

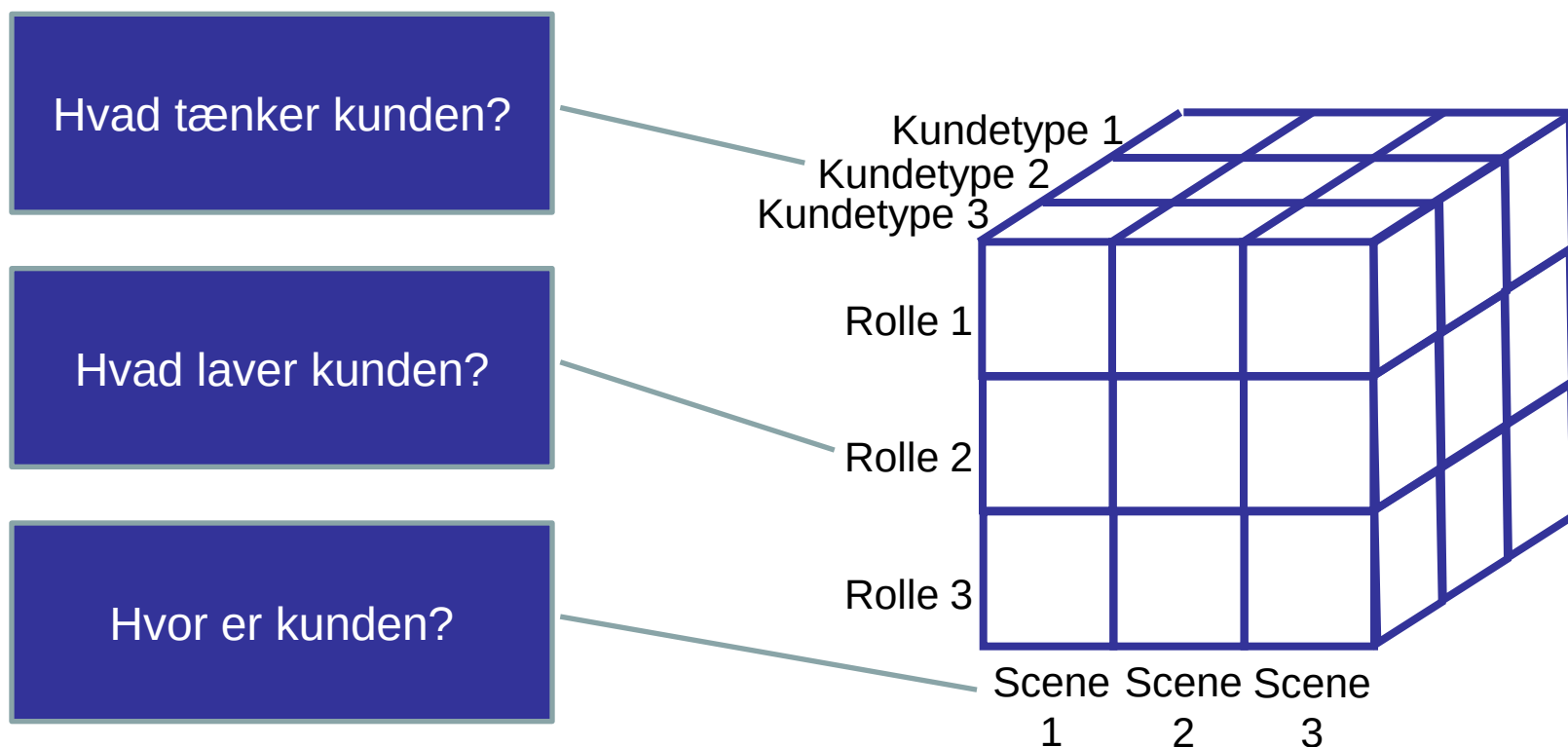
Fra Ide *Bruger* via Kunde til Program:

