

Design... do usług!

Starostwo Powiatowe w Pszczynie



Październik 2013

Dane kontaktowe:

Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego
Wydział Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt Design Silesia
ul. Ligonía 46, 40-037 Katowice

tel. +48 32 77 40 125

e-mail design-silesia@slaskie.pl

Liderka projektu dla Starostwa Powiatowego w Pszczynie



MAGDALENA MICHNA-CZYRWIK
e-mail magdalena.czyrwik@gmail.com
tel. +48 501 484 155

Mentorzy PDR



CHRIS BROOKER
e-mail cbrooker@pdronline.co.uk
tel. +44 2920416681



PAUL THURSTON
e-mail pthurston@pdronline.co.uk
tel. +44 2920416720



Spis treści

2. Do Waszych usług!

3. Wstęp

5. Co to jest projektowanie usług?

6. I etap – ODKRYWANIE

- Co o usłudze mówi usługodawca? Jak usługa działa teraz?
Pierwsze wrażenia i obserwacje, planowanie wywiadów i obserwacji
- analiza badań

17. II etap – DEFINIOWANIE

- dokładne poznanie użytkowników usługi (segmentacja według zachowań, osoby, mapa interesariuszy)
- definiowanie wyzwań projektowych

21. III etap – TWORZENIE I ROZWIJANIE

- generowanie pomysłów
- prototypowanie i testowanie pomysłów

35. IV etap – DOSTARCZANIE

38. Co dalej?



Do Waszych usług!

Inicjatywa projektowania usług pojawiła się w zespole Design Silesia pracującym w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Śląskiego. Paradoksalnie, to urzędniczek podjęły decyzję, że należy wykorzystać design w nowym obszarze. Projektowanie usług i związanych z nimi doświadczeń wciąż w Polsce jest mało znane, a w sektorze publicznym to wręcz tabula rasa. Dlatego też do pracy nad nowym zadaniem zaprosiliśmy ekspertów z Design Wales, ośrodka, w którym z powodzeniem od lat zajmują się problematyką service design. Efektem tej współpracy w 2012 roku stał się pilotażowy proces projektowania *Design... do usług!*, realizowany w trzech instytucjach publicznych w regionie przez interdyscyplinarne zespoły pod nadzorem ekspertów z Walii. Pracowaliśmy dla Powiatowego Urzędu Pracy w Żorach, Urzędu Miasta w Tychach oraz Regionalnego Ośrodka Kultury w Katowicach.

Zadowoleni z efektów postanowiliśmy kontynuować zadanie i rozpoczęliśmy drugą edycję projektowania usług w instytucjach publicznych. Tym razem procesy poprzedziłyśmy trzymiesięcznym Kursem Projektowania Usług, który został zrealizowany przez Akademię Sztuk Pięknych w Katowicach. Kursanci uczestniczyli w warsztatach prowadzonych przez wybitnych polskich i zagranicznych ekspertów, a także wyjechali do Walii, gdzie wzięli udział w intensywnym trzydniowym procesie projektowania usługi dla rowerzystów w Cardiff. Z grupy piętnastu uczestników i uczestniczek

wybraliśmy trzy osoby – Natalię Armatę, Magdalenę Michnę-Czyrwik oraz Piotra Probę – do poprowadzenia zespołów projektowych pracujących w trzech następujących instytucjach w województwie śląskim:

- w Śląskim Centrum Społeczeństwa Informacyjnego,
- w Teatrze Zagłębia w Sosnowcu,
- w Starostwie Powiatowym w Pszczynie.

Starostwo Powiatowe w Pszczynie jest instytucją, która odpowiada za dostarczenie ok. 30 różnych usług mieszkańcom całego obszaru. Starostwo stale stara się poprawić jakość oferowanych usług. Pracownicy tej instytucji chcą, by ich klienci mieli świadomość nt. spraw, jakie można u nich załatwić oraz żeby oczekiwali i otrzymywali usługi na najwyższym poziomie. Mimo dużego zadowolenia klientów, chcieliby aby ich urząd był kojarzony jako przyjazny i potrafiący sprostać wyzwaniom na miarę XXI wieku.

ZESPÓŁ PROJEKTOWY:

Zespół wiodący:

Magdalena Michna-Czyrwik oraz Chris Brooker

Projektanci:

Natalia Armata, Piotr Proba

Design Silesia: Karolina Juzwa, Andrzej Misiura

PDR: Paul Thurston, Chris Brooker

Zdecydowaliśmy się na *Design... do usług!* ponieważ dzięki temu projektowi chcemy pokazać naszym klientom jakie usługi świadczy dla nich Starostwo Powiatowe.

Od projektantów oczekujemy pomysłów, które pozwolą nam się wyróżnić spośród urzędów funkcjonujących na naszym terenie. Jeśli chodzi o ambicje, to na pewno chcemy ulepszyć to, co już posiadamy i wprowadzić to, nad czym pracuje zespół projektowy. Projekt *Design... do usług!* pokazuje, że wiele już zrobiliśmy, ale na pewno jeszcze więcej trzeba zmienić, aby nasze usługi były dobrze odbierane przez klientów, dlatego też polecamy go innym urzędom.

Paweł Sadza, Starosta pszczyński



Design... do usług!

Myślę, że projekt Design Silesia to wyzwanie dla wielu urzędów. Dla nas stanowi on możliwość wyróżnienia się wśród innych placówek tego typu. Dzięki udziałowi w projekcie staramy się poprawić wizerunek Starostwa Powiatowego w Pszczynie w oczach klientów, a tym samym polepszyć oferowane przez nas usługi. Praca zespołowa pozwala zbliżyć się pracownikom do siebie, wspólnie możemy wypracować model, który następnie będziemy chcieli wdrażać i tym samym ulepszać nasze usługi. Ten projekt pokazuje nam, że możemy się wspólnie zintegrować jako pracownicy i wypracować pomysły, dzięki którym osiągniemy bardzo dobre rezultaty. *Design... do usług!* otwiera nam oczy, otwiera oczy tak szeroko, że widzimy rzeczy, które wprowadziliśmy, ale ich nie „wyeksponowaliśmy” wystarczająco, tak aby klienci mogli je zauważyć i z nich skorzystać. Najlepszym przykładem jest bezpłatne wi-fi. Wiemy, że jest, ale nie poinformowaliśmy o tym w żaden sposób naszych klientów.

Projekt ten na pewno pokazał nam, że jesteśmy już na etapie osiągania zaplanowanych celów, ale uświadomił nam również, że wprowadzając nawet drobną rzecz dla ulepszenia obsługi musimy informować o tym naszych klientów.

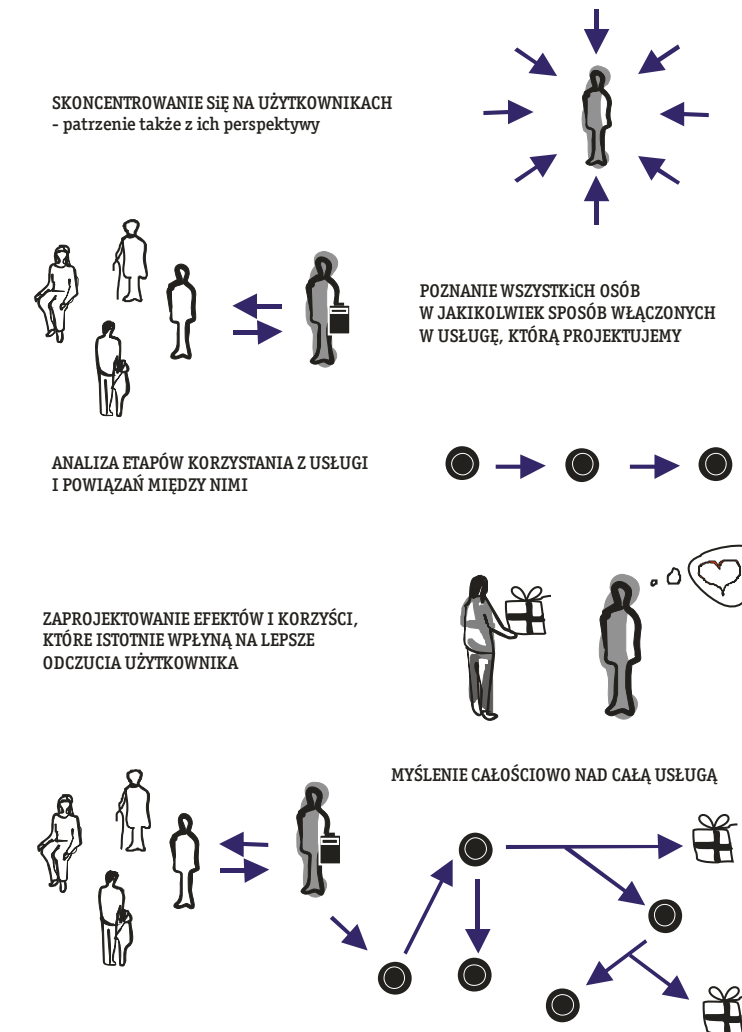
Kinga Pławecka-Bratek – naczelnik Wydziału Promocji Starostwa Powiatowego w Pszczynie



Co to jest projektowanie usług?

1. Dzięki myśleniu projektowemu praca jest:

- bardziej efektywna, bo oparta na multidyscyplinarnych zespołach,
- bardziej kreatywna, bo czerpiąca inspirację z metod projektowania,
- bardziej dopasowana do potrzeb klienta, bo maksymalnie skoncentrowana wokół człowieka – jego potrzeb funkcjonalnych i emocjonalnych.



2. Jakie są korzyści z zaprojektowanej usługi?



I etap – ODKRYWANIE

Każdy projekt musi rozpocząć się od dogłębnego poznania instytucji, w jakiej jest realizowany. Ten etap powinien prowadzić do określenia wstępnego wyzwania, jakim zespół projektowy będzie się zajmować. To, jak dokładnie poznamy usługę i jej użytkowników na tym etapie, będzie rzutowało na dalszą pracę zespołu. Jest to prawdopodobnie najważniejszy etap, dzięki któremu możemy zdefiniować co tak naprawdę jest problemem i na czym należy skupić uwagę. Nadrzędnym celem jest tutaj zdefiniowanie problemu i określenie wyzwań. Kolejnym krokiem jest dokładne zaplanowanie badań. Należy dobrze się do nich przygotować i określić: do kogo będą skierowane nasze pytania?, czego chcemy się dzięki nim dowiedzieć?, gdzie znajdziemy naszych interesariuszy?, gdzie będziemy z nimi rozmawiać?

Po analizie powyższych czynników należy wybrać jedną z metod pozyskiwania takich informacji. Mogą to być:

- kwestionariusze,
- dzienniki video,
- opinie społeczne,
- wywiady online,
- wywiady indywidualne.

Najlepiej sprawdzającą się i niezawodną prostą metodą są **wywiady indywidualne**. Pozwalają dogłębnie poznać doświadczenia badanych osób oraz ich opinie i uczucia, jakie towarzyszą im podczas korzystania z usługi, dlatego wywiady tego typu najlepiej przeprowadzać w miejscu świadczenia usługi. Nie należy ograniczać się tylko do słuchania odpowiedzi na pytania, ale wnikliwie dopytywać, żeby dowiedzieć się nie tylko co ludzie mówią, ale także co myślą i czują.

Uwaga! Dobrą metodą jest nagrywanie wypowiedzi na dyktafon, nie trzeba się wtedy skupiać na zapisywaniu odpowiedzi. Zdarza się, że po zakończeniu wywiadu jesteśmy niezadowoleni z wyniku, nie znajdując satysfakcjonujących odpowiedzi na nasze pytania. Nie należy się wtedy ograniczać do jednej metody, ale dążyć do jak najlepszego poznania zachowań użytkownika. Bardzo pomocne mogą być obserwacje klientów podczas ich drogi korzystania z usługi (np. od parkingu do opuszczenia budynku). Warto również samemu skorzystać z badanej usługi, żeby na własnej skórze przekonać się czy wszystko tak naprawdę działa sprawnie?



Najważniejsze elementy pierwszego etapu procesu – **ODKRYWANIE**:

Co o usłudze mówi usługodawca?

Jak obecnie działa usługa?

Pierwsze wrażenia i obserwacje-> planowanie badań – wywiadów i obserwacji -> analiza badań

Poznaliśmy strukturę działania Starostwa w Pszczynie.

