

IT i praksis®---

Gør din e-service brugercentreret og integrér den i virksomhedens samlede kanalstrategi



For mange e-serviceydelser er udbudsorienterede og udviklet på baggrund af forvaltningens behov og ikke med udgangspunkt i borgernes eller virksomhedernes situation og behov. Det betyder, at ambitionerne om anvendelse af disse services ikke indfries. Derfor er det en udfordring at skabe en samlet kanalstrategi for e-services.

Der er fortsat et stort potentiale i digital forvaltning. Således viser *IT i praksis*®, at effektiviseringspotentialet stadig ikke er fuldt udnyttet. Samtidig viser *IT i praksis*®, at de offentlige topledere vurderer, at et borgercentreret fokus er en af de vigtigste faktorer for at kunne håndtere den offentlige sektors udfordringer i forbindelse med effektivisering og forbedring af servicekvaliteten. Og samtidig tilkendegiver de, at informationsteknologi har afgørende betydning for at kunne realisere en borgercentreret strategi.

Signalet er klart fra de offentlige ledere – brugerorientering skal i fokus. Omdrejningspunktet for digital service skal være borgerens situation – ikke de eksisterende forvaltningsprocesser.

For at kunne realisere en kundeorienteret e-service er der en række forhold, som den strategiske ledelse skal have fokus på – og her er der inspiration at hente fra den private sektor.

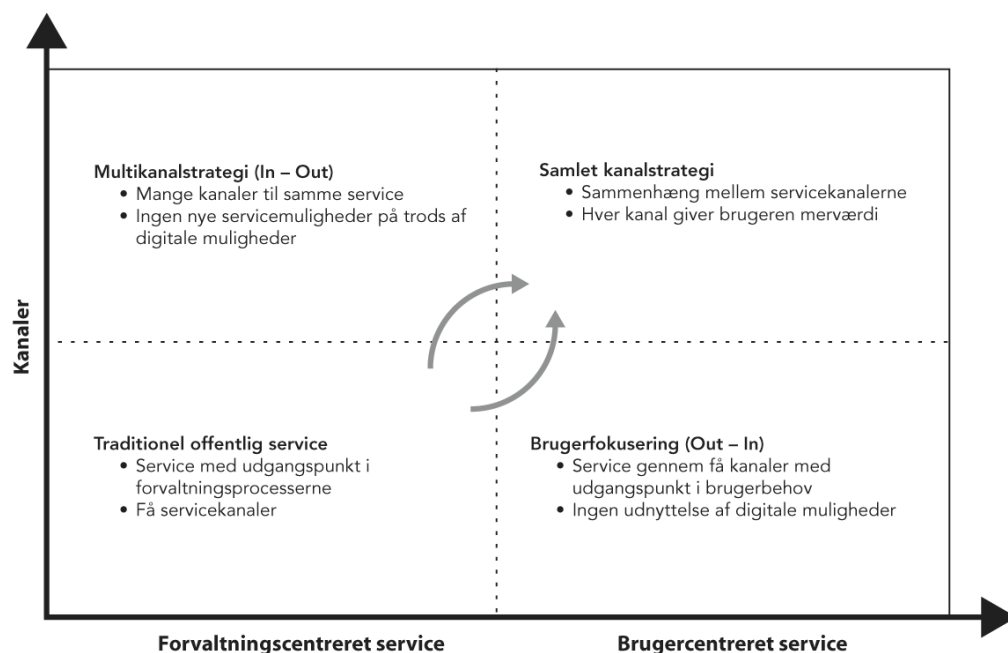
Det handler grundlæggende om, at man skal kende sine brugeres behov. Og erkende, at der er stor forskel på, hvem brugerne er, hvad de efterspørger, og hvor ofte – samt hvilke it-færdigheder de har i forhold til e-selvbetjening. Bevidstheden om, hvilke konkrete fordele den pågældende e-service vil give brugeren, skal være helt klar. Handler det blot om, at skabe digitale forudsætninger for at flytte opgaver fra forvaltningen til borgeren/virksomheden og gør den digital, er det ikke åbenlyst, at det bliver en succes. Behovsundersøgelser, segmentanalyser og fokusgrupper benyttes målrettet i den private sektor, når behov og fordele for kunden/brugeren skal kortlægges. Det kan man også gøre i den offentlige sektor. Samtidig kan der hentes inspiration på tværs af den offentlige sektor i gode eksempler på e-services, der giver brugeren lettelse og merværdi, hyppigt bliver anvendt og dermed kan være med til at realisere effektiviseringspotentialet. Et eksempel er den e-service, som Færdselsstyrelsen tilbyder ved syn af biler. Tidsbestilling kan udsøges og gennemføres via nettet, avis kommer dagen før på SMS og betalingen kan gennemføres elektronisk. Det giver tidsbesparelser for kunden og god kapacitetsudnyttelse i synshallerne.