På vej mod bedre byggeprojekter
med systematisk kundeindsigt

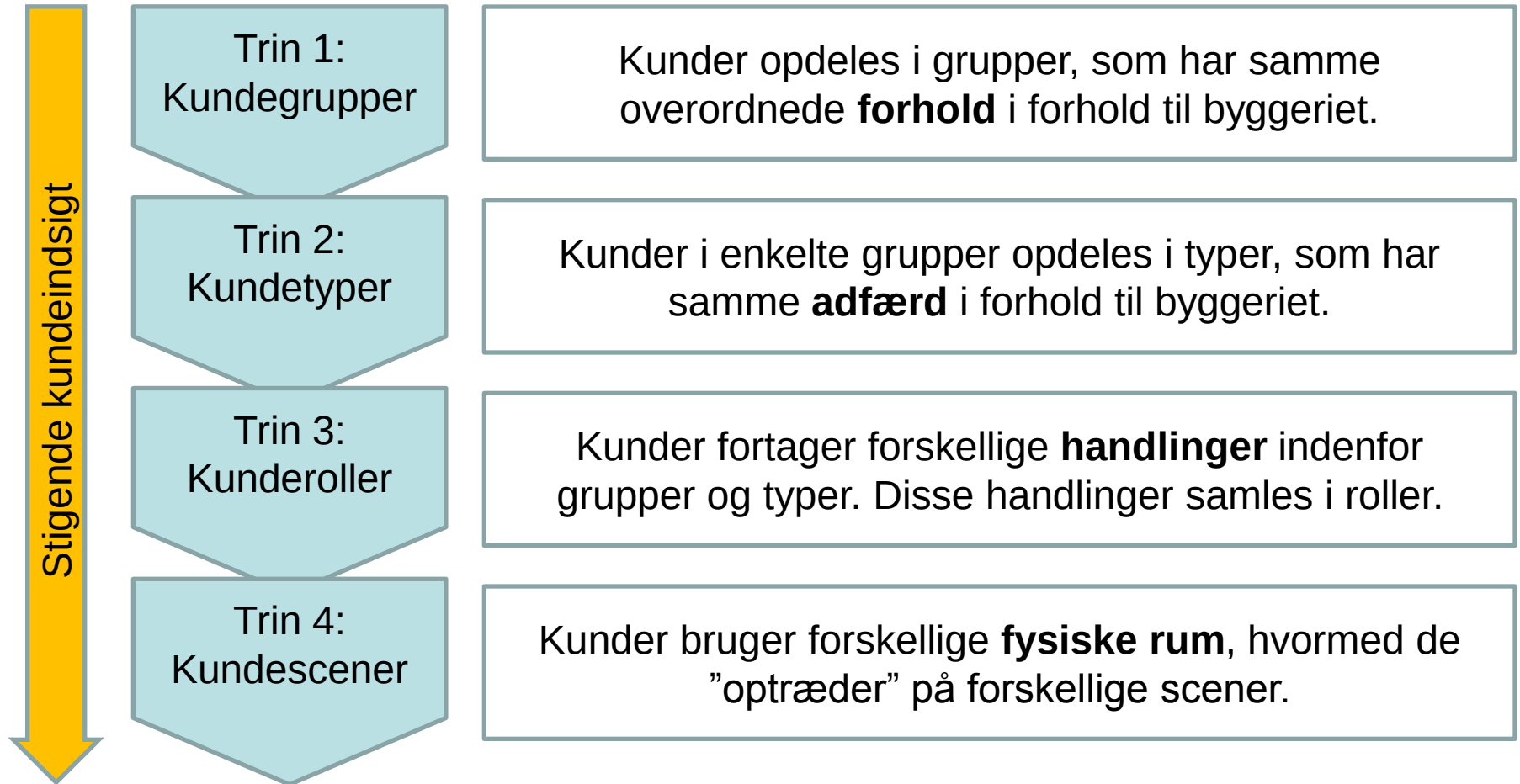
Prof. Dr. Thomas Ritter
Center for Business Marketing and Purchasing (BMP)
Department of Marketing
Copenhagen Business School
Solbjerg Plads 3 – DK-2000 Frederiksberg
+45 3815 2121 – ritter@cbs.dk



CUBEical: Hvad ligger en kunde på sinde?



CUBEical Proces for Byggeprojekter



Trin 1: Kundegrupper

Kunder opdeles i grupper, som har samme overordnede **forhold** i forhold til byggeriet.

Patienter

Pårørende ("medpatienter")

Gæster

Medarbejdere på hospitalet

Sundheds-professionelle

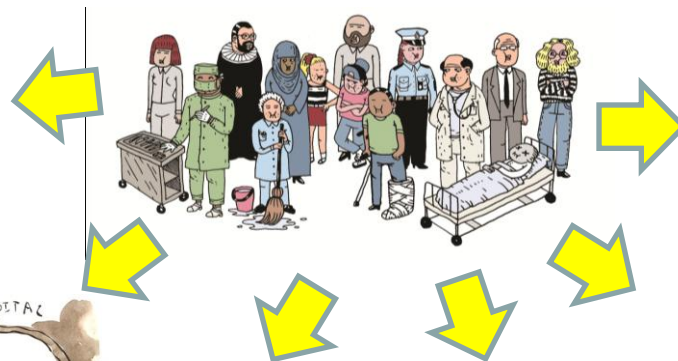
- Læge

- Sygplejersker

Medarbejdere til drift og vedligehold

- Rengøring

Ikke klinisk personale



Leverandører

Politi og Falck
Præst, Frisør

Det omgivende samfund

Uddannelses folk
Politikere



Nabo



Identifikationsspørgsmål:

Hvem interesserer sig for projektet?

Hvem blev berørt under processen og af det færdige projekt?



