

Palveluliiketoiminnan näkökulmia

Posintra Oy / STOK Työpaja

16.11.2011

Timo Kaski



Sisältö

1. Mitä ovat palvelut?
2. Fokus käyttöarvossa
3. Asiakasymmärrys ja palvelukehitys
4. Arvolupaus
5. Business model
6. Palvelukonseptin määrittäminen



Palvelu ("Service") =

- "Services are actions and processes done for and with customers to create value for them" (Vargo and Lusch, 2004)
- "Services are experiences" (Zeithaml and Bitner, 2009)
- "Application of skills and knowledge for the benefit of somebody else" (Grönroos, 2009)
- "Services are immaterial, heterogenous, inseparable, perishable (IHIP)" (Möller and Sabine, 2005)



Palveluliiketoiminnassa

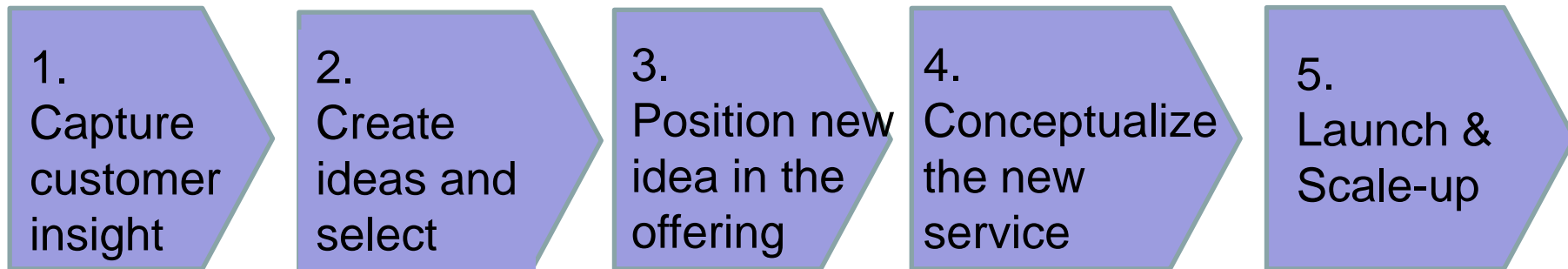
- Myydään lupauksia, ostetaan arvoa ja hyötyä. Ei omistusoikeuden siirtoa.
- Tuottajan näkökulmasta asiakkaan näkökulmaan!
Asiakkaan arjen käytännöt tuotteistuksen lähtökohtana
- Asiakkaan saama arvo syntyy asiakkaan arvontuotantoprosessissa, kun asiakas käyttää ja hyödyntää ostamaansa palvelua (*value-in-use*).
- Toimittaja tarjoaa kontribuution asiakkaan arvontuotantoprosessiin: toimii fasilitoijana ja tukena (*value co-creation*).



- **“A company often thinks their service is good, at the same time customer may think that there is hardly no service”, Prof. Store Strandvik, Hanken**
- **The Road serviceman of the year: “It’s always a human being who has a problem, not the car”**
- **“You say you have total solution, but I am afraid we don’t have any total problems”, Ericsson senior executive.**



Asiakasymmärrys palvelukehityksen lähtökohtana



Methods:

- Observation
- Critical incidents
- Service stories, narratives
- Open interviews

*Modified from sources: Edvarsson & Olsson (1996), Toivonen et al (2007), Stefan Moritz (2005)



