

Silen teenusedisaini projekti tagasiside kliendilt

Oma kogemust jagab **Endrus Arge**, Wallenium tegevjuht ja Silen Space'i tootejuht:

„Koostöö alguses tulime väga laia plaaniga, mis puudutas laiemalt kogu meie toodete digitaliseerimist ning kuidas seda visualiseerida kliendile. Lõpuks fokuseerisime ühele tootele ja hakkasime seda arendama ning disainima.

Saime tööriistad, kuidas läheneda tootearendusele. Saime targemaks mida tähendab *customer journey* ja *user experience*. Me pole seda kunagi varem osanud toote arendamisel kasutada, oleme seni lähtunud vaid tellimuspõhisest tootearendusest. Oleme palju targemaks saanud, väga palju inspiratsiooni ja võimalust palju suuremalt mõelda, kui me algusest mõelda suutsime.

Teekonna disainimisel on tulnud esile nii palju nüansse millele me polnud kunagi üldse mõelnud, ning nüüd on väljakutse see kõik kokku saada ja seda teha õigesti. Väga sujuv ja lahe koostöö on olnud Velvetiga, meie disaineritega, kes on meie mentorid – hästi põnev on! Me olemegi saanud tänu nendele sellise laia vaate asjale mida me ennem ei omanud.“

Kas Sa oskaksid täpselt välja tuua, mis on muutunud paremaks terve toote ahela sees antud töö tulemusena. Mida konkreetsemalt, seda paremini.

„Toodete ja teenuste arendamist ei olegi me varem sellisel tasemel teinud. Kõige suurem väärtus oli uue ärisuuna loomise kiirus. Me oleks omal käel teinud seda sama tööd 10 aastat, koos Velvet tegime 1 aastaga. Oleme varem täitnud klientide vajadusi, kuid ei ole mõelnud tootmises pakendamise peale - ei ole mõelnud kuidas see toode kliendini jõuab, mida ta näeb ja tunneb kui ta toodet kasutab.

Tegelikult me müüme ju kliendile rahulolu ja mõtleme sellele kuidas ta toote leiab, kuidas tootest aru saab ja kuidas ostuotsuse langetab. Paneme rõhku sellele, et pakend oleks toote vääriline väljast kui seest.

Enne vaatas klient veebilehete, aga siis ikkagi helistas meile ja me pidime kõik üle rääkima. Nüüd oleme jõudnud uuele tasemele, kus materjalide ja info tase on nii hea, et see säästab kliendi ja ka meie enda aega.,,

Palun kirjelda, kuhu te olete praeguseks jõudnud sisse viidud muudatuste tulemusena?

Asjad on liikunud kiire tempoga ja oleme saanud palju head tagasisidet. Viisime toodet kasutada oma kliendile Soomes ja kõik ütlevad, et võrreldes konkurentidega on meie toode vaiksem ja suuremate lisaväärtustega (nt rattad ja modulaarsus).

Meie visioon on olla suurim Põhja-Euroopas ja teha revolutsiooni. Selliselt sõnastatud ambitsioon on loonud võimaluse teha globaalselt äri ja see meie jaoks täiesti uus tee.

Meil on Kanadas 3 edasimüüjat, 2 Norras ja Leedus. Meieni jõudsid nad peale kodulehe külastust, mille peale võtsid meiega ise ühendust. Tänu kodulehele ja heale disainile on meid üles leitud ja tundub, et huvi aina kasvab. Juunis Neucon messil (USA-s) näitasime toodet ja saime tagasisidet, et toode näeb välja eksklusiivne. Toote disain, bränding ja koduleht vastavad täpselt sellele kuvandile. Tänu veebile ja veebikeskkonnas eraldi teenusena lahendatud toote konfiguraatorile on meid rahvusvaheliselt üles leitud ja meil on nüüd edasimüüjaid erinevas maailma otsas. Olukord, kus me pole üldse reklaami teinud, aga samas saanud nii suure tähelepanu osaliseks, tähendab, et selle töö on ära teinud väga head tootearenduse- ja disainiotsused.

Kuidas on teise etapi alguses läbiviidud kliendi uuring (tagasiside kogumine intervjuude läbi ja kohapealsed külastused) mõjunud edasisele arendustegevusele?

„Kõige suurem muudatus on see, et me oleme nüüd hakanud seda iseseisvalt tegema ja klientide tagasisidele koheselt reageerima. Oleme tööd teinud toote erinevate parameetritega, mida saame peale klientidelt tagasiside kogumist kohe ka tootearenduse protsessi tuua.

Varem kogusime tagasisidet pikka aega kokku ja asjad muutusid aeglaselt. Täna teeme seda aktiivselt ja viime kohe tagasiside põhjal ellu. Suhtumine meeskonnas on muutunud ja ma ise ei pea enam midagi tegema. Firmas on korralik nihe selles suunas, et viia erinevatest allikatest tulnud tagasisidet tootearendusse või visualiseerimisse. Suurim kasu minu nägemusel on töö professionaalse agentuuriga, kes näitab, kuidas teha. See on kõvasti muutnud meie meeskonna suhtumist ja mõttemaailma. See on loonud tohutu motivatsiooni inimestes ja mõjutanud lähenemist ja suhtumist ka meie teiste toodete turundamisel ja arendamisel.“

– Endrus Arge, Wallenium tegevjuht ja Silen Space'i tootejuht