Denne service er mere end bare en digitalisering af tidligere servicemuligheder. Den giver brugeren noget, som vedkommende ikke kan få gennem andre servicekanaler, og udgør dermed en merværdi. Og det er denne form for sammentænkning af kanaler, der er nødvendig, for at den digitale service kan udvikles til at blive en succes.

Kontaktinfo

Henrik Rosenberg Seiding
hers@r-m.com

Kanalstrategier



Den afgørende test for, om man skal tilbyde bestemte e-services er, om disse giver brugeren merværdi, fx hurtigere sagsbehandling, kortere ventetid, økonomiske fordele (lavere gebyrer), nye services etc. E-serviceydelsen skal således differentieres fra den traditionelle serviceydelse fra forvaltningen og gøres mere attraktiv. For de ydelser, der er egnede til e-service, kan det fx gøres ved at begrænse mulighederne for at benytte de øvrige kanaler – telefonisk henvendelse og personligt fremmøde. Hermed kan forvaltningen fokusere på den personlige service på de forvaltningsprocesser, hvor det er nødvendigt, og dermed både realisere effektiviseringspotentialet og højne serviceniveauet. Dette er de egentlige drivere for udviklingen af en efterspørgselsorienteret digital forvaltning.

Selv om der er nye servicemuligheder i digital forvaltning, er det klart, at en lang række ydelser ikke alene kan baseres på e-service. Nogle ydelser kræver personlig betjening, men kan suppleres med e-service. Har forvaltningen en gennemtænkt kanalstrategi, bør man fx sikre sig, at de medarbejdere, der arbejder i kvikskranker/borgerservicecentre, anvender de samme værktøjer, som tilbydes som e-service. Dermed sikres, at forvaltningen ikke har parallelle fagsystemer, som bundler i forvaltningsprocessen frem for brugerens behov, men bruger samme kanal og dermed kan uddanne brugeren i "selvforvaltning".

En samlet kanalstrategi betyder med andre ord, at det er overvejet, gennem hvilke servicekanaler man bedst opfylder brugernes behov og dermed giver dem en merværdi ved at bruge netop denne kanal frem for en anden. Samtidig betyder en samlet – og succesfuld – kanalstrategi, at man kan være med til styre brugernes valg af kanal og dermed også omstrukturere eller lukke nogle af de mere omkostningstunge kanaler, såsom personlig betjening, og dermed høste de forventede effektiviseringsgevinster.

Tag udgangspunkt i borgerens/virksomhedens behov, og gør din e-servicestrategi efterspørgselsorienteret. Kend dine borgere/virksomheder og deres forskellige behov. Og tænk din e-service sammen med de øvrige kommunikations- og servicekanaler – fra telefon, pjecer og hjemmesider til den personlige service – og sikr, at denne e-service giver brugeren reel merværdi. Derved kan du høste fordelene ved e-service og digital borger- og virksomhedsbetjening. e-service og digital borger- og virksomhedsbetjening.

IT i praksis® dokumenterer hvert år udviklingen inden for forretningsmæssig anvendelse af digitale teknologier i de største danske virksomheder. *IT i praksis*® bidrager til mere oplyste og kvalificerede it-strategiske beslutninger og anvendes i det daglige arbejde af både it- og topledere.

Temaerne i *IT i praksis*® omfatter digital forretningsudvikling, strategi, kompetencer, organisering, investeringer og teknologi. *IT i praksis*® har eksisteret siden 1996 og er et samarbejde mellem Rambøll Management og DANSK IT.