

9. september 2021

Kontaktprincipper i praksis 2021

DEL I:

**Kanal- og servicestrategisk ramme og
værktøjskasse**

KK Web i samarbejde med de syv forvaltningers koordinerende webredaktører

På baggrund af

- praksiserfaringer med kontaktstrategien på kk.dk fra 2014**
- kontaktworkshop 12. maj 2021**
- og byggeworkshop 18. maj 2021 om kontakt på nyt kk.dk**

samler vi her et bud på fælles

Kontaktprincipper i praksis 2021

**DEL I:
Kanal- og servicestrategisk ramme og værktøjskasse**

**DEL II:
Kontaktkoncept og kontaktprincipper for brug af kontakt på kk.dk**

**DEL III:
Best practise for kontakt på kk.dk**

VISION

Kontaktprincipper i praksis skal..

- **Matche vores fælles vision for digitale kanaler - 11.juni 2019**

Vision for KK's borgerrettede digitale service | Web i KK (kan ses fra web.kk.dk)

- **Matche den snart vedtagne Service- og kanalstrategi for KK's digitale service**
Den vedtages og lanceres bl.a. som en værktøjskasse, der rummer overordnede kontaktprincipper på tværs af kanaler og services (skal kunne tilgås fra web.kk.dk)
- **Matche det nye kk.dk, der lanceres på ny webplatform 1.oktober 2021**
Kontaktkonceptet på det nye kk.dk ligner stort set det nuværende kk.dk, men de konkrete principperne for kontakt skal vedtages og praktiseres af forvaltningerne

MISSION

FÆLLES STRATEGISK RAMME

- Fælles kanalstrategisk ramme med fokus på, at digital service altid skal rumme mulighed for medbetjening – telefon er billigst
- Hver serviceydelse er landingpage for mange forskellige brugere og målgrupper – ikke alle har overskud til at gøre det, vi forventer
- Nogle brugere vil altid "bare"/hurtigt gå til kontakt, fordi de er i tvivl – lad dem gøre det. Ved at anvende data fra telefonerne kan vi optimere, men også validere at telefoner er god service for de, der har behov (nudging)

FÆLLES OPERATIONEL FORSTÅELSE OG PRAKSIS

- Fælles forståelse og drøftelse af rammerne for og bedste brug af kontaktbokse på siderne – hvilke kontaktmuligheder har vi/bør vi have på siderne?
- Fælles forståelse og drøftelse af rammerne for og bedste brug af det fælles kontakthierarki under OM Kommunen/Kontakt, vi har som ekstra støtte for de servicespecifikke kontakter under BORGER etc.

FORMÅL

HVILKEN KONTAKT VÆLGER VI AT UdstILLE PÅ KK.DK?

Kontaktprincipper i praksis

- definerer de operationelle kontaktprincipper på kk.dk (og de subsites, der understøtter KK's kerneydelser på web), så vi
- anvender vores kontaktkoncept med fælles brug af kontaktside, kontaktliste og kontaktfelter

DEL I

Kanal- og servicestrategisk ramme og værktøjskasse

Kontaktprincipper for kk.dk er kanal- og kontaktstrategi i praksis

BAGGRUND

Digitaliseringsredegørelse 2021: Temadrøftelse om Nye service- og kanalstrategiske tiltag

Referat af møde i It-kredsen den 12. februar 2021

- *It-kredsen drøftede sagen, og der var i kredsen opbakning til det videre arbejde med nye service- og kanalstrategiske tiltag, som KFF præsenterede. It-kredsen støttede en fælles og tværgående tilgang.*
- *It-kredsen besluttede, at KFF vender tilbage til kredsen med et oplæg til det tværgående og fælles videre arbejde. Oplægget skal præsentere en tilgang, der giver mulighed for at arbejde videre fælles og samtidig i flere tempi. It-kredsens drøftelser vil også indgå i den kommende Digitaliseringsredegørelse 2021.*
- *Oplægget har I fået tilsendt pr. Mail og i kan ses finde der fra side 26. Der står bl.a.:*
- *Som en del af dette arbejde blev "Vision for Københavns Kommunes borgerrettede digital service" politisk besluttet i 2019, implementeringsarbejdet med Næste generation Digital Post startet og KKs nye digitale blanket system udviklet og implementeret.*
- *Som en sidste leverance har KFF i 2020 udarbejdet et udkast til en fælles borgerrettet kontakt- og kanalstrategi for digital service. Strategien skal hjælpe med at realisere visionen for borgerrettede digital service, og derigennem forbedre kommunens service, skabe værdi for brugerne samt bidrage til en effektiv udnyttelse af kommunens ressourcer. Der er udviklet retningslinjer, vejledninger, værktøjer og koncept for uddannelse til at understøtte brugen af strategien.*

Kultur- og Fritidsforvaltningen
Center for Digitalisering og Innovation

Fælles service og kanalstrategi for Københavns Kommune

Fremtidens digitale borgerkontakt,
konkretisering af Vision for Københavns
Kommunes borgerrettede digitale service



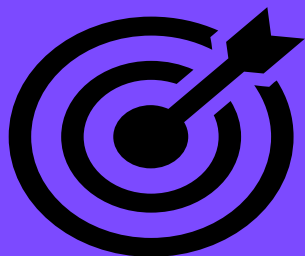
Formål med strategien

Formålet med en fælles service- og kanalstrategi er at gøre det så nemt og hurtigt som muligt for københavnernes, at få adgang til den efterspurgte serviceydelse, på de rette og mest effektive service og kanaler.