Powiat pszczyński jest powiatem ziemskim, stanowiącym lokalną wspólnotę samorządową tworzoną przez mieszkańców powiatu oraz terytorium obejmujące gminy: Goczałkowice-Zdrój, Kobiór, Miedźna, Pawłowice, Pszczyna i Suszec. Terytorium powiatu obejmuje obszar o powierzchni 473 km². Do zakresu działania powiatu należy wykonywanie określonych ustawami zadań publicznych o charakterze ponadgminnym, w szczególności z dziedzin: edukacji publicznej, promocji i ochrony zdrowia, pomocy społecznej, polityki prorodzinnej, wspierania osób niepełnosprawnych, transportu zbiorowego i dróg publicznych, kultury i ochrony dóbr kultury, kultury fizycznej i turystyki, geodezji, kartografii i katastru, gospodarki nieruchomościami, administracji architektoniczno-budowlanej, gospodarki wodnej, ochrony środowiska i przyrody, rolnictwa, leśnictwa i rybactwa śródlądowego, porządku publicznego i bezpieczeństwa obywateli, ochrony przeciwpowodziowej, przeciwpożarowej oraz zapobiegania innym nadzwyczajnym zagrożeniom życia i zdrowia ludzi oraz środowiska, przeciwdziałania bezrobociu oraz aktywizacji lokalnego rynku pracy, ochrony praw konsumenta, utrzymania powiatowych obiektów i urządzeń użyteczności publicznej oraz obiektów administracyjnych, obronności, promocji powiatu, współpracy z organizacjami pozarządowymi.

Najczęściej odwiedzanymi są Wydziały: Geodezji i Kartografii, Paszportów oraz Komunikacji, mieszczące się w budynku przy ulicy 3 Maja 10.

Wydział Architektury i Budownictwa, mieszczący się przy ulicy Korfantego 7, także przyjmuje wielu klientów. Znalezienie go może być problemem dla osób nie znających Pszczyny.

Strony WWW dotyczące powiatu pszczyńskiego:

www.powiat.pszczyna.pl/

pless.pl/

213.5.249.106/webewid/

wrotapszczynskie.pl/

mapy.wrotapszczynskie.pl/imap/

plan.pszczyna.pl/



Pierwszym zadaniem podczas warsztatów było zgromadzenie wszelkich informacji dotyczących zauważonych problemów oraz rozwiązań, jakie planuje Starostwo Powiatowe w Pszczynie.

Urzednicy widzą następujące problemy:

- trudności klientów w poruszaniu się w urzędzie,
- brak czytelnych informacji jakie sprawy, w którym miejscu można załatwić, klienci nie wiedzą, że do załatwienia niektórych spraw potrzebne są im dokumenty z innych urzędów,
- niewystarczająca ilość miejsc parkingowych, klienci nie wiedzą o bezpłatnym parkingu za urzędem,
- lokalizacja budynku Wydziału Architektury i Budownictwa,
- brak czytelnej informacji o tylnym wejściu do budynku urzędu,
- mylenie usług realizowanych w Starostwie i Urzędzie Miasta Przyczyny,
- brak ulotek pomagających klientom w załatwianiu spraw.

Pomysły i plany urzędu:

- kawiarenka w piwnicy urzędu z podglądem na system kolejkowy,
- kącik dla dzieci z wyświetlaniem bajek,
- kącik z prasą,
- monitoring budynku,
- zwiększenie dostępu online do urzędu,
- poprawa identyfikacji wizualnej urzędu,
- stworzenie przyjaznego wizerunku urzędu i urzędników,
- identyfikacja urzędu: po co jest?, co tu można załatwić?,
- skrócenie czasu obsługi,
- ułatwienie procedur obsługi klienta,

- elektroniczne tablice informacyjne przy każdym ciągu komunikacyjnym,
- elektroniczny konsultant,
- zagospodarowanie ogrodu i udostępnienie go klientom urzędu.

Co się już dzieje:

- wszystkie dokumenty są przechowywane cyfrowo i dostępne w elektronicznym systemie,
- użytkownik jest informowany za pomocą SMS-a kiedy przyjsć i odebrać dokumenty, np. prawo jazdy,
- e-kolejki – rejestrując się online nie stoimy w kolejce.

Dzięki prezentacji przedstawicieli Starostwa, którzy oprócz przekazania niezbędnych informacji zorganizowali modyrowany spacer po budynku urzędu i jego okolicach, zespół projektowy uzyskał wiedzę na temat funkcjonowania instytucji. Zebrany materiał stał się podstawą do wyboru obszaru, którym następnie zajmował się zespół projektowy.



ASPEKTY ZAUWAŻONE PODCZAS ZWIEDZANIA URZĘDU:

- 1. Brak jednolitego systemu komunikacji w budynku:
 - różne monitory w systemie kolejkowym,
 - kartki z informacjami dotyczącymi komunikacji, np. oznaczenie windy,
 - brak informacji o możliwości wejścia do urzędu od strony parkingu,
 - brak dokładnej i czytelnej informacji o możliwości bezpłatnego korzystania z parkingu Starostwa,
 - potrzeba dokładnych oznaczeń, dobrego nawigowania budynku.
- 2. Duża przestrzeń urzędu nie jest wykorzystana. Ludzie gromadzą się tylko w jednym korytarzu.
- 3. Ciekawa przestrzeń w ogrodzie do wykorzystania.

OBSZARY – ELEMENTY

które powinny zostać szerzej zbadane i wzięte pod uwagę w planowanych wywiadach:

- komunikacja i informacja o przebiegu usługi we wszystkich wydziałach,
- poruszanie się po budynku/nawigacja,
- poprawa wizerunku urzędu i ocieplenie wizerunku urzędników, dopracowanie usługi, by była prosta, przyjazna i łatwa w odbiorze.

Pierwsze warsztaty zakończyliśmy świadomości, że wynikiem całego procesu może być stworzenie wielu rozwiązań, a ich większa część będzie mogła zostać zrealizowana. Wiele z tych propozycji można wdrożyć od razu, ale pozostałe wymagają dokładniejszej strategii, jak np. kreowanie marki Starostwa, komunikacja, czy usługi internetowe. Każda z nich musi być użyteczna i przyjazna dla użytkowników. W tym przypadku istotne będzie dokładne przeanalizowanie działań użytkowników, jak i pracowników urzędu, a także określenie, jak mają realizować codzienne zadania. Naszym celem będzie przede wszystkim zadowolenie klienta, ale musimy spojrzeć obiektywnie na całość usługi, aby poprawić lub zmienić jej elementy, jeśli zajdzie taka potrzeba.

Magdalena Michna-Czyrwik, liderka projektu

ANALIZA POTENCJALNEJ DROGI KLIENTA PODCZAS KORZYSTANIA Z USŁUGI

W trzech grupach wyznaczono drogę klienta, dla każdej z grupy był to klient, który korzystał z usług innego wydziału. Dla potrzeb dalszych opracowań wybrano trzy wydziały, które w głównym budynku Starostwa miały najwięcej klientów:

- Wydział Komunikacji i Transportu,
- Wydział Geodezji, Kartografii i Gospodarki Nieruchomościami,
- Terenowy Punkt Paszportowy.

Kolejnym krokiem było stworzenie tej samej drogi, ale tym razem zespoły projektowe brały pod uwagę indywidualne potrzeby każdego użytkownika np.: osobę z dzieckiem, osobę niepełnosprawną. Dzięki temu opracowaniu, oprócz wielu pozytywnych rzeczy, zauważono też kilka istotnych, powtarzających się problemów, na które należy zwrócić uwagę w dalszej pracy.

DOM:

- problemy ze znalezieniem informacji na stronie WWW,
- brak jasnej informacji jakie dokumenty należy zabrać ze sobą.

DOJAZD:

- brak znaków w mieście wskazujących dokładnie dojazd do Starostwa.

PARKING:

- brak jednoznacznej informacji o bezpłatnym parkingu, jeżeli nie uda się zaparkować, trzeba przejechać pół miasta; brak dokładnego oznaczenia tylnych wejść do budynku.

BUDYNEK STAROSTWA:

- brak oznaczeń tylnych wejść do budynku od strony parkingu,
- brak informacji o bezpłatnym wi-fi,
- brak informacji o toalecie,
- nie zawsze widoczny biletomat,
- długie, odstraszaające kolejki,
- mało miejsc siedzących,
- brak informacji o szacowanej długości oczekiwania w kolejce,
- brak informacji o skróconej kolejce dla osób rejestrujących się online,
- brak jasnych informacji na temat opłat, (klient dokonuje opłaty w kasie w trakcie załatwiania sprawy co znacznie wydłuża czas obsługi),
- brak jasnych instrukcji jak odpowiednio przygotować się do obsługi (niezbędne dokumenty, itp.),
- brak odpowiedniego oznaczenia dojazdu do Wydziału Architektury i Budownictwa.

PLANOWANIE BADAŃ

Dokładne poznanie struktury działania powiatu było bardzo istotne przy podjęciu decyzji, jakimi obszarami należało się zająć. Według opinii pracowników powiatu i dostarczonych przez urząd danych obrazujących ilość odwiedzin w poszczególnych wydziałach, zespół podjął decyzję o przeprowadzeniu badań w wydziałach najczęściej odwiedzanych przez klientów, czyli w:

- Wydziale Komunikacji i Transportu,
- Wydziale Geodezji, Kartografii i Gospodarki Nieruchomościami,
- Wydziale Architektury i Budownictwa (mieszczącym się w osobnym budynku),
- Terenowym Punkcie Paszportowym.

Wywiady miały na celu sprawdzenie czy problemy, które udało się zauważyć, naprawdę są odczuwalne przez klien-

tów Starostwa? Badania miały pomóc w zauważeniu nowych problemów, oczekiwań lub zachowań klientów, które mogłyby być impulsem do zmian budujących lepsze usługi.

Badania podzielono na pięć etapów:

1. Wywiady otwarte z osobami korzystającymi z usług Starostwa Powiatowego w Pszczynie

- Jaka jest szybkość i skuteczność oferowanych usług?
- Czy klient wychodzi zadowolony?
- Na co ludzie czekają najdłużej?
- Czy są jakieś trudności w załatwianiu spraw?
- Jakie są oczywiste problemy?
- Co mieszkańcy mogą tutaj załatwić?
- Co mogliby robić częściej online?
- Kiedy klienci myślą o budynku, to z czym im się kojarzy? Co o nim sądzą?
- Czy ludzie wiedzą jak dotrzeć do Starostwa? Jak się po nim poruszać?

2. Wywiady z pracownikami urzędu

- W jakich sprawach klienci najczęściej przychodzą?
- W jakich sprawach dzwonią?
- Ile średnio trwa obsługa jednego klienta?
- Jakie są problemy? Nieprzyjemne sytuacje w pracy?
- Jakie są przyjemne sytuacje?

3. Obserwowano zachowania ludzi wokół budynku i w środku

4. Projektanci wcielili się w klientów Starostwa Powiatowego w Pszczynie i próbowali załatwić sprawę w trzech różnych wydziałach

5. Badanie użytkownika podczas korzystania ze strony www Starostwa

Trzem mieszkańcom powiatu pszczyńskiego polecono, by znaleźli informacje o tym, jak zarejestrować samochód i zarejestrować się w e-kolejce. Niezależnie od wieku badanych zauważono, że było to trudne zadanie. Sporo czasu zajmowało znalezienie informacji, ponieważ w wyszukiwarce google pojawiało się mnóstwo informacji, ale żadna nie kierowała jednoznacznie na stronę WWW Starostwa. Na stronie Starostwa intro było mylące, a zakładka o e-kolejce była umieszczona przy reklamach i nie zachęcała do skorzystania z niej.



MAPA INTERESARIUSZY

Korzystając z mapy określa się i nanosi instytucje, ludzi i miejsca zaangażowane w projekt lub zainteresowane usługą. Te o silniejszych związkach z projektem powinny być umieszczone bliżej środka, a te o słabszych – bliżej koła zewnętrznego. Jest to bardzo przydatne narzędzie podczas planowania badań, które należy przeprowadzić na osobach lub miejscach mających największy związek z projektowaną usługą. W przypadku Starostwa Powiatowego w Pszczynie byli to klienci najczęściej odwiedzanych wydziałów oraz pracownicy pierwszego kontaktu.

ANALIZA BADAŃ

Co mówili nasi interesariusze?



.. klienci nie wiedza co my robimy i czasami sie denerwuja..!

Do kierowników zawsze docierają tylko te złe rzeczy, skargi i uwagi, nie liczy się to, że to tylko rzadkie przypadki, pochwał za codzienną pracę nie ma.

Mieszkańcy przesyłają czasami rzeczy, chcą rozwiązać sprawę przez maila, ale zapominają, że bez podpisu elektronicznego nie da się za wiele zrobić.

W urzędzie jest słaba komunikacja, my przekazujemy papiery wyżej, ale my nie wiemy wszystkiego, czasami brakuje nam informacji, to my mamy kontakt z petentem.

Gmina przysyła petentów tu, a my znów odsyłamy ich do urzędu gminy.

To jest dobre, że klienci idą płacić do kasy, bo my mamy wtedy czas przygotować resztę dokumentów.

Ludzie najczęściej nie korzystają z internetu, dzwonią, albo przychodzą i pytają.

Mamy tu trochę nieporozumień, bo petenci przychodzą tu, a sprawę muszą załatwić w innym urzędzie.



