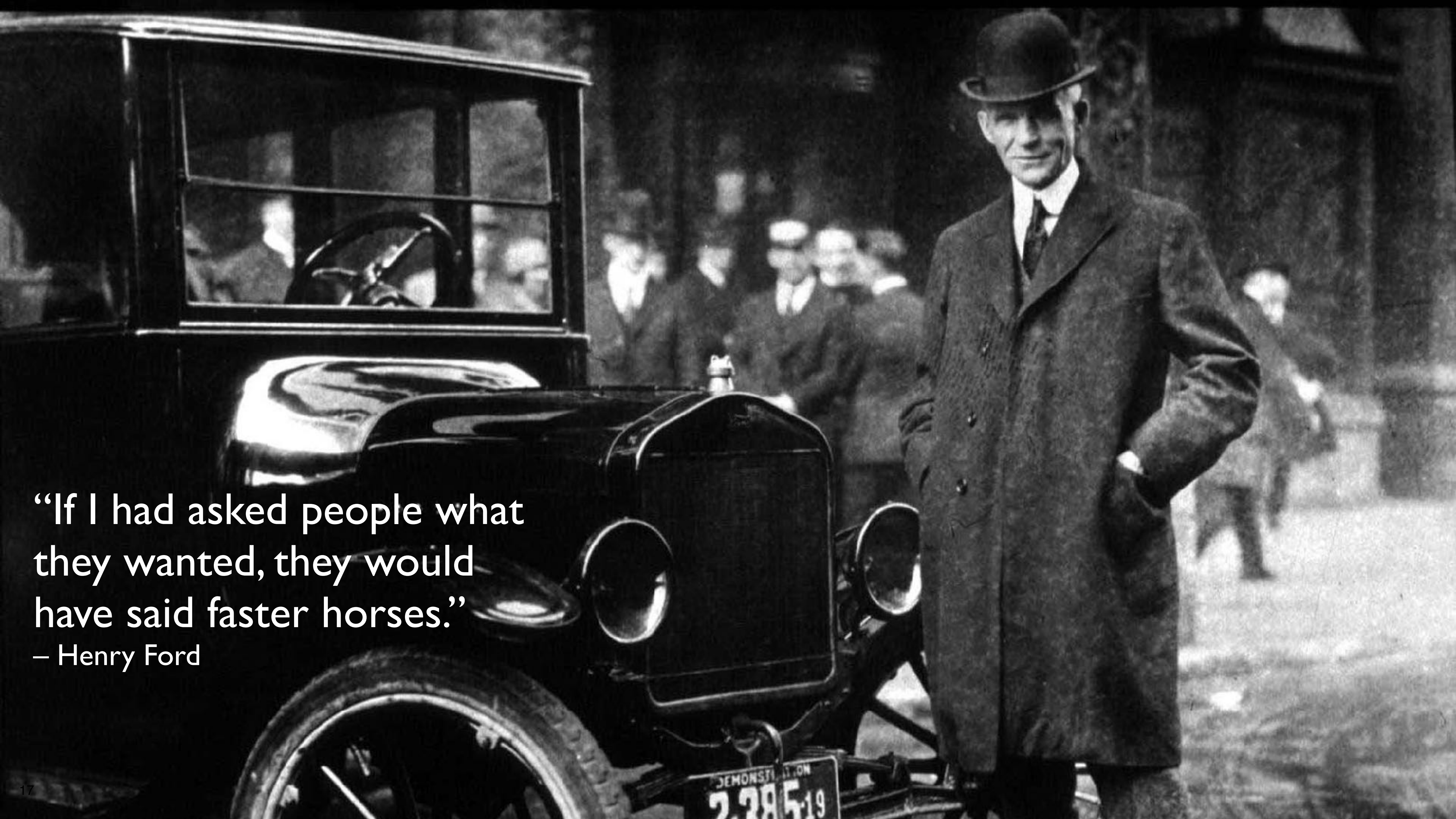
ALLEGRO

Hva skal jeg egentlig snakke om?