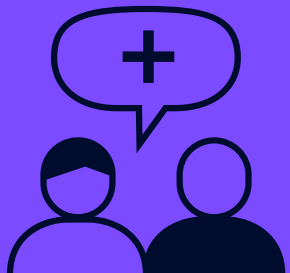
Dette skal gøres ved:

- **HØJERE SERVICENIVEAU – sømløse brugerrejser**
Øge tilfredsheden med kommunens services .. Ved fokus på brugerrejser, udstillede service- og kanaler og brugernes forskellige livssituation
- **GEVINSTREALISERING – mindre genkontakt**
Kommunen bruger så få ressourcer som muligt.. Ved at sikre, at borgere og virksomheder anvender de mest omkostningseffektive kanaler *til deres henvendelser*

5 bærende principper for strategien



1.) Vi vælger aktivt de mest brugervenlige og billige kanaler som vi ønsker at udstille til borgere og virksomheder



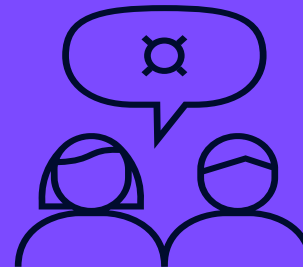
2.) Vi sikrer brugervenlige løsninger til de københavnere der kan og vil betjene sig selv



3.) Vi tilbyder effektiv og imødekommende hjælp til de københavnere, der har brug for hjælp



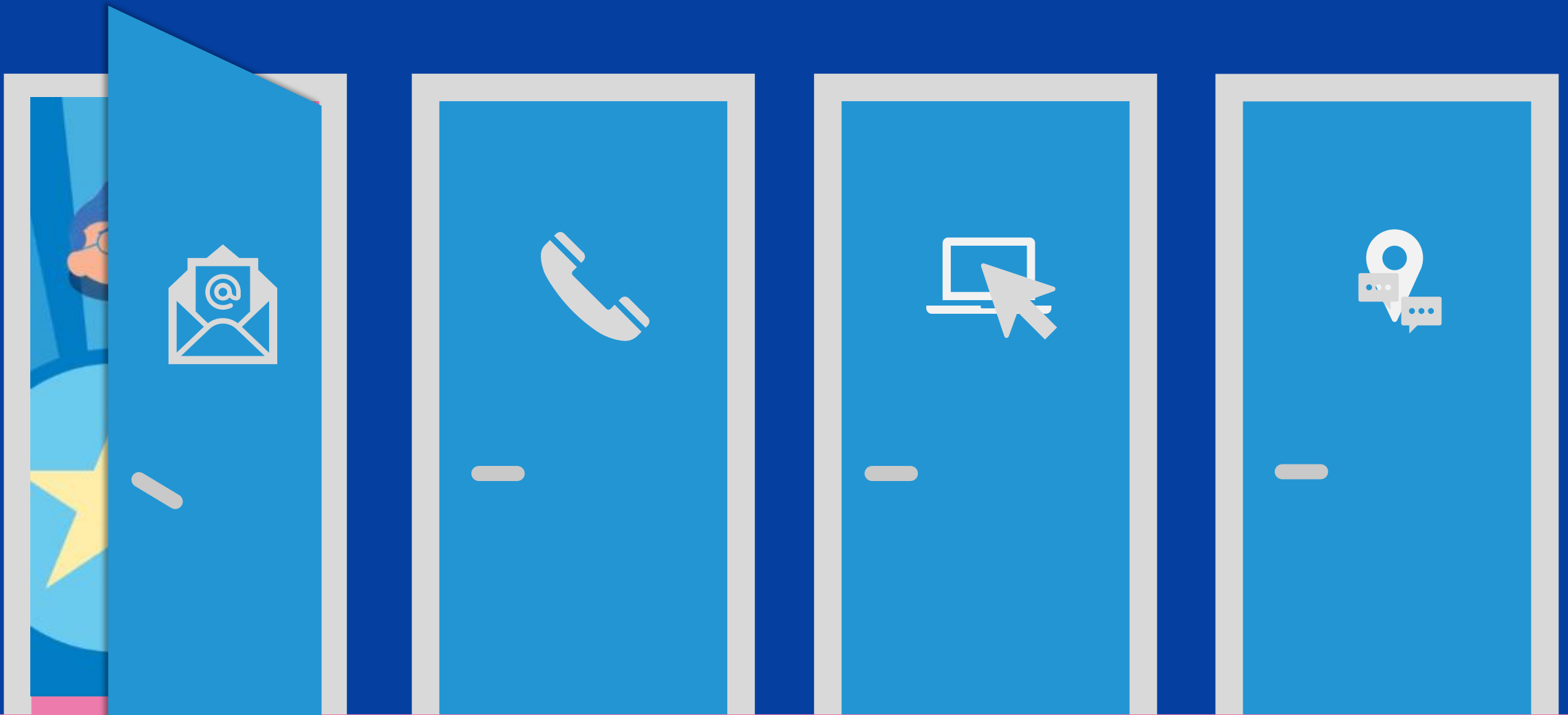
4.) Vi bruger viden om københavnernes behov og adfærd