PODSUMOWANIE WYNIKÓW OBSERWACJI I WYWIADÓW Z KLIENTAMI:

- petentów było tyle samo z Pszczyny co i spoza Pszczyny,
- najczęściej dostają się do Starostwa (kolejno): samochodem, pieszo, środkami komunikacji publicznej, rowerami,
- większość nie wiedziała o bezpłatnym parkingu, ci którzy wiedzieli, narzekali na brak miejsc; okazuje się, że klienci krążą po mieście, a na parkingu stoją samochody uczniów i nauczycieli liceum znajdującego się po drugiej stronie ulicy,
- osoby wchodzą prawie wyłącznie głównym wejściem – nie wiedzą o innych możliwościach,
- załatwienie sprawy trwa od 5 do 40 minut,
- klienci są w większości zadowoleni z szybkiej obsługi,
- klienci chwalą usługę SMS, informującą o odbiorze dokumentów,
- większość osób nie wie o e-kolejce, część wie, ale nie korzysta, bo nie orientuje się, jakie to niesie korzyści (obsługa bez kolejki),
- ludzie czekają przy drzwiach, nie przemieszczają się, czasami wychodzą na zewnątrz,
- biletomat nie jest widoczny (często zasłaniają go ludzie stojący w kolejce),
- budynek przy ulicy Korfańskiego jest „niewidoczny”,
- ludzie mylą urzędy (bezpośredni kontakt, telefon, maile, przesyłki),
- petenci mają problem z rysowaniem (czasami muszą coś zaznaczyć, np. na mapkach, i jest to dla nich kłopotliwe),
- większość osób nie korzysta ze strony WWW,
- osoby odwiedzające stronę WWW mają wiele trudności ze znalezieniem konkretnych informacji, ale jeżeli udaje się je znaleźć, to chwalą ich rzetelność (nie widzą informacji o e-kolejce na stronie WWW),

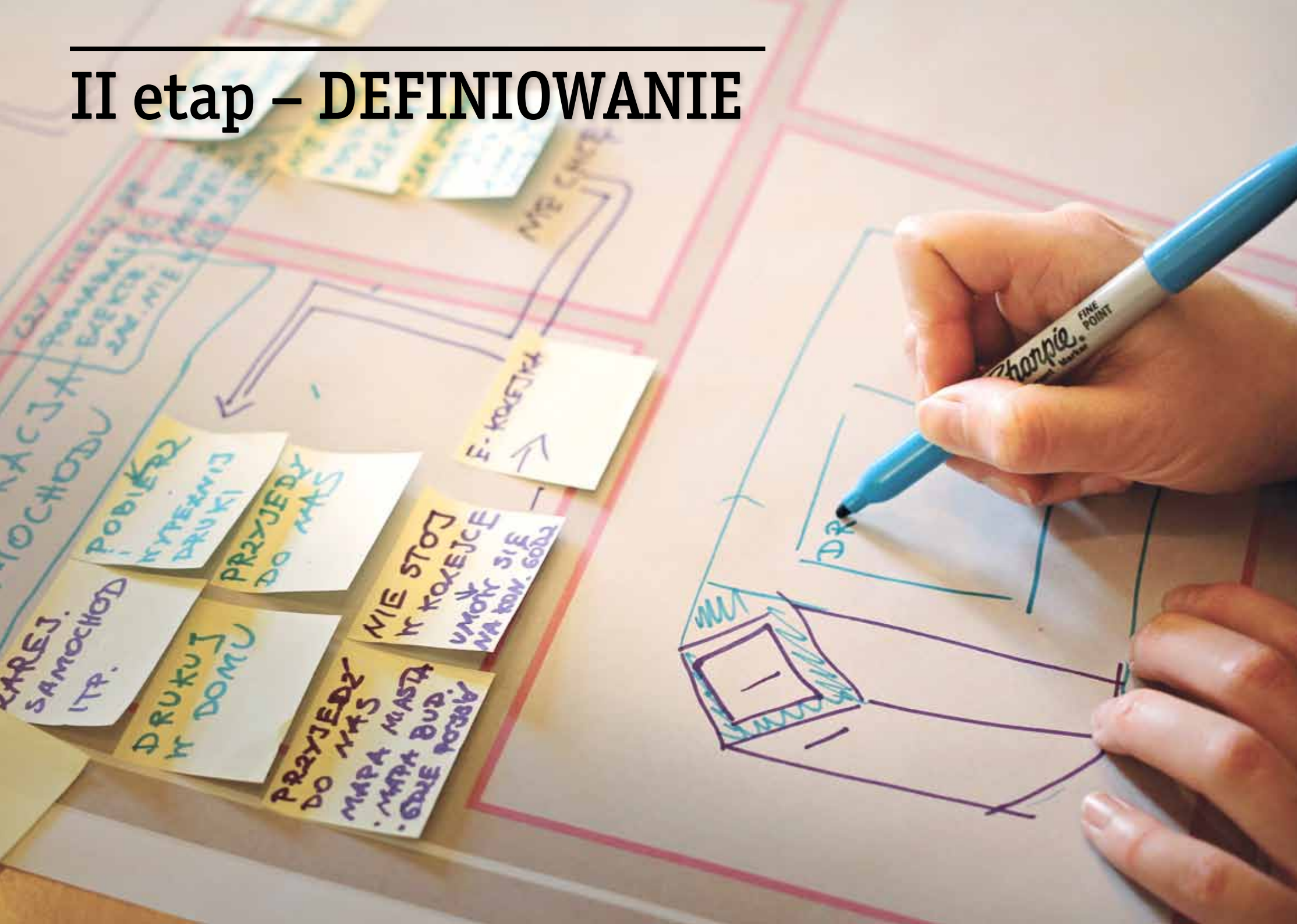
- większość osób dzwoni lub przyjeżdża sprawdzić informacje na miejscu,
- dla korzystających z usług Starostwa pierwsza wizyta jest trudna (biletomat, długie kolejki),
- problemem wydaje się być czas oczekiwania w kolejce, ludzie nie bardzo wiedzą czym w tym czasie się zająć.

WYNIKI WYWIADÓW Z PRACOWNIKAMI, OBSERWACJE OBSŁUGI INTERESANTÓW:

- potrzeba umiejętności radzenia sobie w trudnych sytuacjach z petentami,
- osoby pierwszego kontaktu nie zawsze mają pełną wiedzę (problem z komunikacją w strukturach urzędu i między urzędami),
- telefonicznie nie zawsze da się wszystko wytłumaczyć,
- pracownicy widzą coraz bardziej skomplikowane procedury i druki, rozumieją złość petentów,
- chcieliby, żeby zauważano nie tylko (sporadyczne) skargi, ale chwalono ich za dobrą pracę.



II etap – DEFINIOWANIE



Etap definiowania prowadzi projekt w stronę sprecyzowania, na jakich typach użytkowników usługi będziemy się skupiać podczas projektowania rozwiązań. To z kolei prowadzi do określenia dokładnego wyzwania projektowego, jakiemu zespół musi sprostać i dla jakiego musi zaprojektować rozwiązania. Etap ten cechuje się zawężeniem ogromnej ilości informacji, które udało się zdobyć podczas odkrywania. Jest to pierwszy etap poważnej selekcji, w którym należy wybrać, które z problemów są największej wagi.

-> dokładne poznanie użytkowników usługi (segmentacja według zachowań, persony, mapa interesariuszy) -> definiowanie wyzwań projektowych

Dokładne poznanie użytkowników usługi

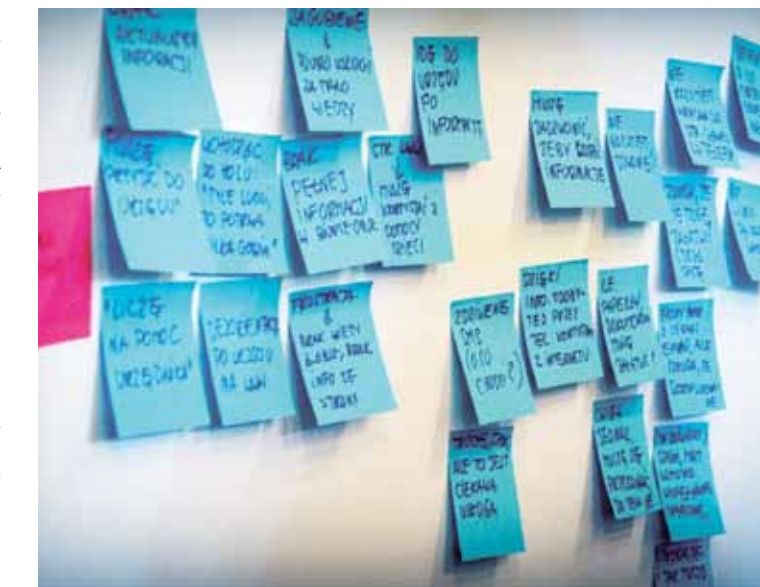
SEGMENTACJA WEDŁUG ZACHOWAŃ jest bardzo użytecznym narzędziem projektowym pozwalającym dokładniej określić, które z zachowań użytkowników usługi dotyczą większej ilości ludzi oraz jakie cechy usługi sprawiają problem usługobiorcom. Należy na dwóch końcach osi określić dwa skrajne typy zachowań, np. „jestem wegetarianinem”, a po drugiej stronie „bez mięsa nie da się przeżyć”. Dzięki temu możemy zauważyć, jak różne odczucia mogą dotyczyć naszych klientów, biorąc pod uwagę ich indywidualne zdanie. Wykorzystując to narzędzie zauważyliśmy, że tak naprawdę zarówno u klientów, jak i pracowników urzędu, można zaobserwować dwa skrajne typy zachowań dotyczą-

cych korzystania z Internetu i nowości technologicznych. Z jednej strony są to osoby, które są na bieżąco ze wszystkimi innowacjami i biegle posługują się komputerem i Internetem, nie stanowi to dla nich żadnego problemu. Z drugiej strony są ludzie, którzy absolutnie zamykają się na nowe technologie i uczą się ich tylko wtedy, kiedy naprawdę stają się im niezbędne do życia, pracy lub kiedy po prostu są do tego zmuszeni.

Zupełnie inną kategorią są osoby, które z przyczyn niezależnych od siebie nie posiadają komputera i dostępu do Internetu. Ze względu na duży odsetek takich osób, nigdy nie należy zapominać o dostosowaniu usług, jakie świadczą urzędy, do każdego typu użytkownika. KAŻDY klient powinien być zadowolony z usługi, powinna ona być uniwersalna i dostępna dla wszystkich. Dzięki segmentacji zachowań można było zaobserwować najważniejsze czynniki, jakie mają wpływ na odbiór usługi. Pozwoliło nam to też określić cechy, jakimi mogli charakteryzować się pracownicy urzędu, które, jak się później okazało, miały wpływ na ich pracę. Pozwoliły one określić typy trzech PERSON, do których mogą być skierowane nasze rozwiązania. Dzięki ich stworzeniu uczestnicy warsztatów zapoznali się z ideą dopasowania działań do konkretnych potrzeb użytkowników.

MAPA EMPATII – mapa kontaktu użytkownika z usługą

Stworzenie takiej mapy polega na naniesieniu skali odczuć pozytywnych i negatywnych na konkretną drogę kontaktu w oparciu o doznania osoby, dla której została przeznaczona. Pozwoli to na zauważenie pewnych tendencji w odczuwaniu zadowolenia bądź frustracji oraz miejsc wymagających uwagi.



Metoda tworzenia PERSONY pozwala m.in. na stworzenie użytkownika, który przedstawia średnią poglądów wszystkich ankietowanych. Dzięki temu można łatwiej wczuć się i zrozumieć poglądy, problemy oraz bariery rzeczywistych użytkowników, a znalezienie stosownego rozwiązania jest możliwe tylko wtedy, gdy nasze rozwiązania skierowane są w stronę rozwiązywania realnych problemów.

Stworzono trzy osoby:

1. Klientka urzędu, 50-letnia mieszkanka powiatu pszczyńskiego, mieszkająca we wsi Frydek. Cytat, który ją opisuje, to: „Raczej nie korzystam z Internetu, zawsze jak chcę coś załatwić, to wolę to zrobić osobiście”. Na co dzień pracuje jako sekretarka, zawsze na pierwszą zmianę do godziny 15. Nie może się już doczekać wymarzonej emerytury. Jest miła, ale dosyć niecierpliwa. Od urzędu oczekuje profesjonalizmu i szybkiej obsługi. Nie lubi za bardzo nowych technologii, często prosi kogoś o pomoc w tej kwestii. Często wychodzi na zewnątrz, bo nie lubi stać w ciasnych kolejkach.
2. Klient urzędu – młody inżynier, otwarty na nowości. Jego pasją są samochody, dlatego często je zmienia. Cytat: „Uwielbiam nowe technologie i gadżety – bez nich życie byłoby o wiele trudniejsze, nie wyobrażam sobie chociażby dnia bez Internetu”. Panu Michałowi zależy na tym, by jak najwięcej spraw załatwić online, najchętniej w ogóle nie jechałby do urzędu. Denerwuje go fakt, że w dobie Internetu nikt nie myśli poważnie o usługach online w urzędach, nawet dla niego te wszystkie istniejące systemy są zbyt skomplikowane. Woli już przyjechać na miejsce i mieć sprawę z głowy.
3. Urzędniczka pracująca w Starostwie.