- En interaksjonsdesigners rolle
- Hva er interaksjonsdesign?
- Hvorfor er interaksjonsdesign så viktig?
- Hvordan jobber vi?
- UU(Universell utforming)



Hva er rollen til en interaksjonsdesigner?

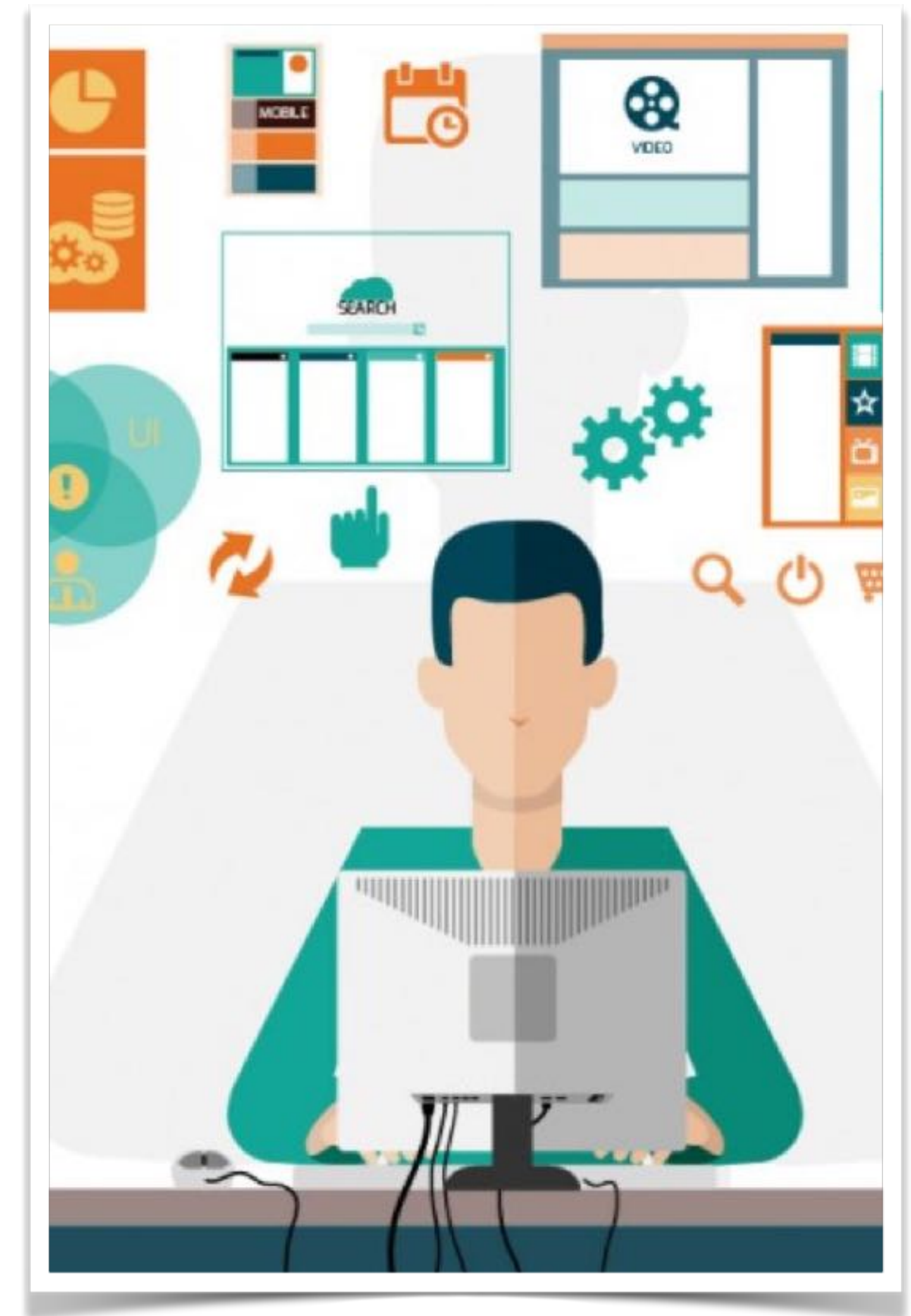


“If I had asked people what they wanted, they would have said faster horses.”