5.) Vi inddrager københavnere så tidligt som muligt

KOMMUNEN UDEN KANALSTRATEGI

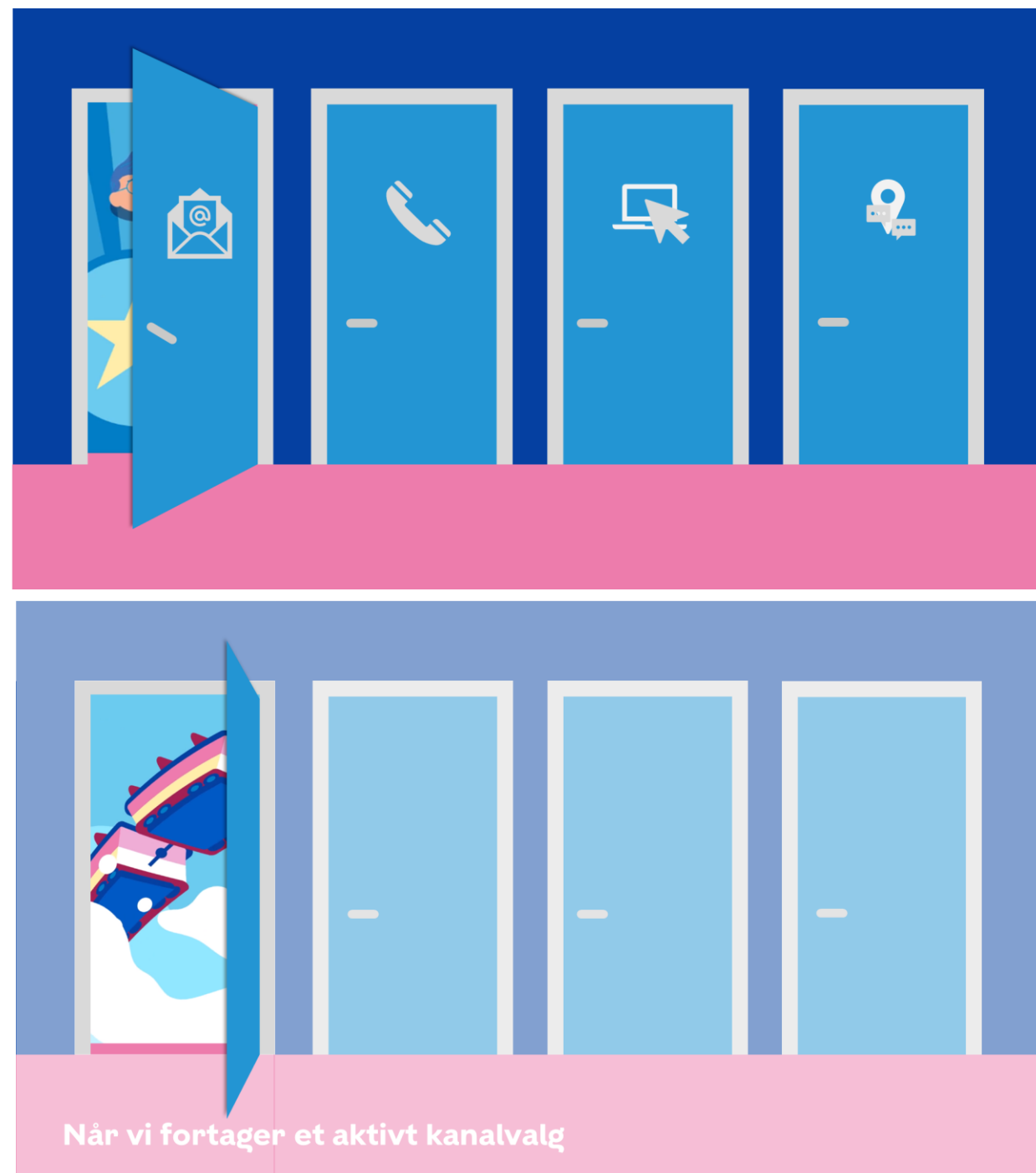




**Hvilken dør du åbner afgør hvilken oplevelse du får
Hvilken kanal skal jeg som borger vælge?**

Hvor skal vi hen

- **Fra** fokus på den enkelte kanal og den enkelte henvendelse
- **Til** fokus til hele brugerrejsen og de kanaler og kontaktpunkter, der udstilles
- **Så** vi kan tage udgangspunkt i borgerens livssituation og behov
- Og derved gøre det nemt for borgerne at komme i mål med deres henvendelse til kommunen samtidig med at vi sparer tid og penge på evt. genkontakter



Når vi fortager et aktivt kanalvalg

Hvad kan får jeg ud af de forskellige kanaler?

Når vi tager kontaktpunktet alvorligt gør vi borgeren i stand til træffe et oplyst valg – så de starter den oplevelse der indfrier deres behov bedst.

Men hvornår er det åbent og hvordan får jeg hjælp?

Skal jeg så bruge e-boks? Hvornår får jeg svar?

Kan jeg bare kigge forbi? Skal der ikke bestilles tid?

▼ Københavns Erhvervshus

Nyropsgade 1
1602 København
Danmark

🔒 [Skriv sikkert til Københavns Erhvervshus \(digital post\)](#)

✉ [Skriv besked](#)

📞 +45 33 66 33 33

Kan de svare spørgsmål?

Telefontider

Mandag	08:00 - 17:00
Tirsdag	08:00 - 17:00
Onsdag	08:00 - 17:00
Torsdag	08:00 - 17:00
Fredag	08:00 - 17:00

Eksempel:

Meld at du har set rotter

Her er det tydeligt hvilke kanaler der gør hvad og hvornår du skal bruge de forskellige.

Beskrivelse af "det hjælper vi med", så man ved hvad der kan forventes. "Det skal du selv gøre", som beskriver kommunens forventninger til din rolle.

<https://www.kk.dk/rotter>

Hvad skal denne info bruges til? Kan jeg møde op her?

MELD EN ROTTE ONLINE

Klik her hvis du har set en rotte udendørs

**Hvis du har set en rotte indendørs, så ring 33 66 58 17**

Du skal også ringe på tlf. 33 66 58 17, hvis du har set en rotte på en institution eller ved en fødevarer virksomhed.

Telefonen er åben:

Mandag til torsdag klokken 9.00-12.00 og 13.00-15.00.

Fredag klokken 10.00-12.00 og 13.00-15.00.