Na ilustracji obok znajduje się dokładny opis

DEFINIOWANIE WYZWANIA PROJEKTOWEGO

Na co zwracamy uwagę?

- komunikacja zarówno w budynku, jak i na zewnątrz,
- informowanie o tym, co i gdzie załatwiać, jakie funkcje pełni Starostwo i komu służy kreowanie przyjaznego wizerunku urzędnika i urzędu,
- łamanie stereotypów na temat urzędów, jako instytucji nieprzyjaznych i nieotwartych na klienta,
- praca nad relacjami między urzędnikami, zważanie na pozytywów, a nie tylko karcenie za błędy,
- usprawnienie komunikacji między wydziałami i urzędnikami.

Jak poprawić odczucia/interakcje klienta podczas pierwszego kontaktu z usługą, biorąc pod uwagę każdy z kanałów dostępu: strona WWW, kontakt telefoniczny oraz kontakt osobisty.

Klientom zależy głównie na szybkiej obsłudze i załatwieniu sprawy w „jednym okienku”, wtedy wychodzą zadowoleni. Metoda ta poprawia pierwsze interakcje między klientem i obsługą.

ROZWIĄZANIEM MOŻE BYĆ:

- zmiana tego, co pracownicy mówią i jakie pytania zadają, gdy klient chce się czegoś dowiedzieć,
- odpowiednie informowanie klientów wszystkimi kanałami dostępu do usługi.

MINIMUM ODWIEDZIN = MAKSYMUM INFORMACJI
NA WSTĘPIE – to nasz cel



III etap – TWORZENIE i ROZWIJANIE

Na tym etapie najważniejsze jest wykorzystanie różnych narzędzi tak, by zespół wymyślił jak najwięcej rozwiązań. W tym momencie nie ma złych pomysłów, wszystko notujemy i nie zastanawiamy się czy są to rozwiązania realne.

Etapy to:

generowanie pomysłów -> prototypowanie i testowanie

GENEROWANIE POMYSŁÓW

Dokładna analiza kanałów dostępu do usługi na przykładzie Wydziału Komunikacji i Transportu POMOGŁA JESZCZE wyraźniej sprecyzować problemy do rozwiązania.

Zespół, mając w zanadru ogromną ilość informacji o użytkownikach i oferowanych usługach na przykładzie Wydziału Komunikacji i Transportu, dokładnie przeanalizował trzy kanały pierwszego kontaktu z klientem: WWW, telefon lub kontakt osobisty. Na „post-itach” wypisano informacje lub sprawy, których klient mógłby szukać w danym kanale. Później wypisano, jakie mogły być odpowiedzi i informacje zwrotne. Ćwiczenie to pozwoliło dokładnie wskazać, w którym momencie usługa nie działa sprawnie, gdzie kanał nie daje wystarczających informacji zwrotnych klientowi. Zespół postanowił od razu odpowiedzieć na zauważone problemy i dzieląc się na grupy wygenerował długą listę propozycji rozwiązań. Część z nich została później wykorzystana do projektowania rozwiązań, a reszta umieszczona na końcu raportu, może zostać uwzględniona podczas planowania kolejnych procesów i zmian.

Burza mózgów (giełda pomysłów) – technika, w której dokłada się starań, aby znaleźć rozwiązanie wybranego problemu poprzez tworzenie listy pomysłów spontanicznie wymienianych przez członków grupy. Alex Faickney Osborn – twórca tego terminu – uważał, że burza mózgów jest bardziej skuteczna niż indywidualna praca poszczególnych osób nad wybranym problemem.

Burza mózgów jest jedną z tzw. metod heurystycznych i ma na celu doskonalenie decyzji grupowych. (źródło: http://www.governica.com/Burza_mozgow)

Druga BURZA MÓZGÓW, BRAINSTORMING

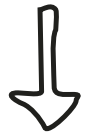
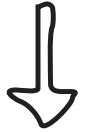
Brainwriting jest metodą burzy mózgów nazywaną także metodą 365 (3 pomysły, 6 osób/grup, 5 minut)

Przed przystąpieniem do tego typu zadania należy na kartkach jasno sformułować problem w formie pytania. Następnie osoby kolejno generują trzy odpowiedzi, a po upływie pięciu minut przekazują kartkę dalej. Rozwiązania nie mogą się powtarzać, ale mogą być rozwinięciem pomysłu innego członka zespołu. Łatwo policzyć, jak szybko metoda ta generuje rozwiązania – w przeciągu pół godziny otrzymujemy 18 rozwiązań jednego problemu, co daje 108 pomysłów dla całego zbioru. Metoda ta może być dobrym wyjściem w celu rozpoczęcia pracy nad generowaniem rozwiązań standardową metodą burzy mózgów.

Dokładna analiza kanałów dostępu do usługi na przykładzie Wydziału Komunikacji i Transportu.

	O co pytają? Co załatwiają?	Jakie są problemy?
BIURO OBSŁUGI	– o pokój i o drogę, – o dokumenty i druki, – o toaletę, – o obsługę „biletomatu”, – przychodzą zostawiać dokumenty.	– ludzie błędzą po Starostwie, – nie wiedzą, gdzie są druki wniosków, – pytają o toaletę, – biletomat jest niewidoczny, – mylą ze starą kancelarią.
TELEFON	– czy tą sprawę mogę załatwić w Starostwie? – jakie potrzebuję dokumenty? – gdzie mogę pobrać wnioski? – jakie są godziny otwarcia? – jak długo będzie trwało załatwianie sprawy? – czy mogę zgłosić skargę telefonicznie? – czy mogę prosić do telefonu konkretną osobę? – czy ktoś informuje mnie o e-usługach?	– przełącza się między osobami, – brak telefonicznego punktu informacji, – brak bazy z wszystkimi informacjami dla odbierających telefony, – o długości sprawy dowiadujemy się dopiero po przyjechaniu na miejsce, – użytkownik jest zadowolony z SMS-a, który informuje go o zakończeniu sprawy, ale nie wie co dzieje się w trakcie, – nikt podczas rozmowy nie informuje o e-usługach, – rotacja pracowników, – brak narzędzi do opiniowania.

Jak poprawić interakcje podczas pierwszego kontaktu klienta z usługą?

			
STRONA WWW	TELEFON	KONTAKT OSOB. (BOK)	E-MAIL
Prosta w obsłudze, przyjazna i intuicyjna, odpowiadająca na konkretne potrzeby użytkowników.	Skrócić czas oczekiwania na odpowiedź bez przełączania (Centrum obsługi telefonicznej).	Zaprojektować system komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej budynku.	Szybka odpowiedź zawierająca proste i konkretne wskazówki rozwiązania problemu.

W Starostwie brainstorming wykorzystano do generowania pomysłów mogących rozwiązać poniższe problemy:

- JAK DOCENIĆ PRACOWNIKÓW?
- JAK INFORMOWAĆ KLIENTÓW O USŁUGACH?
- JAK POPRAWIĆ WIZERUNEK URZĘDU?
- JAK SKRÓCIĆ CZAS OBSŁUGI KLIENTA?
- JAK ZAJĄĆ KLIENTOM CZAS OCZEKIWANIA W KOLEJCE?
- JAK USPRAWNIĆ KOMUNIKACJĘ W BUDYNKU I NA ZEWNĄTRZ?
- JAK USPRAWNIĆ STRONĘ WWW?

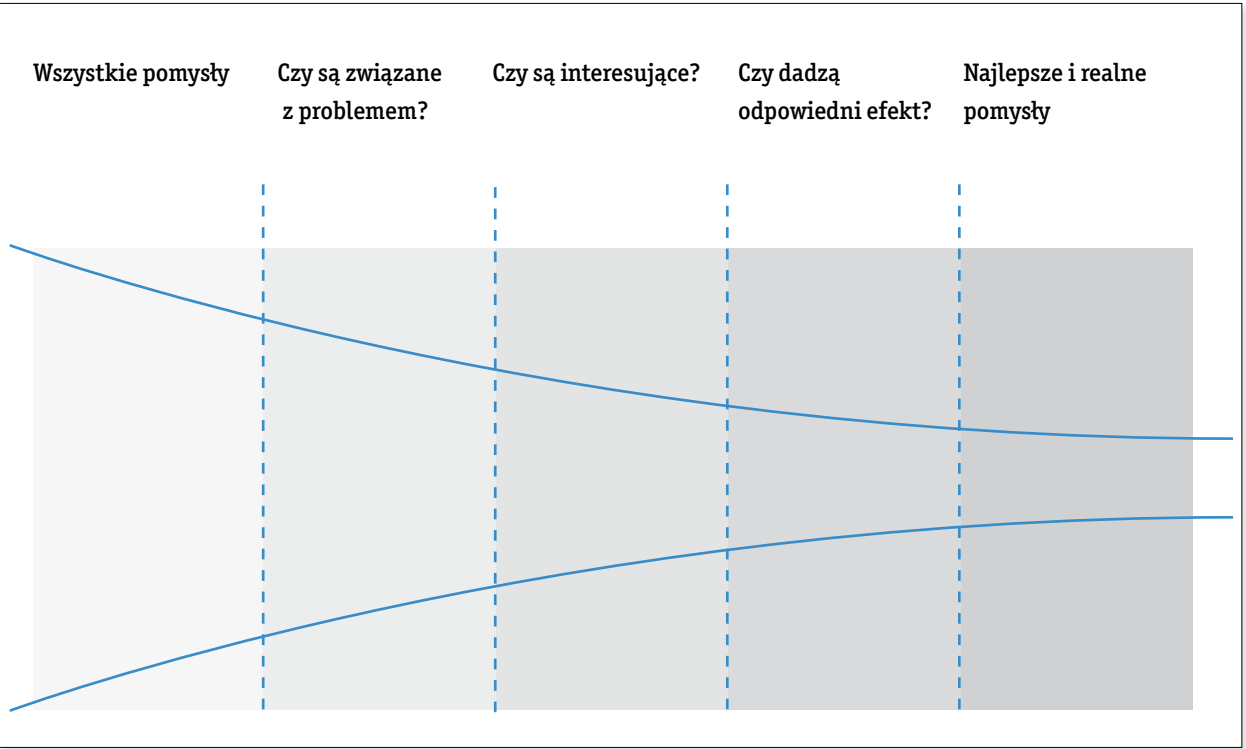
Zespół stworzył wiele pomysłów, które w dalszej kolejności zostały posegregowane według obszarów, jakich dotyczą.

FILTR POMYSŁÓW

Filtr pomysłów pozwolił wyeliminować rozwiązania nie-realne bądź nie rozwiązujące kluczowego wyzwania: JAK POPRAWIĆ ODCZUCIA/INTERAKCJE KLIENTA PODCZAS PIERWSZEGO KONTAKTU Z USŁUGĄ BIORĄC POD UWAGĘ KAŻDY Z KANAŁÓW DOSTĘPU: STRONA WWW, KONTAKT TELEFONICZNY ORAZ KONTAKT OSOBISTY.

Filtr pomysłów to narzędzie, które pozwala eliminować koncepcje odpowiadając na pytania:

- Czy rozwiązanie jest właściwe dla istoty sprawy?
- Czy jest ciekawe i czy ma wpływ na sprawę/rozwiązanie problemu?
- Czy jest wykonalne?



Prototypowanie i testowanie pomysłów

PROTOTYPOWANIE to narzędzie, które można wykorzystać na każdym etapie projektowania. Każdy pomysł lub rozwiązanie, o ile to możliwe, można w łatwy i tani sposób poddać próbie. Przy projektowaniu usług dla Starostwa pierwszy prototyp pojawił się przy rozwiązywaniu problemu funkcjonalności strony internetowej. Dzięki temu mogliśmy w łatwy sposób wspólnie wypracować wzór, który jeszcze na tym etapie został przedstawiony dwóm niezależnym osobom. Otrzymałszy informację zwrotną, że projekt ten wygląda bardzo funkcjonalnie i prawdopodobnie rozwiąże problemy z szukaniem informacji na stronie WWW.

Prototypowanie:

- prototypy pozwalają zbadać wszystkie doznania użytkownika,
- duża ilość zrobionych na szybko prototypów pozwala ocenić we wczesnym stadium działanie usługi, to, jak dobrze jest ona dopracowana i dopasowana do potrzeb użytkownika,
- wszelkie problemy można szybko naprawić,
- unikamy niepotrzebnych kosztów.