– Henry Ford

En interaksjonsdesigner

- Bro mellom brukere og utviklere
- UX/IxD-designer
- Kan designe
- Forstår hvordan koden fungerer, hva som er mulig
- Løsninger - Brukervennlig, funksjonelle og god brukeropplevelse



Interaksjonsdesign

Hva er det egentlig?

IxD / Interaction design / Interaksjonsdesign

Hva er det?

- Forholdet mellom mennesker og maskin
- Forstå brukerne og deres behov og sette brukerne i sentrum av en prosess
- Farger, profil, fonter = grafisk designer/ AD
- Funksjonalitet, opplevelse, tilgjengelighet = interaksjonsdesigner
- Brukervennlige løsninger

Brukervennlige løsninger

- Brukervennlige løsninger
 - Enkel å lære
 - Enkelt å huske
 - Funksjonelt
 - Effektivt
 - Forståelig
 - Forutsigbar
 - Intuitivt

“A user interface is like a joke. If you have to explain it, it’s not that good.”

–Martin LeBlanc, Iconfinder

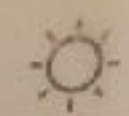
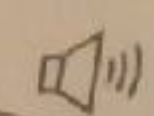
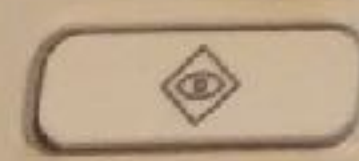


C5250



ABC DEF
1 2 3
GHI JKL MNQ
4 5 6
PQRS TUV WXYZ
7 8 9
* 0 #
Log In/ Out ID C

⊗
123
○



AVOID JOB

C5250

Tast avd. ID og PIN med talltastene.

Avd. ID

PIN

Logg inn

ABC DEF
1 2 3
GHI JKL MNO
4 5 6
PQRS TUV WXYZ
7 8 9
* 0 #
Log In/ Out ID C

||

Green diamond button with a small black dot above it.
Orange triangle button with a circle and a diagonal line through it.

AVBRYTE JOBB ↴

Canon

Interaksjonsdesign

Hvorfor er det så viktig?

Derfor er interaksjonsdesign spesielt viktig for varehandel

- Brukeropplevelse
- Enklere å bruke -> større sjanse for gjentagende bruk
- Mindre irritasjon
- Brukere vil komme tilbake
- Sannsynligheten for at et kjøp blir gjennomført er større



Designprosesser

“Good design is actually a lot harder to notice than poor design, in part because good designs fit our needs so well that the design is invisible”
- **Donald A. Norman**