Udenfor almindelig arbejdstid, kan du ringe til akutvagten på tlf. 33 66 25 85.

Den er åben alle hverdage fra klokken 15.00-22.00 samt weekender og helligdage klokken 8.00-22.00.

Hvis du har set en rotte udendørs, så anmeld elektronisk

[Send en elektronisk anmeldelse.](#)

Skriv hvordan vi kommer ind i området, hvis der er begrænset adgang. Vi bestræber os på at komme så hurtigt som muligt.

Hvis du har en aktiv sag, så skriv besked

Har du spørgsmål til en tidligere sag, så send en besked til os via kontaktkboksen nederst på siden.

> Det hjælper vi med

> Det skal du selv gøre

Kontakt

📍 [Rottebekæmpelsen](#)
Kraftværksvej 25
2300 København S
Danmark

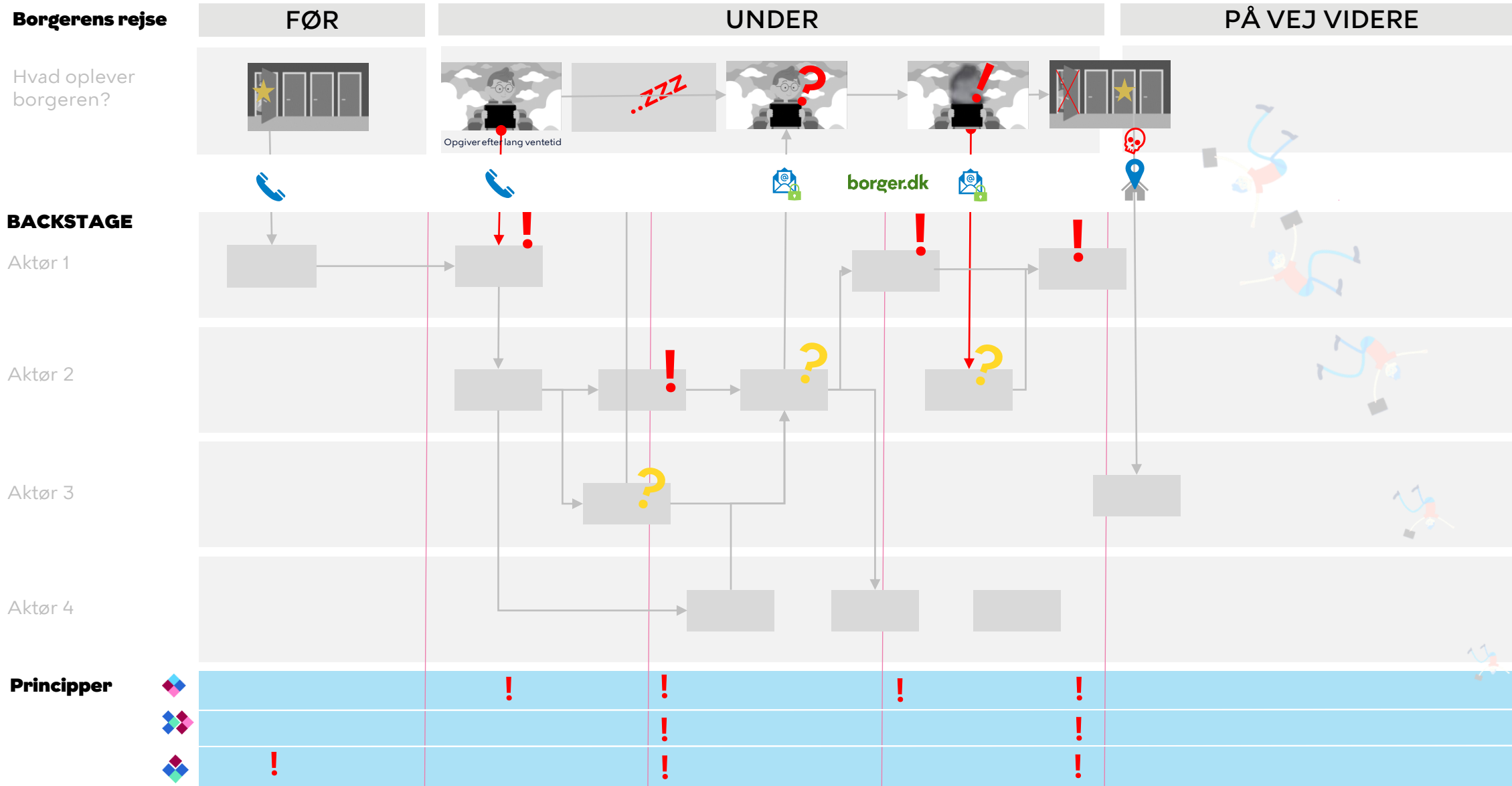
✉ [Skriv besked](#)

☎ +45 33 66 58 17

Webstatistik viser kun brugernes adfærd på web

- ikke resten af brugerrejsen rundt i KK inkl. sivetrafik og genkald til de andre kanaler (telefoner, skriftlige henvendelser, personlig betjening)...

AS IS - UDEN AKTIVT KANALVALG



TO BE- MED AKTIVT KANALVALG

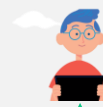
Borgerens rejse

FØR

UNDER

PÅ VEJ VIDERE

Hvad oplever borgeren?