ROZWIĄZANIE 1: SYSTEM KOMUNIKACJI

W wyniku burzy mózgów powstało dużo pomysłów, które w wieloraki sposób mogłyby usprawnić system komunikacji w Starostwie. Była to sprawa na tyle ważna do rozwiązania, ponieważ miała ogromny wpływ na odczucia klienta, który, widząc różnorodność i nieczytelność znaków, czuł się zdezorientowany i w rezultacie pytał w informacji, jak dojść do kasy. Cały system nawigowania klientów Starostwa powinien zaczynać się od znaków informacyjnych w mieście, które w jasny i czytelny sposób powinny kierować klientów poruszających się pieszo lub samochodem w miejsce, którego szukają. Trzeba zwrócić uwagę na informowanie osób przyjeżdżających z różnych miejscowości należących do powiatu. Opracowanie kompletnego systemu komunikacji wizualnej w głównym budynku Starostwa, to ogromne wyzwanie dla projektantów, którym zostanie powierzone. Podczas warsztatów udało się wypracować parę konkretnych wskazówek i pomysłów, które w systemie powinny być uwzględnione. System komunikacji powinien się rozpocząć od odpowiedniego poinformowania osób jadących do urzędu samochodem, że mogą skorzystać z bezpłatnego parkingu. Wszystkie wejścia do budynku powinny być oznaczone, ponieważ dla klientów nie jest oczywiste, że mogą z nich skorzystać i najczęściej udają się do głównych drzwi. Zaraz za każdym wejściem do budynku powinna znajdować się tablica informacyjna, wskazująca w którym miejscu jesteśmy i gdzie możemy się udać załatwić naszą sprawę. Na tablicy powinny być wyróżnione kluczowe miejsca, takie jak informacja, biletomat, WC, np. w postaci mapki z infografikami. W budynku powinny się znaleźć odpowiednie oznaczenia, spójne z całością systemu, które w prosty sposób informowałyby klienta o dodatkowych usługach, jak np. bezpłatne wi-fi, kącik „wypełniacza”, kącik dla dzieci etc. Tego typu informacje mogłyby być połączone z graficz-

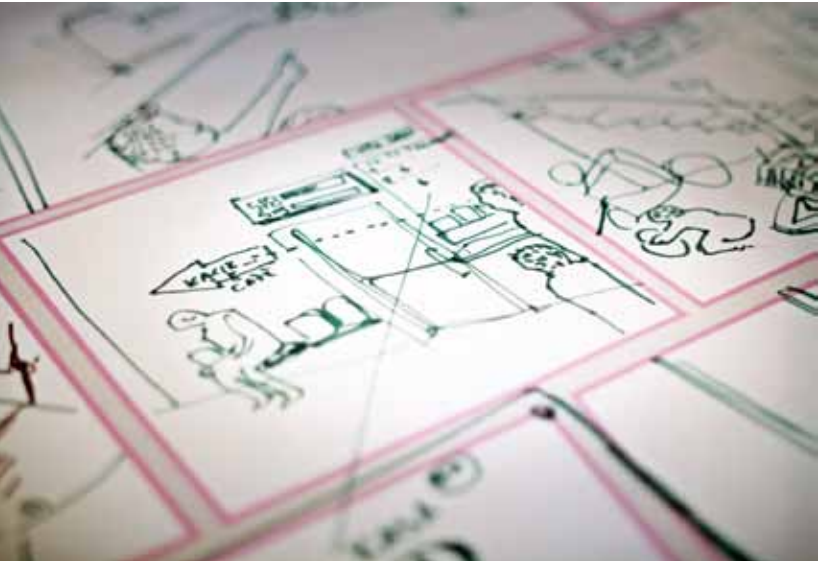
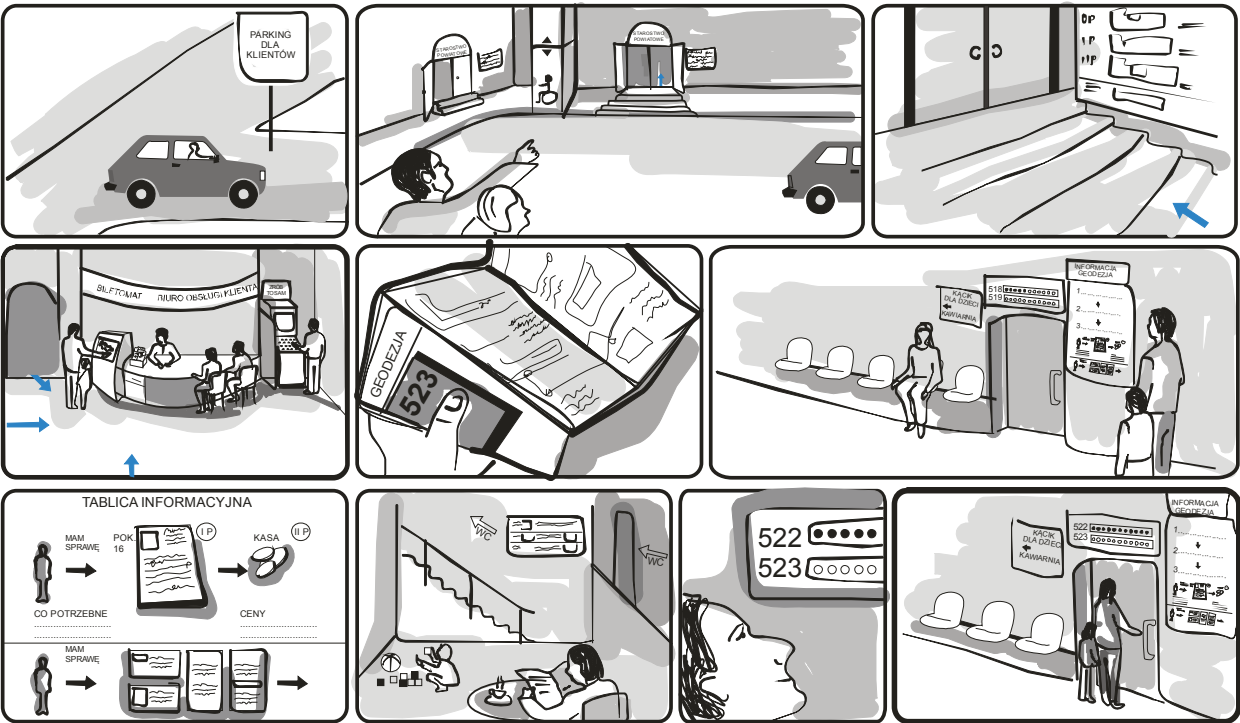
nymi elementami nawigacji umieszczonymi na przykład na posadzce. Głównym punktem, pierwszym kontaktem klienta z usługą, jest biuro obsługi klienta, które powinno być przeprojektowane. Należałoby prototypować pomysł, który powstał na warsztatach. Na storyboardzie rozrysowano miejsce, gdzie powinien znajdować się kompetentny pracownik urzędu, który dysponowałby szeroką wiedzą na temat spraw, z jakimi przychodzą klienci. Ważne jest, żeby klient pytający o sprawę otrzymał kompletną, profesjonalną odpowiedź, która może być powiązana z wręczeniem klientowi odpowiedniej ulotki i wniosków. W trudnych przypadkach urzędnik powinien dysponować kompletnymi i dobrze opracowanymi merytorycznie pomocami, do których zawsze w trakcie rozmowy może zaglądać. Dodatkowo może wykonać telefony do innych urzędników, to jednak ostateczne wyjście. Należy unikać odsyłania klientów z tego miejsca do innych osób mogących pomóc im w sprawie. Do stanowisk obsługi w konkretnych wydziałach, klienci, dzięki informacjom uzyskanym wcześniej, powinni przyjść przygotowani tak, aby nie musieli narzekać na niekompetencję pracowników i brak rzetelności przekazywanych im informacji. Zaproponowano też umieszczenie kącika „zrób to sam”, gdzie w razie dłuższej kolejki do informacji klient w szybki sposób może otrzymać informacje, jak załatwić sprawę. Może to być rodzaj aplikacji powiązanej z dopracowaną pod tym kątem stroną internetową Starostwa. Dla osób słabo radzących sobie z nowymi technologiami powinny być dostępne ulotki informacyjne (przykład takiej ulotki został opracowany w jednym z rozwiązań). Tablice z systemem numerykowym powinny być jednolite i obejmować informacje na temat każdego wydziału, aby mogły być rozmieszczone w całym budynku, a także na zewnątrz. Dzięki temu klienci mogliby korzystać z dodatkowych usług urzędu umilających czas. Aby system nie wprawiał w niepokój, po-

winien posiadać informacje, jakie kolejne numerki zostaną przyjęte i na jakim etapie są sprawy załatwiane w danym momencie. Trudno jest ocenić czas oczekiwania klientów, mogłoby to prowadzić do nieporozumień, jednakże można wpłynąć na poczucie komfortu u użytkowników, którzy mają wgląd na tablice i zaczynają doceniać pracowników urzędu widząc, że załatwiają nawet kilka spraw jednocześnie. Często zdarza się, że podczas gdy jeden z klientów wychodzi zapłacić za usługę, pracownik przygotowuje jego dokumenty, dopełnia formalności i często przyjmuje w tym momencie kolejną osobę. Wszystkie elementy komunikacji i wyposażenia budynku powinny być adekwatne do miejsca i dopasowane do niego stylistycznie. Powinny posiadać cechy innowacyjności i nowoczesności, ale w powiązaniu z tradycją i historią miejsca.

Dobry system komunikacji nie powinien zakładać, że ludzie wszystko wiedzą, a wręcz przeciwnie, w prosty sposób komunikować o wielu rzeczach i wyprzedzać myśli użytkowników pytając:

Po co przyszedłeś?

Czego potrzebujesz?



ROZWIĄZANIE 2: POPRAWA FUNKCJONALNOŚCI STRONY WWW

Podczas przeprowadzania ankiet i badania zachowań użytkowników w obrębie strony internetowej urzędu zauważyliśmy kilka problemów. Pierwszym były trudności ze znalezieniem strony Powiatu Pszczyńskiego, a także z wyszukiwaniem informacji dotyczących załatwiania konkretnych spraw. Jest to zalecenie do firmy obsługującej pozycjonowanie strony, jednak warto spróbować ułatwić klientom urzędu dotarcie na stronę Powiatu Pszczyńskiego. Było to proste i nie dawało możliwości pomylenia tej strony ze stronami innych instytucji, serwisów lub urzędów. Kolejnym bardzo ważnym problemem, który wykazały badania (jakie? – to video) nad stroną, było nie zrozumiałe dla użytkowników strony rozmieszczenie informacji. Z badań wiemy, że znalezienie interesującej danego użytkownika informacji zajmowało znacznie więcej czasu niż powinno i był to skomplikowany proces, wymagający dużej ilości kliknięć w niewłaściwe miejsca, zanim użytkownik dotarł do interesującej go informacji. Jest to bardzo ważne dla użytkowników strony, gdyż z przeprowadzonych badań wiemy, że klienci urzędu głównie wchodzą na stronę w poszukiwaniu informacji mogących pomóc im załatwić daną sprawę. Dostosowując się do tej potrzeby, proponujemy modyfikację rozmieszczenia informacji na stronie, która ułatwi nawigację. Nasza koncepcja, widoczna na szkicu, proponuje, aby na głównej stronie oprócz newsów było dziewięć linków, które bezpośrednio odsyłają do informacji. Owe dziewięć linków to tematy, które są najczęściej odwiedzane na stronie. Dzięki takiemu rozmieszczeniu informacji użytkownik trafi natychmiast do opisu sprawy, którą chce załatwić, bez zbędnych kliknięć i błędzenia po różnych stronach.

Kolejnym uproszczeniem dla użytkownika strony jest sprawnie działające wyszukiwanie informacji. Informatyczne

zaplecze wyszukiwania musi działać sprawnie oraz szybko i odsyłać użytkownika do czytelnych, prostych instrukcji lub plików. Zwłaszcza, że z przeprowadzonych ankiet wiemy, iż system BIP jest całkowicie niezrozumiały dla zwykłego klienta.

Następnym udogodnieniem dla użytkownika jest alfabetyczne menu dostępnych usług w Starostwie Powiatowym w Pszczynie. Nazwy usług powinny być zwięzłe i przyjazne dla zwykłego klienta, który nie ma wiedzy prawnej ani nie rozumie skomplikowanego języka urzędniczego. Mimo że dziewięć najczęściej odwiedzanych spraw jest już umieszczonych w szkicu naszego projektu, zalecamy zastosowanie ułatwionego alfabetycznego spisu usług, gdyż z badań wiemy, że często klienci urzędu nie do końca znają właściwą nazwę danej usługi, a dzięki zamieszczeniu wszystkich dostępnych usług mogą skorygować swój błąd. W rezultacie klient nie będzie musiał dzwonić do urzędu z pytaniami ani niepotrzebnie przychodzić. Taki prosty zabieg w postaci listy usług oszczędza czas pracownikom, a także zwykłemu klientowi.

Z badań także wiemy, że bardzo dużym problemem dla klientów urzędu jest zrozumienie schematu danej usługi oraz wypełnienie i zbieranie właściwych dokumentów.

