

Masarykova univerzita v Brně

Filozofická fakulta

Katedra informačních studií a knihovnictví

M U N I Katedra
A R T S informačních studií
a knihovnictví

**AN INTRODUCTION TO SERVICE DESIGN: DESIGNING THE
INVISIBLE BY LARA PENIN**

*Recenze knihy v rámci předmětu ISKM02 Design informačních služeb, rozhraní
a interakcí*

Autor: Sirková Žaneta
UČO: 511964
Typ studia: prezenční, magisterské
Ročník: I.

Brno

Datum odevzdání

14. 1. 2024

Kniha *Designing the invisible* představuje základní soubor hlavních klíčových definic, teorií a konceptů, které jsou důležité pro správné pochopení a poznání v tomto oboru. Můžeme říct, že hlavní myšlenkou knihy, ne-li cílem, je poskytnout čtenáři všestranný úvod do oboru designu služeb a jeho procesů. Publikace obsahuje případové studie, rozhovory se světovými odborníky až po výukové prvky a vizuální materiál, který bude jistě prospěšný jak pro studenty, tak pro pedagogy či náhodné laiky, které téma zajímá.

Zabývá se mnoha tématy (kapitoly) a dělí je na podtémata:

1. Definice služeb
2. Ekonomika služeb
3. Digitální služby
4. Služby veřejného sektoru
5. Politika navrhování služeb
6. Navrhování služeb
7. Zahájení procesu návrhu služby
8. Výzkum a analýza
9. Generování konceptů služeb
10. Vytváření prototypů
11. Implementace a hodnocení
12. Základní schopnosti designu služeb

Kapitoly 1-6 se zabývají designem více spojeným s ekonomikou, politikou, kulturou, emocemi či technologiemi (mimo jiné) a jsou vedeny více teoreticky za pomoci diskuse odborníků z praxe, čímž se definuje oblast designu služeb. Druhá polovina se zaměřuje více na praktickou část oboru, tedy jednotlivými metodami či nástroji prostřednictvím případových studií, projektů a rozhovorů. Poslední z kapitol propojuje předešlé informace do uceleného celku a obohacuje dalším zamyšlením.

1. Kapitola

Jak už název napovídá, jde tu o definice základních prvků: služeb. Dívá se na ně z pohledu ekonomického (definice založena na obchodu), společensko-kulturního (veřejné služby, MHD, banky, restaurace, kulturní akce, zdravotnictví, školství...) stejně jako digitálních služeb (sociální služby, e-shopy).

Upozorňuje na důležitost interakce a komunikace mezi poskytovatelem služby a uživatelem, obzvlášť pokud se jedná o služby zaměřené na lidi. Představuje rozdílné pohledy designérů produktových, grafických či architektů. Komunikace je jádrem služeb stejně jako čas, který do služby (jako designéři) investujeme. Např. v rámci organizace času kapitola nabízí návrh nástroje *Enactment* a poskytuje i důvod proč a v čem designérovi pomáhá.

„Services are not only the base of the economy but also the base of social relationship and interactions.“ (překlad: Služby jsou nejen základem ekonomiky, ale také základem sociálních vztahů a interakcí.) Str. 28

V závěru kapitoly je rozhovor se zakladatelkou Service design Network Birgit Mager, která nabízí své pohledy a názory propojené s praxí.

Druhá kapitola zpracovává obchodní modely založené na službách (sdílená a sociální ekonomika, ekonomický pohled na trh služeb a podnikatelské ekosystémy). Vysvětluje čtenáři, proč je důležité sledovat i širší okruh zájmu uživatelů i s tím jaké jsou jejich zkušenosti, které je důležité zapracovat do návrhu služby (CX professional role design). Stejně jako na zkušenostech uživatelů je důležité myslet na zájmy společenské a na to zda bude služba obohacena vlastním přínosem pro design. Další specifičností kapitoly je plánování služeb. Zde jsou služby rozděleny na peer-ekonomiku (princip spolupráce a výměny, komunity) a digi-ekonomiku (spojeno s platformami, např. Uber). Kapitola vysvětluje, že není rozdíl mezi službou a produktem (jedno nemůže být bez druhého), jelikož služba produkt vždy doprovází již od designování, přes výrobu, marketing, logistiku až po prodej.