"det kørte jo bare på skinner og jeg fik løst mit behov"



BACKSTAGE

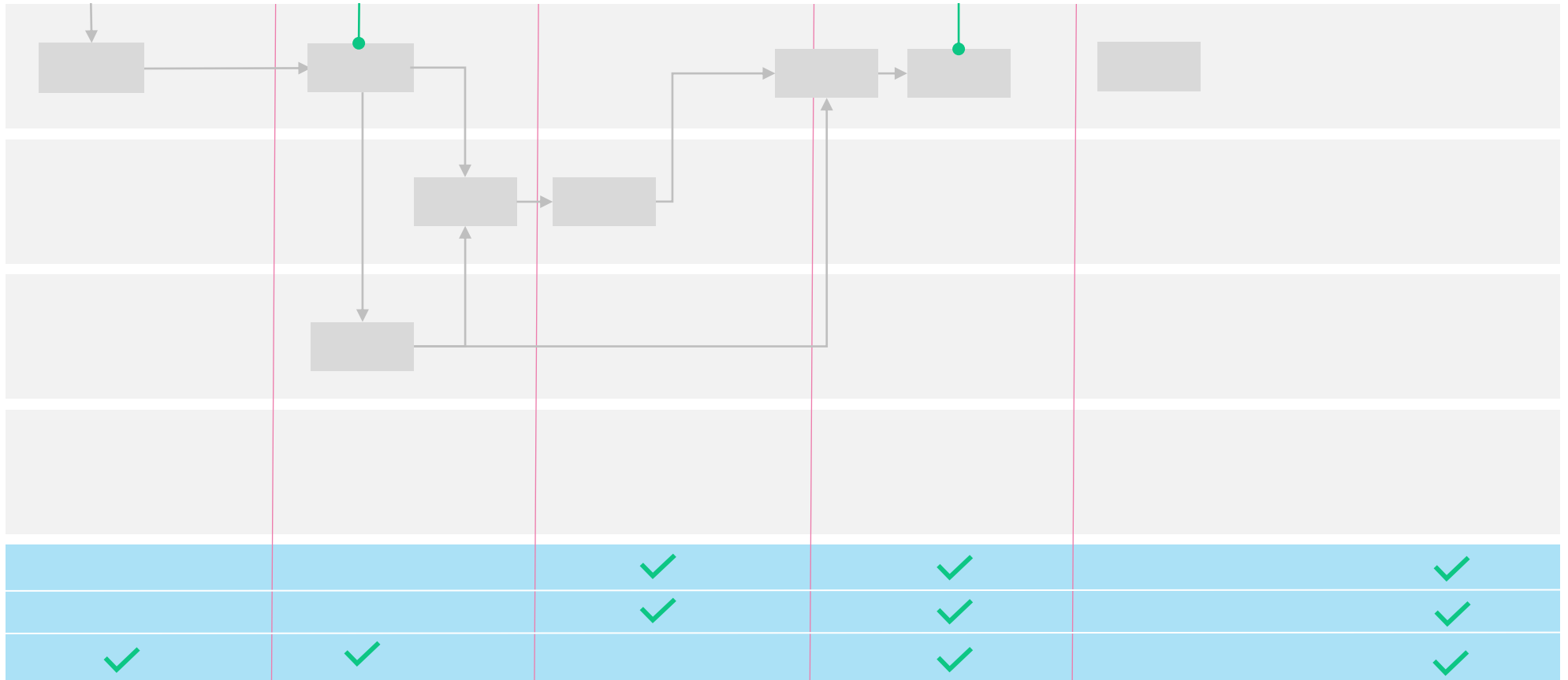
Aktør 1

Aktør 2

Aktør 3

Aktør 4

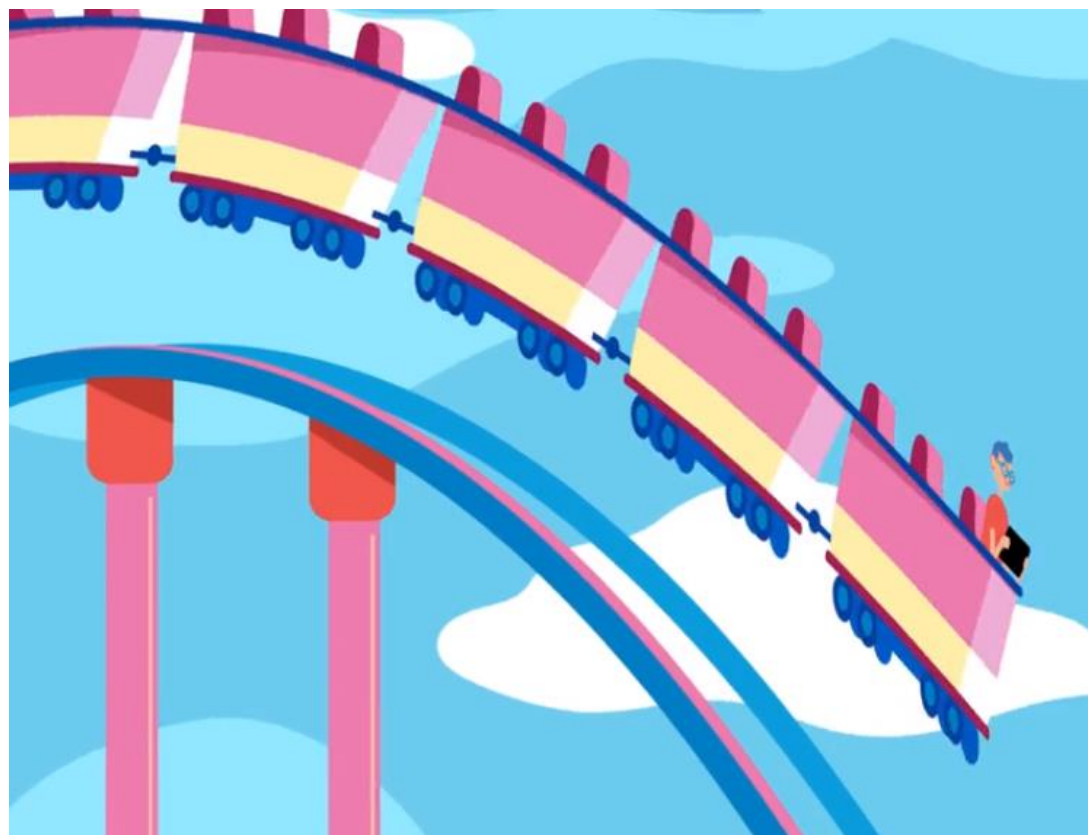
Principper



Op i den lynhurtigt vogn

Viden om de interne processer er afgørende for at kunne foretage et aktivt kanalstrategisk valg.