Personas

Low-fidelity

Analysering

Fokusgrupper

Prototyping

Spørreundersøkelser

Intervju

High-fidelity

Brukerundersøkelser

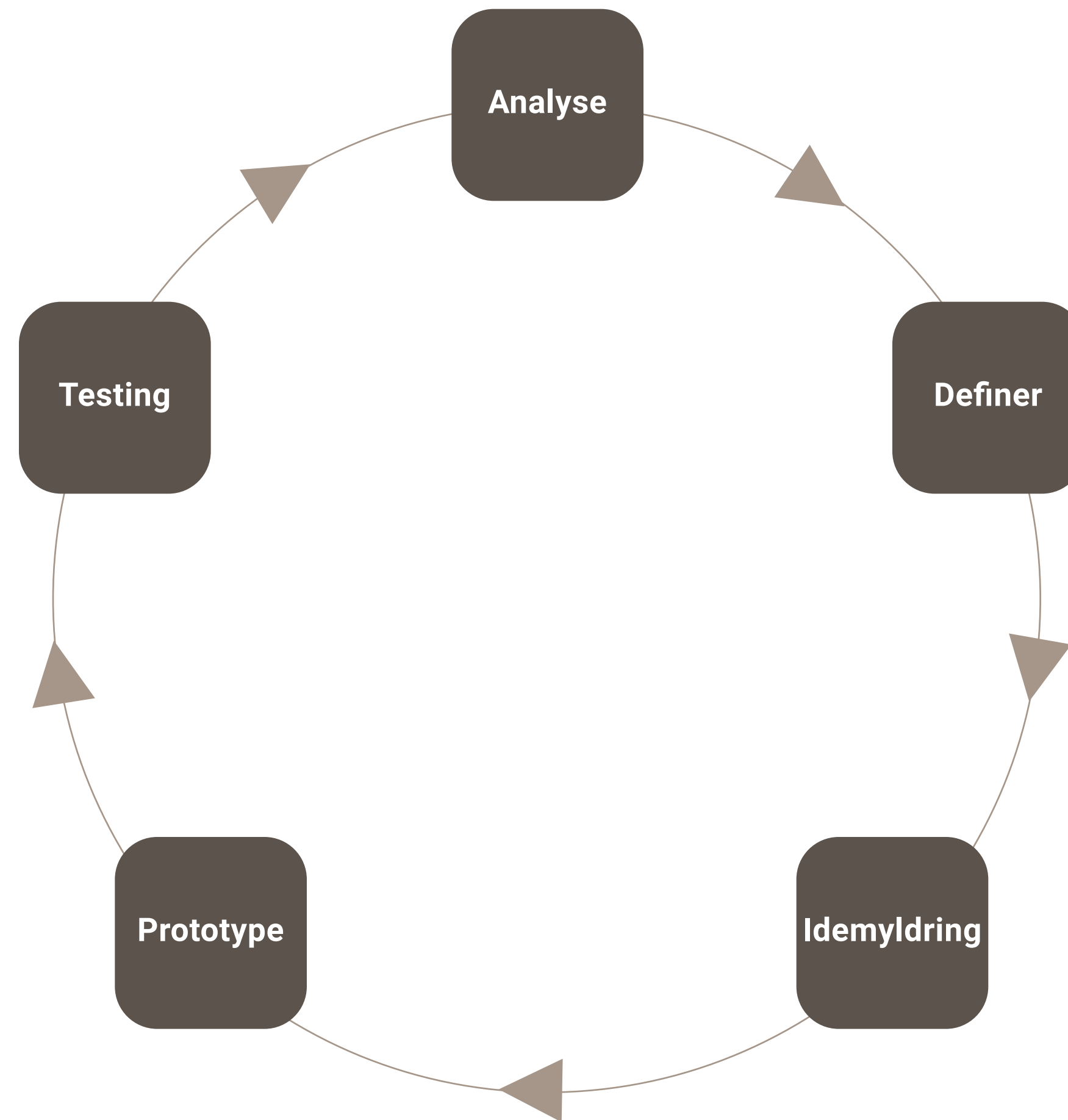
Brukertesting

Brukersentrert designprosess

- Ha brukeren i fokus gjennom hele prosessen
- Tilpasse løsninger etter brukeren, ikke omvendt
- Forutsigbarhet på løsningen