Severoamerická NAIC dělí služby do 13 odvětví, které dělí i na podkategorie, ale já zde zmíním jen základních 13:

- 1) Utilities (Základní potřeby – voda, plyn, energie..)
- 2) Doprava
- 3) Informační sektor
- 4) Finanční sektor
- 5) Nemovitosti
- 6) Profesionální a technické služby
- 7) Podnikatelské služby
- 8) Administrativa
- 9) Vzdělávání
- 10) Zdravotní a sociální péče
- 11) Zábava, kultura a umění
- 12) Stravování a ubytování
- 13) Ostatní + veřejné služby

V rámci tohoto uspořádání je zmíněná případová studie *Nahrazení hotovosti digitálními splátkami společnosti One Acre Fund a Citi*, která mi přišla velmi zajímavá. OAF je nezisková organizace, která nabízí mikropůjčky drobným podnikatelům zemědělcům na pokrytí výdajů spojenými s výkonem práce (nákup sazenic, hnojiv...). Stejně tak se mi líbilo pojednání o sociální a sdílené ekonomice (kapitola 2.5 a 2.6).

Na jejím konci je rozhovor s Eziem Manziniem, zakladatelem *Design for Social Innovation and Sustainability* a odborníkem na téma design jako sociální inovace. Designéři služeb potřebují provádět rozhovory se svými zákazníky a mapovat jejich interakce v průběhu času, což pomáhá odhalovat kritické a stresové momenty, které mohou vznikat. Právě designéři CX jsou profesionálové na vztahy se zákazníky a marketingu (bývá typické pro velké společnosti, př. Apple Store, menší organizace tato specializovaná oddělení většinou nemají).

Design služeb je, dle Manziniho, samotná interakce mezi lidmi, věcmi a místy, jejímž cílem je vytvořit hodnotu. A designéři, v porovnání s jinými obory, musejí myslet mnohem komplexněji, a přesto zůstat flexibilní a otevření novým možnostem.

Třetí kapitola se zabývá designem v rámci ekonomiky a digitálních technologií (již zmíněnou digi-ekonomiku) – služby mající vazbu k digitálním platformám, webům a dalším e-slужbám. Konkrétně se zabývá sociálními médii; obchodními platformami a e-shopy; finančními platformami; streamovacími platformami; managementem; zdravotnictvím a well-beingem; peer-to-peer službami a sociálními tržišti.

Dobrým příkladem, který tento sektor pěkně představuje byla případová studie NEST (chytré domácnosti, které se podle jejího využití uživateli učí a přizpůsobuje) stejně tak jako rozhovor s Jodi Forlizzi, odborníkem na interakce s uživateli a computer-user interakce.

4. kapitola představuje významné fenomény sociálních inovací a samotné dynamiky oboru. Zkoumá historii oboru i budoucí možnosti (a jejich varianty), které designéry čekají nebo jim už čelili. Věnuje se veřejným službám a politice designování s důrazem na sociální inovace a modely služeb s ekonomickou vazbou spojovaných spoluprací a interakcemi. Kapitola je završena odpověďmi a názory Eduarda Staszowského (ředitel *The Parsons Design for Social Innovation and Sustainability Lab*).

Pátá kapitola zkoumá koncepty propojených s ekologií, všestrannou udržitelností, budoucnosti práce a mezilidských vztahů v souvislostech služeb. V závěru zde autorka diskutuje o praxi service designu, konkrétně přibližuje jeho klíčové koncepty, charakteristiky, codedesign atd. v rámci praktických činností designéra. Poté na toto téma vedla rozhovor i s Cameronom Tonkinwisem, profesorem designu na *University of New South Wales Art and Design* v Sydney.

Ve druhé polovině knihy je v každé kapitole alespoň jedna případová studie či jiná praktická část (rozhovor, analýzy, další metody a nástroje) a konec kapitoly obsahuje výukový materiál (aktivity, šablony, odkazy na odbornou literaturu) demonstrující skutečnou práci designéra. Jsou zde i poznatky a doporučení přímo z autorčiny praxe, což může být pro čtenáře velmi nápomocné oproti holé teorii. V této části autorka ukazuje proces designování služeb na konkrétních příkladech, většinou v 5 krocích a to:

- 1) Definování samotného problému
- 2) Výzkum i případové studie
- 3) Vývoj konceptu studie
- 4) Prototypování a testování služby
- 5) Uskutečnění/zavedení do praxe

6. Kapitola. Se zabývá představením širokého světa designu a jeho možnosti. Analyzuje praxi a teorii. Diskuze s Danielem Sangiorgim, výzkumník a autor, jehož odpovědi nabízí vhled do tohoto světa i zajímavá zamyšlení nejen o základních principech praxe designování a jejich vývojem ve společnosti.