Når vi ved, hvilke kanaler, der giver den bedste oplevelse i den kontekst borgeren befinder sig, kan vi udstille de relevante kontaktpunkter til borgerne.



Foretag et aktivt kanalstrategisk valg

For hvert touch-point i forvaltningen skal vi

- Kende konsekvensen af kanalvalget
- Gøre det tydeligt for borgerne hvad der kan forventes ved kanalen



Principper for digital kontakt

- relevant brug af kanaler og kontaktpunkter overfor borgerne

LIVSSITUATIONER



“Tag altid borgernes livssituationer i betragtning. Så de imødekommes på deres skiftende service -og kanal behov.”

Eksempel (link til actioncard)

OVERBLIK



“Skab transparens for borgerne, så de let får et overblik over proces, svartid og flows - især på tværs af flere forvaltninger og kanaler.”

Eksempel (link til actioncard)

SAMMENHÆNG



“Skab sammenhængende flows, der løser hele forespørgslen, sådan at borgerne ikke skal tage kontakt flere steder, for at løse ét problem.”

Eksempel (link til actioncard)

Principper for nudging

-der effektivt hjælper borgerne til at vælge rette kontaktpunkter og kanaler

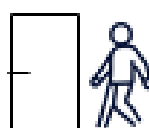
SERVICE



2 i kø



8 dage



Bestil tid

“Synliggør for borgerne hvilken service deres valg af kanal medfører. (overblik over flows).”

Eksempel ([link til actioncard](#))

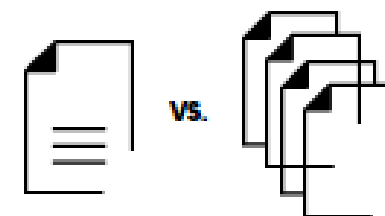
TRYGHED



“Skab tryghed for borgerne ved altid at give dem muligheden af ringe, selvom det muligvis ikke er det ønskede valg.”

Eksempel ([link til actioncard](#))

ERFARINGSNIVEAU



“Appeller til borgernes erfaring, f.eks. “Er det første gang du kontakter kommunen, så anbefaler vi xxx, ellers anbefaler vi xxx.””

Eksempel ([link til actioncard](#))

Principper, retningslinjer I hvor høj grad lever kontaktpunkt op til:

At tage udgangspunkt i livssituationen?



At der er et tydeligt overblik over processen?



At processen transparent og tryk?