Dlatego proponujemy, aby po kliknięciu w interesującą danego użytkownika usługę widoczny był szybki i łatwy opis metodologii załatwiania sprawy, jej schematu oraz wytłumaczenie czemu takie a nie inne dokumenty są potrzebne. Dzięki temu użytkownik będzie spokojniejszy, że przychodząc do urzędu ma właściwe dokumenty, w rezultacie czego zostanie zaoszczędzony czas pracy urzędników oraz samego użytkownika. Urzędnicy nie będą musieli odsyłać klienta, tłumaczyć ani być tarczą dla emocji sfrustrowanych klientów.

W opisie danej sprawy powinny być klarownie wymie-

nione potrzebne dokumenty spoza urzędu, a także wytłumaczenie, czemu dane dokumenty są potrzebne oraz gdzie i w jakich godzinach można je zdobyć. Następnie powinien być ten sam opis dla dokumentów, dla których wnioski przygotowuje Urząd Powiatu Pszczyńskiego. Poniżej powinien być klarowny guzik umożliwiający ściągnięcie wniosku oraz guzik, który umożliwia pobranie pliku z przykładowo wypełnionym wnioskiem. Aby jeszcze bardziej ułatwić sprawę klientowi urzędu, do każdego przykładowo wypełnionego wniosku powinien być zamieszczony schemat załatwiania danej sprawy, ikonograficzna mapa z daną usługą, a także checklista, dzięki której klient będzie miał pewność, że zanim przyjdzie do urzędu będzie miał wszystkie potrzebne dokumenty. Checklista jest swego rodzaju dodatkowym zabezpieczeniem czasu klienta oraz urzędnika, w końcu ile razy każdy z nas nie mógł załatwić jakiejś sprawy w urzędzie, bo zapomniał jakiegoś dokumentu, który wydawał się zbyt oczywisty aby go wziąć ze sobą. Dzięki temu, że klient już w domu będzie mógł wykonać większość czynności potrzebnych do załatwienia danej sprawy, oszczędzi to czas i pracę urzędników, a klient będzie zadowolony z szybkości i sprawności pracy urzędu. Urzędnicy będą mogli zająć się pracą, a nie wyjaśnianiem schematu usług. W danym opisie usługi, oprócz rzetelnej informacji odnośnie wypełniania i potrzebnych dokumentów, powinna być prosta i klarowna informacja o opłatach oraz możliwych sposobach płacenia. Jeśli klient urzędu w łatwy sposób znajdzie informację, jak ma dokonać przelewu online z domu, nie będzie musiał tego robić w kasie urzędu, a tym samym zmniejszy się tłum oczekujących w poczekalni, a urzędnicy będą mogli się skoncentrować tylko na osobach, które faktycznie potrzebują ich pomocy. Na tym etapie nie można zapomnieć o zamieszczeniu informacji przy usługach wymagających kontaktu z Wydziałem Architektury i Budownictwa, że budynek wydziału znajduje się w innym miejscu. Z badań

wiemy, że klienci Starostwa nie zawsze mieli tę świadomość i często niepotrzebnie przyjeżdżali do urzędu. Uważamy, że powyższe ułożenie informacji na stronie w znacznym stopniu ułatwi nawigację i zachęci klientów do korzystania ze strony internetowej. Więcej spraw i dokumentów wypełnionych w domu, to mniejsze kolejki i redukcja frustracji po stronie urzędników oraz klientów. Nie wspominając o oszczędności czasu. Jednak gdyby mimo wszystko ktoś miał dalej wątpliwości czy czegoś nie rozumiał, powinna istnieć możliwość czatu. Jak wiemy, nie wszystkie sprawy i przypadki klientów są takie same, niektóre faktycznie wymagają dodatkowej i specjalistycznej pomocy. Dzięki czatowi, taką pomoc będzie można udzielić poza urzędem, a sposób działania czatu nie powinien być uciążliwy dla pracowników urzędu – będą odpisywać na pytania w miarę możliwości. W czacie powinna być opcja statusu, którą ustala pracownik urzędu. W przypadku za dużego obłożenia pracą powinien mieć możliwość ustalenia statusu, że w tej chwili nie ma możliwości udzielania odpowiedzi na zadane pytanie oraz że uprasza się, aby klient poczekał „na linii” lub napisał w późniejszej godzinie. Dzięki temu klient będzie miał świadomość, że nie jest to kwestia braku zainteresowania ze strony urzędu, a urzędnik będzie mógł się skupić na pracy. Chat jest sprawdzonym narzędziem, które z sukcesem jest stosowane w dużych korporacjach.

Wszystkie powyższe działania są dość proste pod względem informatycznym i nie wymagają przeprojektowywania strony pod względem graficznym, a rozwiązują wszystkie problemy, jakie wyszły na jaw podczas przeprowadzania ankiet i badania funkcjonalności strony. Uderzając we właściwe problemy, mamy gwarancję, że w dużym stopniu polepszymy „user experience” klientów urzędu przy okazji korzystania ze strony Powiatu Pszczyńskiego.

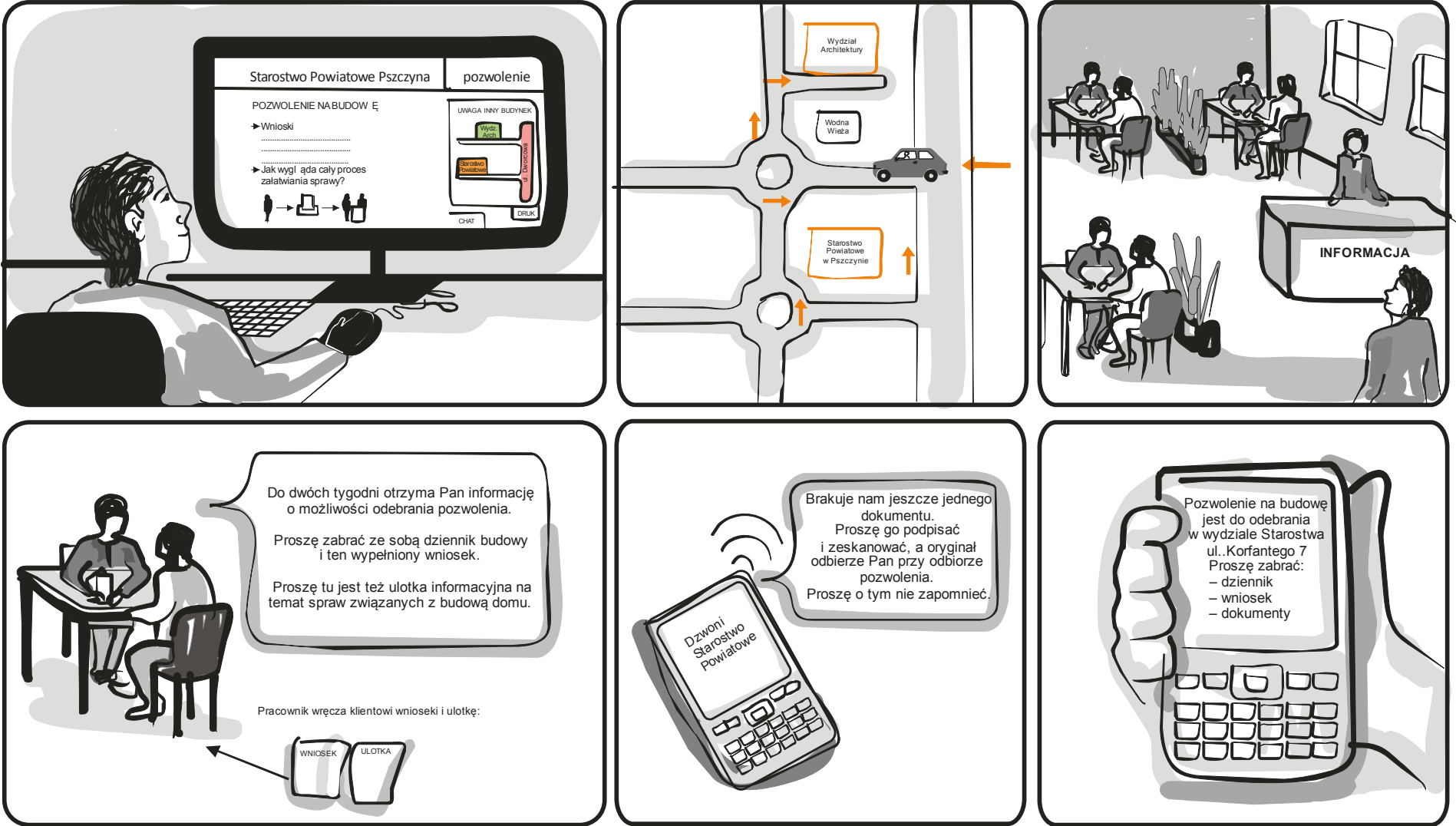


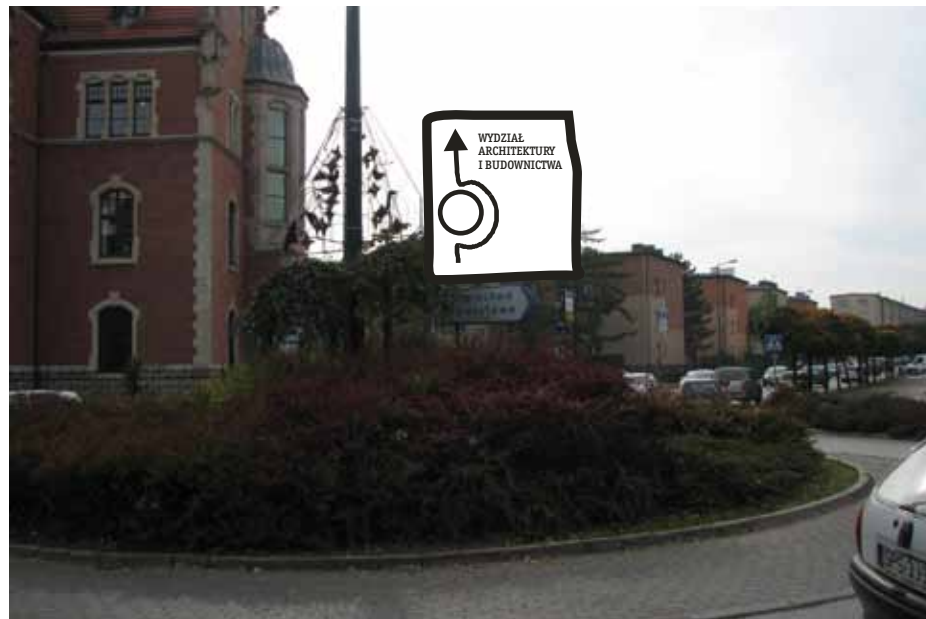
ROZWIĄZANIE 3:

Poprawa funkcjonalności przestrzeni w budynku Wydziału Architektury i Budownictwa. Budynek Wydziału Architektury i Budownictwa znajduje się przy ulicy Korfantego 6 w okolicach centrum Pszczyny, jest oddalony o ok. 750 m od głównego budynku Starostwa mieszczącego się przy ulicy 3 Maja 10. Dla wielu klientów znalezienie tego miejsca jest problemem. Potwierdziły to przeprowadzone wywiady. Klienci często przyjeżdżają do głównej siedziby Starostwa i na miejscu dowiadują się, że muszą jechać do innego budynku. Niestety, dla osób nie pochodzących z Pszczyny nie jest to proste, tym bardziej, że po drodze nie ma odpowiedniego oznakowania. Należy pamiętać, że Starostwo Powiatowe w Pszczynie służy mieszkańcom kilku gmin. Najlepszym rozwiązaniem byłoby przeniesienie wydziału do głównego budynku lub gdzieś bliżej, niestety, nie jest to możliwe. Niedawno wydział ten został przeniesiony z jeszcze odleglejszego zakątka Pszczyny. Starostwo próbowało przybliżyć oba budynki. Biorąc pod uwagę wyniki badań i obserwacji, można było przedstawić proste i mało kosztowne zmiany w organizacji biura podawczego. Należałoby w wyraźny sposób zaznaczyć funkcje tych dwóch budynków i w odpowiedni czytelny sposób informować o tym na stronie internetowej. Osoby, które tam będą szukały pierwszych informacji, powinny od razu wiedzieć, że muszą udać się do odrębnego budynku. Obecnie na stronie Starostwa można znaleźć dane wraz z adresem i numerem telefonu, jednak informacja, że budynek znajduje się na innej ulicy, niczym nie różni się od reszty informacji. Badania w terenie wykazały braki jasnych, precyzyjnych oznaczeń kierujących klientów do odpowiedniego budynku. Poniżej przedstawiono propozycje, w których miejscach w mieście powinny się znaleźć odpowiednie drogowskazy, jednakże należałoby sprawę dokładniej zbadać ze specjalistami zajmującymi się planowaniem przydrożnych informacji.