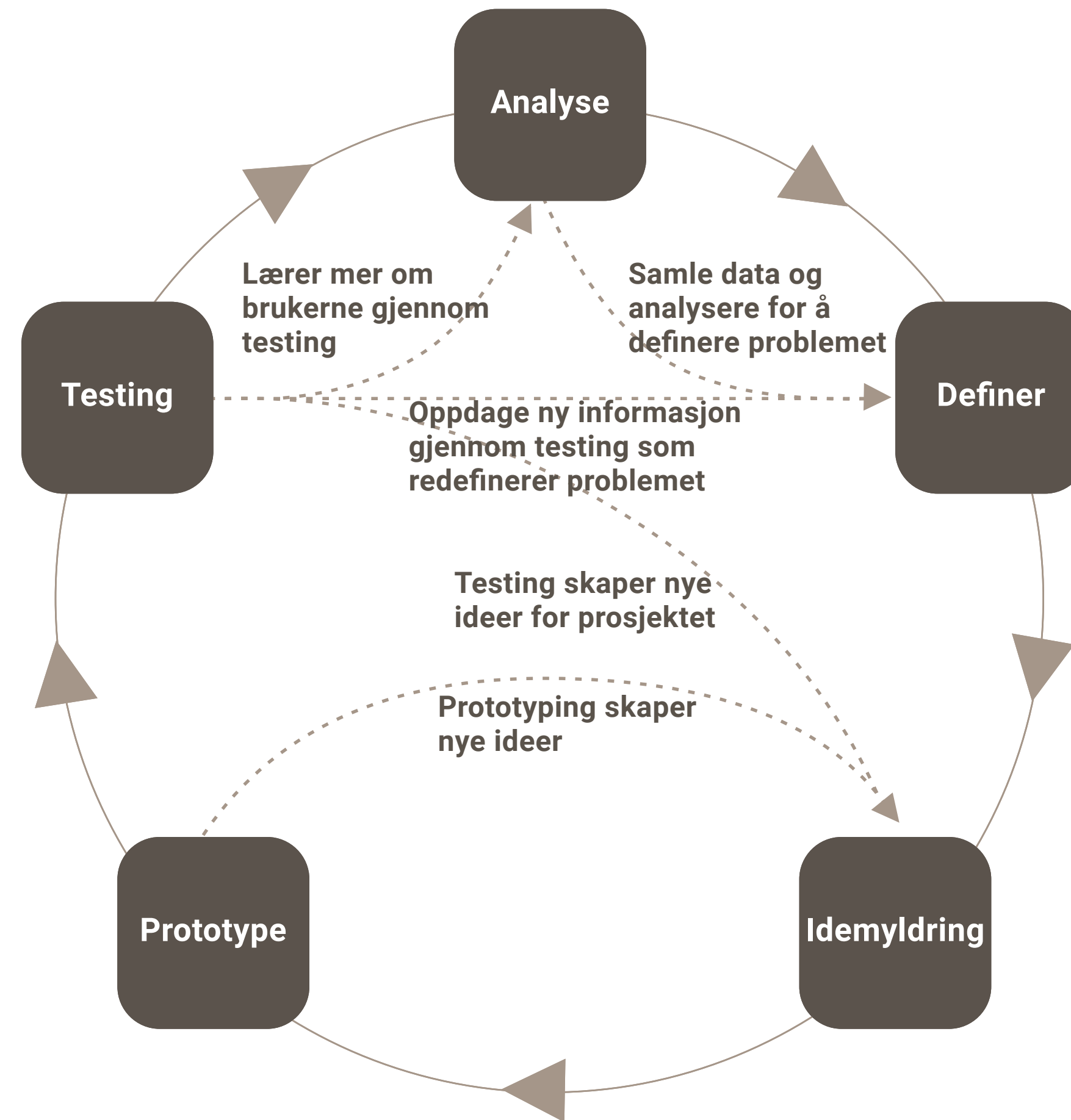
Designsyklus

- Analysere
- Definere problemet
- Idemyldring
- Prototyping
- Testing



Designsyklus

- Analysere
- Definere problemet
- Idemyldring
- Prototyping
- Testing



UU

Universell utforming

Hva er universell utforming?

- Skape en god brukeropplevelse for alle
- Tilgjengelighet for alle, uavhengig av funksjonsevne
- Løsninger skal være utformet på en måte som gjør at alle kan bruke den, uten å måtte trenge å lage spesialløsninger
- Innen vår bransje gjelder dette bl.a kontraster, farger og gjøre bilder og video mer tilgjengelig
- Nye krav satt av Difi:
 - Alle nye IKT-løsninger som blir utviklet etter 1.juli 2014 skal være universelt utformet
 - Eksisterende IKT-løsninger fra før 1.juli 2014 skal være universelt utformet innen 1. januar 2021

“Good design is obvious.
Great design is
transparent.”

– **Joe Sparano**

Vestfolds største kreative
og digitale miljø,
med ambisjoner på dine vegne.

ALLEGRO