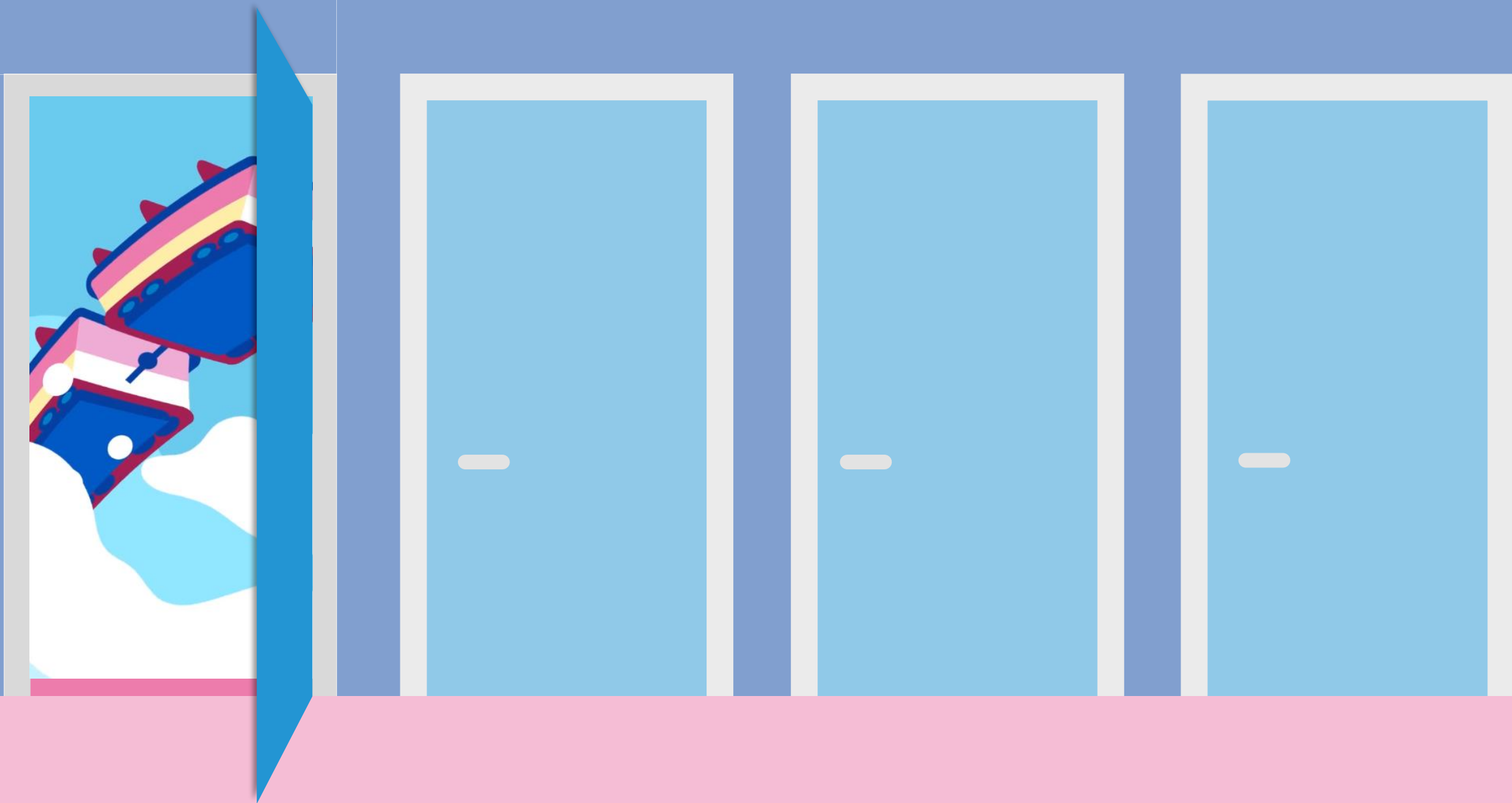


At servicen er sammenhængende for borgeren? (også på tværs)



At borgerne oplever en effektive behandling?





Når vi fortager et aktivt kanalvalg

Understøtter vi visionen om at københavnere i 2025..



- **Oplever, at de på tværs af forvaltninger, regler og myndighedsskel bliver hjulpet af kommunens digitale løsninger**
- **Nemt og hurtigt kan komme i kontakt med kommunen via de digitale kanaler og får løst deres opgaver/henvendelser**
- **Modtager en digital service, som er brugervenlig, individuelt tilrettelagt og attraktiv**
- **Oplever, at København som landets største kommune er på forkant med deres forventninger til digital service og sikrer, at det er borgernes behov der kommer først**
- **Oplever kommunens medarbejdere som kompetente, involverende og servicemindedede guider i en digital verden.**

Brugerne famler mellem kanaler



Når vi ikke tager et aktivt
kanalstrategisk valg



1

Vision for web

Vi gør det nemt at være digital borger og virksomhed i København

Praktisk arbejdsredskab
Et praktisk arbejdsredskab udarbejdet på baggrund af vision, peglemærker og webprincipper

Borgerens rejse



Google

kk.dk
borger.dk
virk.dk
sundhed.dk

Information

Selvbetjening

Kontakt

På vej videre

Vores arbejde med web

Vejen ind

Vi gør det nemt at finde vej

Brugerne skal intuitivt kunne finde vej til information, selvbetjeningsløsninger og kontaktmuligheder uanset hvor brugeren kommer fra.

Websider

Vi laver sider man kan forstå

Siderne skal være skrevet forståeligt og udgøre den nødvendige 80%-information, flest brugere har brug for i den pågældende servicerejse, som gør dem i stand til at få løst deres behov. De øvrige 20%-information står i videnbasen

Nye webløsninger

Vi designer gode løsninger

Selvbetjeningsløsninger og webfunktionaliteter skal understøtte er reelt brugerbehov for så mange som muligt; være vel-fungerende og intuitive; hænge godt sammen med websiden, de ligger på; og sikre godt forløb indtil opgaven er udført.

Medbetjening

Vi gør det let at kontakte os

Brugerne skal efter behov nemt kunne få relevant og konkret hjælp til undervejs i servicerejsens kontaktpunkter.

Involvering

Vi giver lyst til at involvere sig

Brugerne skal opfordres til at indmelde feedback om serviceoplevelsens forskellige kontaktpunkter og opleve, at det bliver brugt til noget. Feedback gives til ansvarlige for hver af de fire steps, der skal indsamle og videreudvikle

Vejen videre

Vi hjælper godt videre

Brugerne skal intuitivt kunne finde vej videre, hvis servicerejsen ikke slutter på KK's web. Hvad enten de skal videre på andre offentlige sites eller til andre kanaler i KK, skal der være hjælp at hente.

2

Indhold

Hvordan sikrer vi relevant kommunikation til borgerne?

Det skal være nemt at finde rette kontakt til KK på de digitale kanaler via SEO optimering og via rette kontakt i rette kontekst

Kontakten skal være nemt tilgængelig, tydelig på siden og overskuelig hjælp til rette kontakt
Der skal altid være mulighed for kontakt

Kontakt placeres i rette kontekst. Det kan være både i og udenfor løsningen

Kend dine muligheder for kontakt
Udvælg dem der understøtter kerneydelsen bedst og Giv mulighed for hjælp hvis intet lykkes

Kend dine muligheder for at inviterer borgerne til at give feedback og bidrage til at forbedre den digitale service
Brug dem struktureret så kvalitet og compliance sikres

Fandt du det du søgte og kom du i mål
Hvilke løsninger kunne vi bruge og på hvilke kanaler

3

Udvikling

Hvordan understøtter vi brugerbehov med tekniske løsninger?

SEO optimering
Udvikle guideline til, hvilke kontaktpunkter og kanaler der skal udstilles ift. hvilke typer af services
Udvikle personaer

UX gennemgang af alle sites med afsæt i guideline og personaer ift. hvilke kontaktpunkter og kanaler der skal udstilles ift. hvilke typer af services

UX gennemgang af alle sites med afsæt i guideline og personaer ift. identifikation af hvor kontakt placeres mest brugervenligt

UX gennemgang af alle sites med afsæt i guideline og personaer ift. hvilke kontaktpunkter og kanaler der skal udstilles ift. hvilke typer af services

Udvikling af monitorerings- og evalueringskoncept vha. brug af systematisk indsamling af data om KBH adfærd og KBHs oplevelse af kontakt og service

Udvikling af monitorerings- og evalueringskoncept vha. brug af systematisk indsamling af data om KBH adfærd og KBHs oplevelse af kontakt og service

3

Organisering

Hvad kræver det af vores tværgående websamarbejde?