Na storyboardzie usługi przedstawiono propozycję małej zmiany organizacji w biurze podawczym. O ile dotarcie do biura jest proste i dobrze oznaczone, o tyle samo biuro może wzbudzać w klientach mieszane uczucia. Obecnie wchodzimy do dużego pomieszczenia, w którym każde stanowisko wyraża podobne cechy wartości i tak naprawdę nie wiadomo do kogo mamy podejść. Pracownicy radzą sobie z tą sytuacją i reagują na wchodzących klientów, jednak pierwsze wrażenie zagubienia nadal pozostaje. Rozwiązaniem byłoby umieszczenie zaraz przy wejściu wysokiej lady z opisem „informacja”. Klient intuicyjnie podeszedłby w pierwszej kolejności do tego stanowiska, gdzie mógłby załatwić swoją sprawę, uzyskać informacje, oddać dokumenty lub zostać odesłanym do innego miejsca. Urzędnicy pracowaliby przy oznaczonych numerami lub opisami biurkach, gdzie przyjmowałiby strony. Każde stanowisko mogłoby być delikatnie oddzielone, np. kolorem zielonym, żeby klienci czuli komfort i ciepłe przyjęcie. Od strony petenta powinny być dostępne ulotki, którymi klient mógłby się zająć w czasie dłuższego oczekiwania na rozpatrzenie jego sprawy. Osoba w informacji powinna posiadać jak największą wiedzę na temat spraw, tak, żeby od razu pomóc klientowi lub odesłać go do odpowiedniego urzędnika. Powinna to być osoba organizująca całą obsługę klienta, odbierająca telefony i maile. Dzięki temu klient już w pierwszym kontakcie będzie usatysfakcjonowany z profesjonalnej obsługi, szerokich kompetencji i odpowiedniego pokierowania. W rezultacie może to usprawnić działanie urzędu i dokładnie rozdzielić obowiązki każdego pracownika zajmującego swoje miejsce w strukturze usługi. Także w tym wydziale powinny być dokładnie opracowane ulotki dotyczące najczęściej rozwiązywanych spraw, które powinny informować klienta o kolejności i miejscach załatwiania sprawy, potrzebnych dokumentach, informacjach o czasie, jaki jest potrzebny na

rozpatrzenie wniosków, oraz danych kontaktowych. Należy tak zaprojektować oferowane usługi, żeby klient jak najrzadziej musiał odwiedzać urząd. Na storyboardzie przedstawiono niektóre z rozwiązań. Może to być poinformowanie klienta o tym, że może wcześniej wypełnić wniosek, który z dziennikiem budowy może złożyć już przy odbiorze pozwolenia. Pożądana byłaby też możliwość podesłania skanów brakujących dokumentów mailowo i dostarczenie oryginałów przy odbiorze pozwoleń lub decyzji. Usługi oferowane w Starostwie powinny być podobnie obsługiwane, a dobre praktyki wykorzystywane we wszystkich wydziałach, np. informacje SMS-owe o gotowych dokumentach do obioru wysyłane na telefon komórkowy klienta.





ROZWIĄZANIE 4 – infografiki informacyjne

Podczas przeprowadzonych badań dowiedzieliśmy się, że dla klientów nie zawsze jest jasne, gdzie się udać, z kim rozmawiać, jakie dokumenty przygotować itd. Wypracowaliśmy kilka rozwiązań drogi klienta podczas pokonywania kilku spraw. Graficzne rozwiązania powodują szybsze odebranie zawartego w nich komunikatu niż w przypadku wiadomości zawartej w tekście ciągłym. Pokazanie drogi klienta „krok po kroku” pozwoli uspokoić i przygotować osobę załatwiającą sprawę na ewentualne problemy, procesy i procedury. Wypracowaliśmy wstępne schematy infografik dla klienta załatwiającego profil PKK (Profil Kandydata Kierowcy) oraz dla osoby rejestrującej pojazd. Podczas projektowania rozwiązań dowiedzieliśmy się, że ważne, aby był podany przybliżony czas załatwienia sprawy, jakie dokumenty trzeba przygotować oraz ewentualnie gdzie dalej udać się z dokumentami. Istotna jest także informacja o opłatach, można ją przedstawić w formie tabeli opłat lub opisać w postaci stałej opłaty. Infografika powinna mieć możliwość publikowania w sieci na stronie internetowej Starostwa lub drukowania w postaci ulotek dołączanych do zestawu dokumentów do wypełnienia. Przed każdym wydziałem powinny znaleźć się infografiki ilustrujące jakie, i w jaki sposób, sprawy możemy tam załatwić.

INNE POMYSŁY

Większość pomysłów, które pojawiły się podczas warsztatów, jest możliwa do zrealizowania w bliższej lub dalszej przyszłości. Zachęcamy do wykorzystania ich przy planowaniu kolejnych zmian w urzędzie. Należy je jeszcze doprecyzować w interdyscyplinarnych zespołach, nie zapominając o wykorzystaniu poznanych na warsztatach technik i narzędzi. Nigdy nie należy spoczywać na laurach, warto cały czas mieć na uwadze potrzeby klientów i ulepszać oraz

dostosowywać do nich oferowane usługi, pamiętając o każdym z kanałów dostępu.

POPRAWA WIZERUNKU STAROSTWA:

- szkolenia dla personelu (tak, by umieli sobie radzić z klientami, potrafili udzielić kompletnej informacji lub dobrze pokierować klienta),
- spotkania z pracownikami, omawianie ważnych spraw przy okazji nagradzania (system ocen i nagród),
- maile do pracowników w imieniu Starosty „dziękuję za Twoją pracę!”,
- skrzynka anonimowa dla pracowników, gdzie będą mogli wyrażać swoje zdanie,
- język, którego używają urzędnicy, powinien być prosty i komunikatywny, o ile to możliwe powinno się rezygnować z branżowych zwrotów i żargonów,
- informacja na stronie o pracownikach urzędu, kim są i czym się zajmują (zdjęcie lub grafika, kalendarz z urzędnikami),
- tablica „Jak możemy się jeszcze dla Ciebie zmienić?”, gdzie mogą pisać swoje uwagi (wersja elektroniczna na stronie WWW i fizyczna w Starostwie,
- kwiaty, rośliny na korytarzach, ściany wodne,
- wystawy i zdjęcia na korytarzach,
- głos aktora lub sławnej osoby zapraszający kolejne „numery” do stanowisk.

POPRAWA WIZERUNKU DZIĘKI DBAŁOŚCI O ODPOWIEDNIE INFORMOWANIE KLIENTA:

- stworzenie bieżącego rejestru spraw i informowanie klienta (telefonicznie lub online) o etapie sprawy,
- określenie maksymalnego okresu rozpatrywania każdej sprawy i informowanie jeżeli jest wcześniej (SMS lub telefon),

- informowanie o średnim czasie załatwienia sprawy,
- uproszczenie procedury podpisu elektronicznego,
- wysyłanie mailem dokumentów do uzupełnienia, żeby klienci nie musieli często przyjeżdżać, oryginały mogą dowieźć przy odbiorze dokumentów,
- stałe uzupełnianie maili klientów w bazie danych,
- instrukcja do wypełniania wszystkich dokumentów,
- informacja przy każdym biurze „co można tu załatwić”,
- do infografik dołączona mapa, jak dotrzeć do konkretnego biura,
- interaktywna tablica informująca o wolnych miejscach parkingowych,
- animacje, filmiki na YouTube pokazujące, jak szybko można załatwić sprawę w urzędzie,
- niezapominanie o klientach z dysfunkcjami,
- sygnowanie wydziałów według kolorów w harmonii z ulotkami i innymi materiałami.

STANOWISKO „zrób to sam” z komputerem:

- punkt przyjmowania dokumentów (wkładamy dokument do urządzenia, które drukuje potwierdzenie na kopii),
- drukowanie dokumentów na miejscu -> wybór na ekranie

„WYPEŁNIACZE CZASU”

- „opieracze” w oczekiwaniu na wizytę, więcej miejsc siedzących na całym parterze,
- miniplac zabaw,
- zagospodarowanie parku + tablica z numerkami na zewnątrz,
- punkty z gazetami / książkami,
- automat z kawą,
- kącik do przewijania dzieci,
- informatory, jak można spędzić czas w okolicy,
- szachy w ogrodzie, krzyżówki w poczekalni,

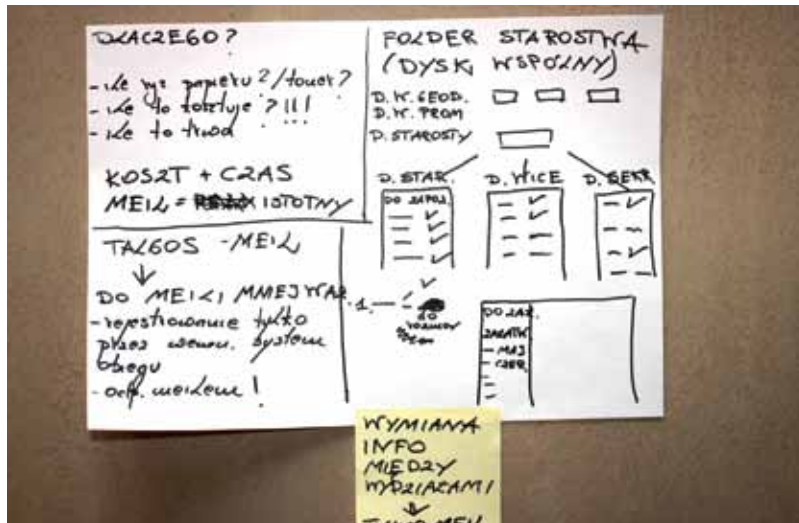
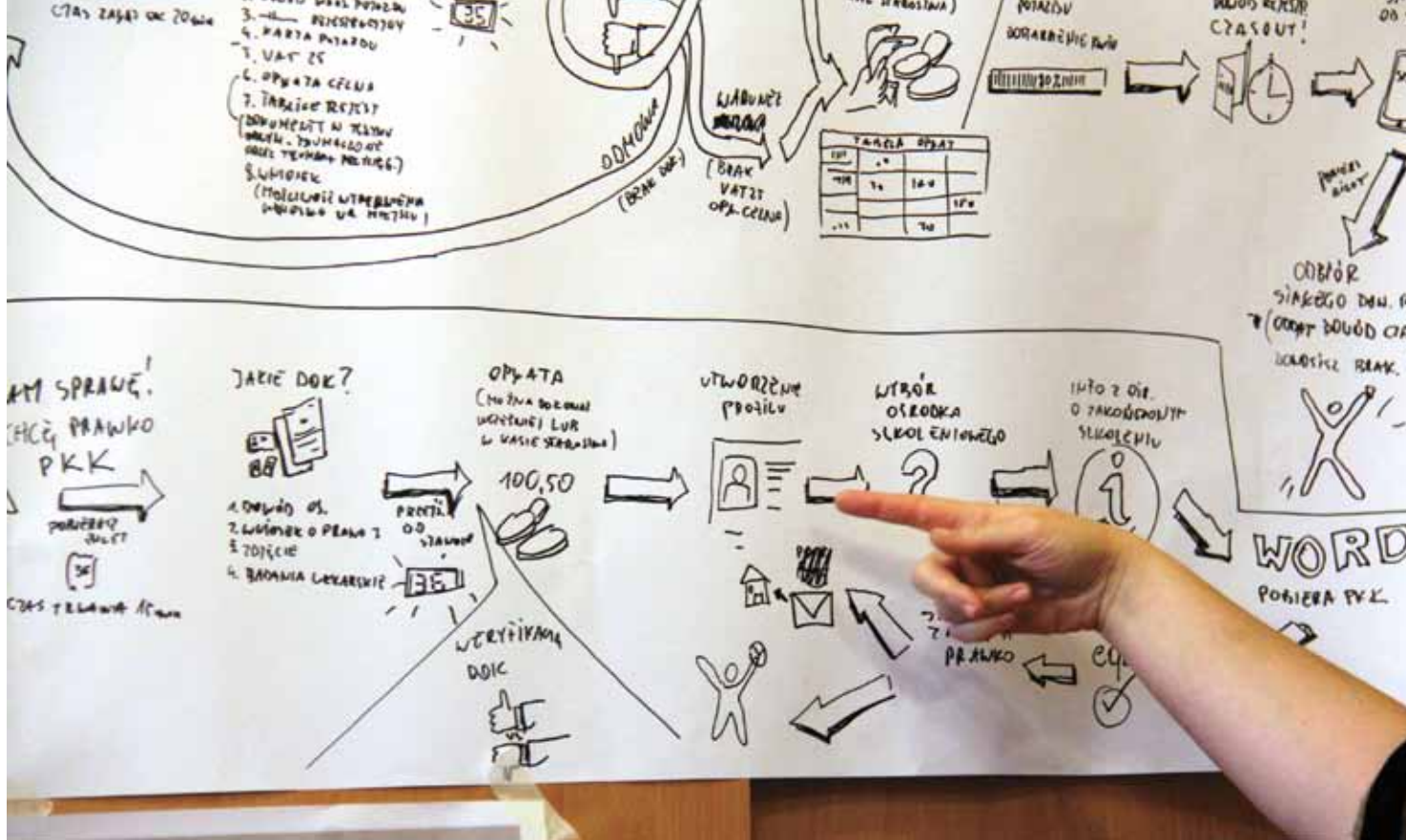
- tablica, na której każdy klient może zostawić swój „ślad”, np. odbicie palca.