Trin 2: Kundetyper

Kunder i enkelte grupper opdeles i typer, som har samme **adfærd** i forhold til byggeriet.

Påvirkning	ja		nej
	nej	ja	
ja	Spørge-Jørgen Disse interessenter er personligt engageret, men forstå ikke helt kompleksiteten af projektet.	Brugeren Disse interessenter kan bidrage meget, og vil gerne, da det er deres egen fremtid.	
	Profilerer Disse interessenter udnytter projektet til egen fordel, ofte profilering.	Ekspert Disse interessenter kunne bidrage med deres viden.	
nej			

Identifikationsspørgsmål:

Hvordan er kundernes adfærd og beslutninger i en given gruppe forskelligt?
Hvad tænker de, hvad er vigtigt for dem?



Trin 3: Kunderoller

Kunder fortager forskellige **handlinger** indenfor grupper og typer. Disse handlinger samles i roller.

- Kronisk vs. ambulant
- Indskrivning – behandling – udskrivning
- Behandle – møde – uddanne – hvile

1	2	3	4	5	6	7	8
Manager, Executive Focus	Manager, Programme Focus	Officer, Collab. Focus	Officer, Individual Focus	Support, Multi-tasking	Support, Computer Focus	Transient Users	Unique Functions
DG, ADGs				Secretaries			GAR team
Directors				Assistants		Interns	JMS
	Coordinators			Clerks		Visitors	HR
		Medical Officers			Word Proc		Staff financ
		Specialists					Translator
		Scientists					Mail, dist.
		Tech-Admin, Fin, HR					Print
		Comms Off	Analyst				Security
		Res Coord	Statistic'n				Premises & Build'g Mgt
		MSU Mgr	Legal				Switchb'd
		Plan, proc	Advisor				Help Desk
			WEB				



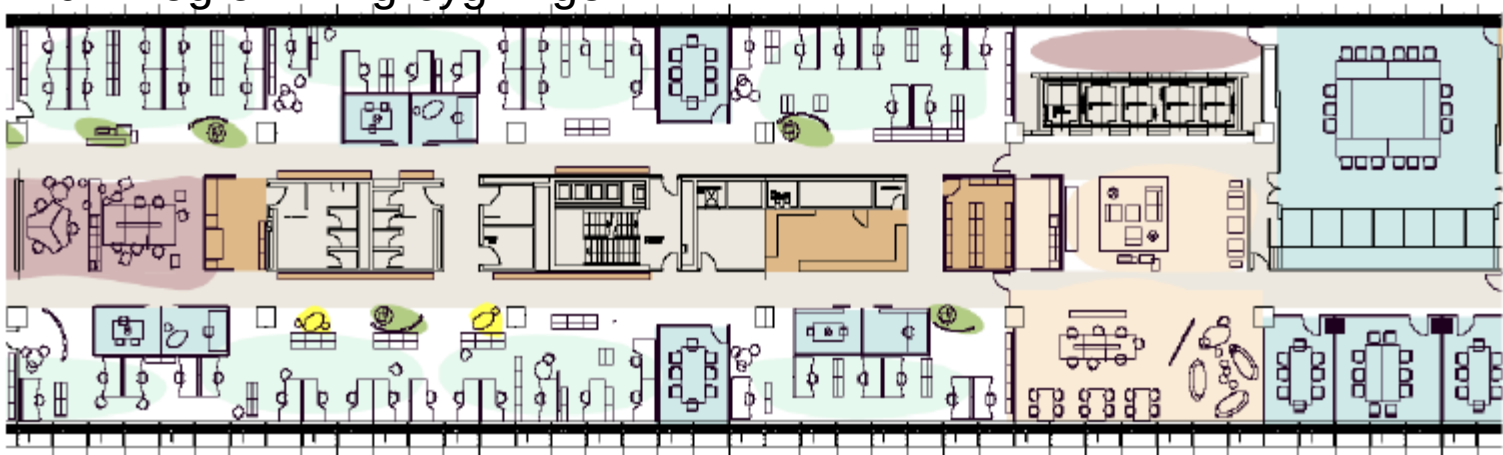
Trin 4: Kundescener

Kunder bruger forskellige **fysiske rum**, hvormed de "optræder" på forskellige scener.



Rum til kommunikation

Rum i og omkring bygningen



Fra kundeindsigt til handling

Gruppe	Med. medarbejder	Patienter	Gæster	Driftsmedarbejder	Nabo/Samfund
Type	Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene:	Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene:	Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene:	Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene:	Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene: Rolle: Scene:



Tak for jeres opmærksomhed

Prof. Dr. Thomas Ritter
Center for Business Marketing and Purchasing (BMP)
Department of Marketing
Copenhagen Business School
Solbjerg Plads 3 – DK-2000 Frederiksberg
+45 3815 2121 – ritter@cbs.dk