Sedmá část mapuje návrhy komunitních služeb se zaměřením na uživatele, jejich organizaci, flexibilitu a proces tvorby.

Zde byly nápomocné případové studie, např. *APAM Bus Company Mantua*. Společnost, zabývající se hromadnou dopravou v Mantui (Itálie), doufala v pouhou neefektivnost webových stránek, co se informací týkalo. Opak byl pravdou, sice to byla pravda, ale tak malicherná a závislá na procesech, které se ukázaly být chybné – př. komunikační strategie a nezaměřovali se na potřeby uživatelů (což bych řekla, že je u MHD docela podstatné). Oprava projektu trvala více než 3 roky a zahrnovala dlouhou fázi mapování společnosti a jejích možností, návrhu nových komunikačních cest a strategií a nakonec je za pochodu porovnávat s aktuálními zpětnými vazbami uživatelů. S tímto se spojoval i závěrečný rozhovor, jelikož zde byl odborník, který se na tomto projektu podílel – Alessandro Confalonieri. Poté jsou tyto dvě části propojené v klíčové analýze procesu.

8. část poskytuje přehled plánování a strategie, které vedou k realizaci služby i strategie vztahující se k výzkumu service designu. I tato část má dominantní případovou studii, ke které se váže i rozhovor (Sarah Schulman), jen s tím rozdílem, že v 7. kapitole šlo spíše o teoretické představení části procesu a zde více praktičtější a podrobnější formou.

Devátá a desátá kapitola se věnuje převážně diskuzi nad realizací služby (opět za pomoci studie a rozhovoru) od prvotního nápadu po ilustraci generativních procesů, např. prototypování, testování (vlastní i mezi uživateli) aj. v konceptu fyzických i digitálních platforem a způsobů. (9. kap. navrhování a 10. kap. testování) Dohromady se tyto kapitoly vzájemně doplňují a tvoří celek.

Jedenáctá část je pomyslným závěrem procesu, a to představení konkrétních metod realizace služby, kde autorka nabízí i vlastní zkušenosti. Věnuje se zde i obchodním modelům a hodnocením služby a jejím dopadům (nejen na společnost) a porovnává je s hodnocením a zpětnou vazbou od koncových uživatelů. Právě hodnocení a zpětná vazba zde hraje prim.

Poslední kapitola vše uzavírá a sjednocuje. Kromě toho se nevěnuje procesu (jako předešlé kapitoly), ale teoreticky možným výzvám a příležitostem, kterým můžeme čelit a radit, jak na ně vyžrát. Také nabízí kritický pohled na možnosti vzdělávání v oboru designu a možnostem jednotlivců.

Kniha má jasný edukativní charakter, její výhodou je styl, protože není psána jako učebnice, naopak je psána lidsky a opravdu i jako laikovi mi proces designování služeb přiblížila (dosti tomu napomohly konkrétní příklady a situace a grafický doprovod). Představuje různé pohledy ostatních oborů, které se k tématu vztahují, a přesto neodbočuje od tématu.

Autorka kombinuje teorii, praxi za příkladu studie a autorův analytický pohled s komentářem odborníka (často někdo, kdo se přímo podílel na příkladné studii), které fungují i jako výukový podklad pro čtenáře, který si rád vyzkouší i edukativní pasáže knihy → čtenář si načte poznatky teorie a praxe. Posléze si po jejich příkladu může sám vyzkoušet → osvojení si nových znalostí.

Jediné malé mínus vidím v některých neúplnostech. Např. definice *Double Diamonds* není úplná či řádně vysvětlena a vzhledem k tomu, že v této části nejsou uvedené doplňující zdroje, tak nováček oboru nebude plně rozumět části, dokud si na internetu nedohledá vysvětlení. Na druhou stranu je to prvek, který nutí čtenáře (k další) aktivitě – dalšímu vzdělávání a hledání informací o tématu. Stejně tak mi tu chybí i důvody, proč byly vybírány právě tyto metody.

Citace:

PENIN, Lara. *An introduction to service design: designing the invisible*. London: Bloomsbury Visual Arts, [2018]. ISBN 978-1-4725-7258-5.