OBSŁUGA TELEFONICZNA:

- INFOLINIA, utworzenie kompleksowej informacji telefonicznej (połączonej z Biurem Obsługi Indywidualnej),
- stworzenie instrukcji obsługi w pigułce -> przełączenia w rozmowach z klientem tylko w przypadku nieszybkiej sprawy lub informacja o tym, że oddzwoni się za chwilę do klienta z kompletną informacją,
- utworzenie sieci ewentualnego łączenia rozmów -> wyznaczenie osób w każdym wydziale,
- zamiast łączenia rozmów – szukanie informacji i natychmiastowa odpowiedź lub oddzwonienie po odnalezieniu informacji przez kompetentną osobę.

STRONA INTERNETOWA:

- zachęcanie do korzystania ze strony WWW, poprzez rekomendacje urzędników lub ulotki, reklamy na stronach WWW,
- w chwili połączenia się klienta z bezpłatnym wi-fi informacja o stronie urzędu, na której można się wszystkiego dowiedzieć i o e-kolejce (NIE STÓJ W KOLEJCE!)
- kampania pokazująca zalety e-usług, porównanie czasu załatwiania spraw osobiście z czasem załatwiania spraw online,
- poprawa wyników wyszukiwania w google według informacji, jakich klienci naprawdę szukają,
- profile użytkowników z możliwością sprawdzenia na jakim etapie jest ich sprawa



Nad czym jeszcze warto pomyśleć?

W trakcie obrazowania rozwiązania, które mogłyby przyczynić się do poprawy komunikacji między urzędnikami, okazało się, że większość maili wysyłanych między pracownikami w jednym budynku jest drukowana. Nie mogło to umknąć uwadze zespołu. Rozwiązanie tego problemu mogłoby nie tylko zaoszczędzić koszty, jakie niesie wydruk i archiwizacja spraw, ale też przyczynić się do porzucenia u urzędników myślenia, że jeżeli nie ma na biurku dokumentu, to sprawa nie istnieje. Paradoxem jest odpowiadanie na sprawy elektroniczne w sposób „papierowy”. Należałoby skupić się w najbliższej przyszłości nad rozwiązaniem tego problemu, np. poprzez wykorzystanie internetowych systemów przekazywania dokumentów elektronicznych. Rozwiązaniem mogłoby być także korzystanie przez urzędników z podpisów elektronicznych.

Podczas pierwszego spotkania zespołowi przedstawiono sprawę dużej ściany na parkingu, która w jakiś sposób mogłaby być zagospodarowana. Ciekawym pomysłem może być w tym miejscu powstanie muralu. Można ten pomysł wykorzystać przy okazji promocji Starostwa Powiatowego w Pszczynie. Proponujemy ogłoszenie konkursu na mural wśród wszystkich mieszkańców powiatu. Należałoby dokładnie opracować regulamin konkursu, np. określić tematykę muralu, która musiałaby być związana w jakiś sposób z powiatem. Sam konkurs mógłby też być sposobem integracji z mieszkańcami. Warto pamiętać, że nie należy w takich przypadkach zapominać o wartościach artystycznych i obyczajowych obrazów, dlatego nad wynikami konkursu powinna czuwać komisja składająca się z różnych specjalistów, którzy w ten sposób wsparliby inicjatywę. Dziesięć wybranych przez komisję obrazów może zostać poddanych ocenie mieszkańców poprzez aplikację internetową lub wystawę w Starostwie. Można by było w ten

sposób pozytywnie wpłynąć na klientów, którzy mieliby wpływ na wyniki konkursu, ale całość przedsięwzięcia byłaby nadzorowana przez artystów. Częstym błędem jest poddawanie pod opinię publiczną zbyt wielu propozycji rozwiązań, czego wynikiem może być wybór mało wartościowej artystycznie propozycji.

IV etap – DOSTARCZANIE

Jest to ostatni etap projektowania usługi polegający na implementacji projektów z uwzględnieniem wyników badań nad prototypami. Ostatnią fazą projektowania usług jest stworzenie blueprintu usługi. Pomaga on w całościowym spojrzeniu na wszystkie projektowane części usługi. To ostatni moment, w którym można zauważyć brakujące elementy całej układanki i jeszcze przed wdrożeniem możliwość ich dopracowania i sprecyzowania wartości usługi pod każdym kątem. Na warsztatach wykonaliśmy wspólnie blueprint do jednej z usług oferowanych klientowi korzystającemu z Wydziału Komunikacji i Transportu. Należy wrócić do tej metody przy opracowywaniu reszty pomysłów zawartych w tym raporcie.

Blueprint usługi

Blueprint usługi jest klasycznym narzędziem projektowania usług, równie ważnym, co rzut poziomy w projektowaniu wnętrz. To w tym miejscu kluczowe elementy usługi zostają opisane, uszeregowane i przedstawione. Jako narzędzie blueprint usługi jest relatywnie prosty w obsłudze, jednak jego zawartość wymaga solidnego rozważenia. Blueprint usługi może być wykorzystany do zanalizowania usługi, która jest obecnie dostarczana, lub do zaplanowania przyszłej usługi od początku do końca.



	PRZED	W TRAKCIE						
WIDOCZNE ZNAKI USŁUGI	Parking	Urząd Punkt Obsługi Klienta	Urząd Punkt Obsługi Klienta	Infografiki, ulotki z mapką (droga-plan, co zabrać, kolejne kroki)	Biletomat	Stand z drukami i wnioskami (tabela opłat)	Kącik „wypełniacza” + tabela opłat	Monitor z info o kolejce
DZIAŁANIA KLIENTA	Klient przyjeżdża na parking Starostwa	Wchodzi do budynku urzędu, widzi punkt obsługi	Pyta o to gdzie załatwić sprawę	Otrzymuje od obsługi ulotkę z drogą	Pobiera bilecik Widzi info jak dojść do „kącika wypełniacza”	Znajduje druk	Uzupełnia formularze Sprawdza wg wzorów.	Patrzy i widzi, że ma jeszcze czas, jest 3 w kolejce
DZIAŁANIA PRACOWNIKÓW PIERWSZEJ LINII (bezpośredni kontakt)		Pani Zosia udziela informacji, zerkając do pomocy	Pani Zosia wręcza ulotkę dotyczącą sprawy					
DZIAŁANIA PRACOWNIKÓW ZAPLECZA		Informatorzy z wydziału	Informatycy wydział merytoryczny wydział organizacyjny	Informatycy	Administrator druków i wniosków Dopełnianie standów wydział merytoryczny	Wydział organizacyjny i merytoryczny np. sporządzanie wniosków	Wydział merytoryczny i organizacyjny	Informatycy
PROCESY WSPARCIA USŁUGI (firmy, usługi zewnętrzne)		Podręcznik dla Pani Zosi informatycy graficy	Informatycy graficy firma administracyjna firma montująca (poligraficzna)	Firma odmistrująca system	Druk, wydział organizacyjny	graficy firma poligraficzna	Informatycy graficy	Informatycy firma administrująca
OPINIE I OCZEKIWANIA KLIENTA	Precyzyjna informacja, konkretna i szybka. Boi się, że wszystko będzie problematyczne. Obawia się czy wszystko ma, żeby się czasem po nić nie wracać.	Zadowolenie z szybkiej obsługi i tego oczekuje.	Ogarnia całą sytuację, wie co gdzie załatwić.	Uczciwość sprawiedliwość kolejki	Mogę się przygotować, oczekuję aktualnych materiałów	Wygoda, nikt nie patrzy na ręce jak coś wypełniam Poczucie komfortu	Poczucie kontrolowania sytuacji. Poczucie bezpieczeństwa. Komfort czasu	Mogę sobie sprawdzić maila

					PO	
Informacja o wi-fi	Stanowisko	Kasa	Stanowisko	Stanowisko	Telefon komórkowy	Biletomat (powrót)
Dowiaduje się o free internecie	Składa wnioski	Płatność za usługę	Oddaje kwitek z potwierdzeniem wpłaty	Dopełnia formalności, otrzymuje dowód tymczasowy	Otrzymuje smsa z urzędu, że może odebrać nowy dowód	Pobiera bilecik i odbiera dowód
	Weryfikacja druków i dokumentów, klika w systemie że proces dalej trwa	Wprowadzenie danych do komputera przez pracownika banku	Dokończenie formalności	Informuje o tym kiedy odbiór i co zabrać, klika w systemie że klient obsłużony		
Informatycy	Informatycy	Wydział organizacyjny w razie awarii	Numerek pojawia się ponownie		Przyjmowanie dokumentów i informowanie, że są na stanie	
Dostawca internetu	Administrator systemu	Firma obsługująca bank (zewnętrzna)	Administrator systemu		System z Warszawy Wpisanie do systemu tak żeby klient wiedział kiedy może odebrać.	
Liczę na to, że mam wszystko. Chcę żeby wszystko poszło sprawnie. Liczę na profesjonalizm i otwartość urzędnika	Fajnie, że kasa jest na parterze i wszystko mogę załatwić na miejscu	Nie muszę stać od nowa w kolejce, fajnie że mój numer nie wygasa dopóki nie załatwię sprawy do końca	Licze na szybkość, jestem już o wszystko spokojny	Licze na szybkość, jestem już o wszystko spokojny	Miłe zaskoczenie, podali nawet godziny urzędowania, kiedy mogę przyjechać po dokumenty	Fajnie, że jest tu osobne stanowisko do odbioru dokumentów

Co dalej?

Wprowadzenie w życie pomysłów przedstawionych w tym raporcie wraz z przeprowadzeniem większej liczby warsztatów będzie wymagać dalszej pracy projektowej. W celu zdobycia dalszych informacji i wsparcia prosimy skontaktować się z przedstawicielami zespołu projektowego.

O PDR

PDR (The National Centre for Product Design and Development Research) jest jednym z liderów w projektowaniu produktów i usług. Jesteśmy również jednostką innowacji i rozwiązywania problemów sponsorowaną z funduszy publicznych, której celem jest wspieranie organizacji w wykorzystywaniu projektowania dla dobra całej gospodarki.

Od prawie dwudziestu lat łączymy naszą wiedzę, najnowsze badania oraz technologie z najważniejszymi osiągnięciami designu. W tym okresie stworzyliśmy setki bardzo efektywnych produktów i rozwiązań dla dużych i małych organizacji. Tylko w ciągu ostatnich czterech lat otrzymaliśmy 11 renomowanych nagród w dziedzinie projektowania.

O DESIGN SILESIA

Design i urząd? Design i Śląsk? Jeszcze do niedawna połączenie tych słów mogło brzmieć jak oksymoron. Jednak od kilku lat, dzięki naszym poczynaniom – stają się czymś naturalnym. Śląsk to jeden z pierwszych regionów w tej części Europy, który postanowił rozwijać swoją innowacyjność poprzez szeroko pojęty design – tworząc unikatowy projekt Design Silesia. Powołany został przez Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego w celu metamorfozy Śląska, bo właśnie design jest jednym z najlepszych sposobów na długofalowe zmiany jakości życia. Już w nazwie projektu – Design Silesia – zawarte są podstawowe aspekty naszej działalności.

Odmieniamy Śląsk poprzez design. Nasz region, będący w stanie restrukturyzacji, stoi przed olbrzymim wyzwaniem przedstawiania gospodarki z przemysłu ciężkiego na nowe, innowacyjne dziedziny. Jedną z nich jest szeroko pojęty design, rozumiany nie tylko jako wzornictwo, ale przede wszystkim jako świadome projektowanie, czy to w skali przestrzeni miejskiej, czy to przedmiotów, czy też – co mniej oczywiste, ale równie istotne – w zakresie projektowania lepszych usług.

Zarazem śląska specyfika, industrialny charakter mający swoje odbicie w krajobrazie miast, jak i mentalność ludzi, tutejszy kult pracy, racjonalność rozwiązań, wielowiekowa tradycja wytwórczości, złożonych procesów produkcyjnych i wytwórczych – wpływają na powstający tu design, który ma przez to swą wyjątkową jakość. Nie tylko więc odmieniamy Śląsk poprzez design, ale i zmieniamy sam design poprzez specyfikę Śląska, działających tu szkół projektowych, przedsiębiorców oraz projektantów.



www.design-silesia.pl

Projekt „Design Silesia II” jest realizowany w ramach Poddziałania 8.2.2 Regionalne Strategie Innowacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Liderem Projektu jest Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego a Partnerami: Ars Cameralis Silesiae Superioris, Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach, Politechnika Śląska w Gliwicach oraz Zamek Cieszyń.



Ars
Cameralis
Silesiae
Superioris



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Śląskie.
Pozytywna energia

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.
Projekt jest zgodny z zasadą równych szans, w tym równości kobiet i mężczyzn.