Arvolupaus rakennettava erikseen jokaiselle erilaiselle asiakasryhmälle



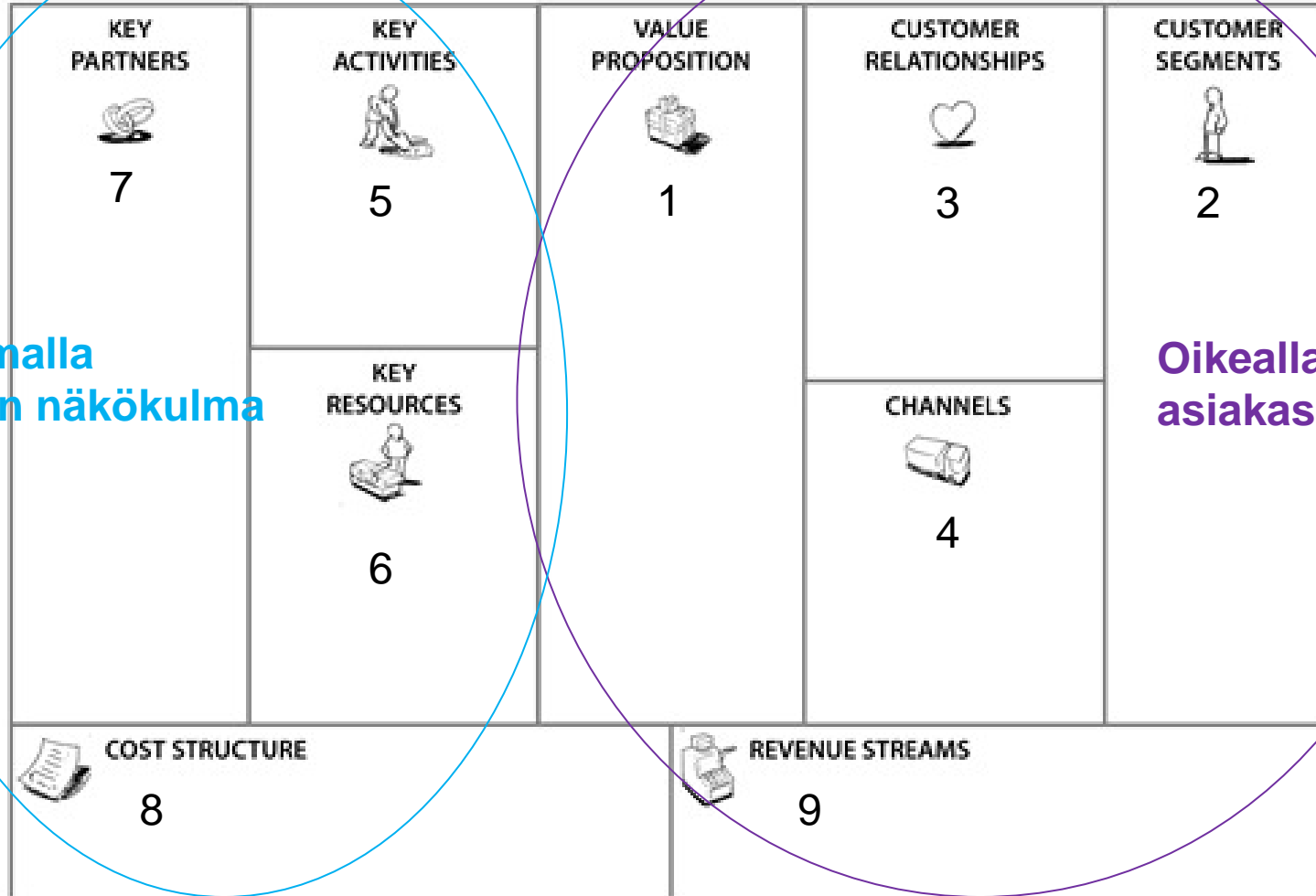
Mistä elementeistä arvo muodostuu?

Core product	Delivery system
Service mind-set	On-going relationship

“Business Model”: Kuvaa tavan, jolla tehdään rahaa

Business Model Canvas

www.businessmodelgeneration.com ©



Vasemmalla
Sisäinen näkökulma

Oikealla
asiakasnäkökulma



Palvelukonsepti - määritelmä

- Detailed description of **what** is done for the customer, what needs and expectations are being fulfilled. And **how** everything is done.



Palvelukonsepti – kaupallistamisen elementtejä

Service contents and structure

Earning logic

Service process

Customer encounters/ servicescape

Infrastructure and resources

-what do we offer, what customer gets
-what is core
-which attributes we want to achieve
excellence for

-what is customer paying for
-value proposal
-pricing logic

-process phases, how is service delivered
-people roles and tasks
-work instructions

-interactions and encounters with customers
-what is visible to customers and how is it perceived

-resources and competences needed
-responsibilities between organizations (partners)