Systematisk opfølgning på brug af kontaktpunkter og kanaler ift. forskellige typer af services

Systematisk opfølgning via stikprøver kvartalsvist fx

Systematisk opfølgning via stikprøver kvartalsvist fx

Systematisk opfølgning på brug af kontaktpunkter og kanaler ift. forskellige typer af services

Systematisk opfølgning på KBH adfærd i kontakt og på kanaler samt oplevelse af kontakt og service vha. af brug af dashboards på evalueringsmøder

Systematisk opfølgning på KBH adfærd i kontakt og på kanaler samt oplevelse af kontakt og service vha. af brug af dashboards på evalueringsmøder

TO BE

"Lad os gøre det til en oplevelse der kører lynhurtigt og på skinner!"



Ny kanalstrategisk værktøjskasse

**=> Kontaktprincipper for kk.dk er
kanal- og kontaktstrategi i praksis**

Hvordan gør vi det?



Tag udgangspunkt i københavnerens rejse og behov

Kortlæg



Vælg de rette kontaktpunkter i kanalvalg

Optimér



Opstil målsætninger og evaluer løbende

Evaluér

Ny kanalstrategisk værktøjskasse v. Julie (10 min)

Kanalstrategi i praksis: Udstil de kontaktoplysninger, brugerne har brug for og i rette kontekst (ikke kun dem, der er bekvemt for forvaltningen)

- Fokus og værktøjer til analyse af målgrupperne hjælper med at binde servicen sammen på tværs af kanaler (folk er forskellige – nudging kræver fokus på den hensigtsmæssige **løsning**, men også **alternativ**, ikke **en blind ende**)

=> Pointen er at tage udgangspunkt i borgerens rejse og behov - også i fht. KONTAKT

=> Overvejelser at gøre fra AS IS til TO BE? => Hvad er realistisk nu?

=> Det er en tværgående øvelse i forvaltningen

- både lavpraktisk/operationelt og strategisk => Hvad er jeres rolle?

OBS! En taskforce på tværs af forvaltningerne er på vej til at kunne understøtte forvaltningernes arbejde på konkrete brugerrejser/cases udvalgt af forvaltningens ledelse

ONLINE VÆRKTØJ

Retningslinjer og vejledninger

til valg af rette kontaktpunkter i en kanalstrategi



Hvad er formålet med dette værktøj?

Dette værktøj skal ses som et opslagsværk eller en drejebog for, hvordan man kan arbejde med kontaktpunkter mellem borgere og Københavns Kommune.

Værktøjet sætter fokus på hvordan man igennem borgernes udgangspunkt kan skabe løsninger der både gavner dem selv og Københavns kommune. Dette gøres ved hjælp af forståelse løbende bliver evalueret og drøftet for at finde ud af, om de lever op til målsætningerne.

Det er henvendt til dig der i større eller mindre grad arbejder med kanalstrategi og kontaktpunkter.

Det er vigtigt at man sætter sig ind i værktøjet, inden man bruger det. Brug derfor noget tid på at læse og navigerer rundt på de forskellige sider.



Hvordan bruger man værktøjet?

Værktøjet er tiltænkt at kunne indgå i en udviklingsprocess hvor man arbejder med indledende overvejelser før man vælger at tilrette et eksisterende kontaktpunkt eller et helt nyt. Derudover hjælper det med at vælge de rette nye kontaktpunkter og hvad man skal være opmærksom på når de skal driftes.



Behov
for
ændring

før
valg

under
valg

efter
valg

**Hjælper med at
gøre sig de rette
overvejelser
inden valg af nyt**

**Hjælper med at
vælg de rette nye
kontaktpunkter**

**Hjælper med at
tage de rette
beslutninger ift.
fastsættelse af
evaluering og
målsætning for
de nye
kontaktpunkter**

FORTSÆT

Retningslinjer



Tag udgangspunkt i københavnerens rejse og behov

Vi skal tage udgangspunkt i HELE brugerens rejse for at få den nødvendige indsigt, der skal til for at hjælpe borgeren i mål på en hensigtsmæssig måde.



Vælg de rette kontaktpunkter i kanalvalg

Det er vigtigt at man vælger det kontaktpunkt der sikrer den bedste service og understøtter borgerens behov. Her kan du se hvilke typer af kontakt KK tilbyder samt konkrete eksempler på kontaktpunkter og hvilke overvejelser man skal gøre sig ift. målgrupperne



Placér ansvar, opstil målsætninger, og evaluér løbende

Det er vigtigt, at der opstilles målsætninger for de enkelte kontaktpunkter, for at kunne identificere hvordan man bedst muligt kan hjælpe borgerne. For at kunne indfri disse målsætninger, er det vigtigt, at de løbende evalueres og justeres for at sikre den bedste service overfor borgerne.



Tag udgangspunkt i brugerens rejse og behov

Vi skal tage udgangspunkt i HELE brugerens rejse for at få den nødvendige indsigt, der skal til for at hjælpe borgeren i mål på en hensigtsmæssig måde.

Gennemgående fokuspunkter



De rette kontaktpunkter er dem, der tager højde for borgernes behov og bringer dem nemmest i mål med deres henvendelse. For at sikre at de rette valg bliver taget, skal man løbende overveje, hvem der har ansvaret for kontaktpunktet, borgerens behov samt hvordan de enkelte kontaktpunkter påvirker hinanden.

Stadier under udvikling



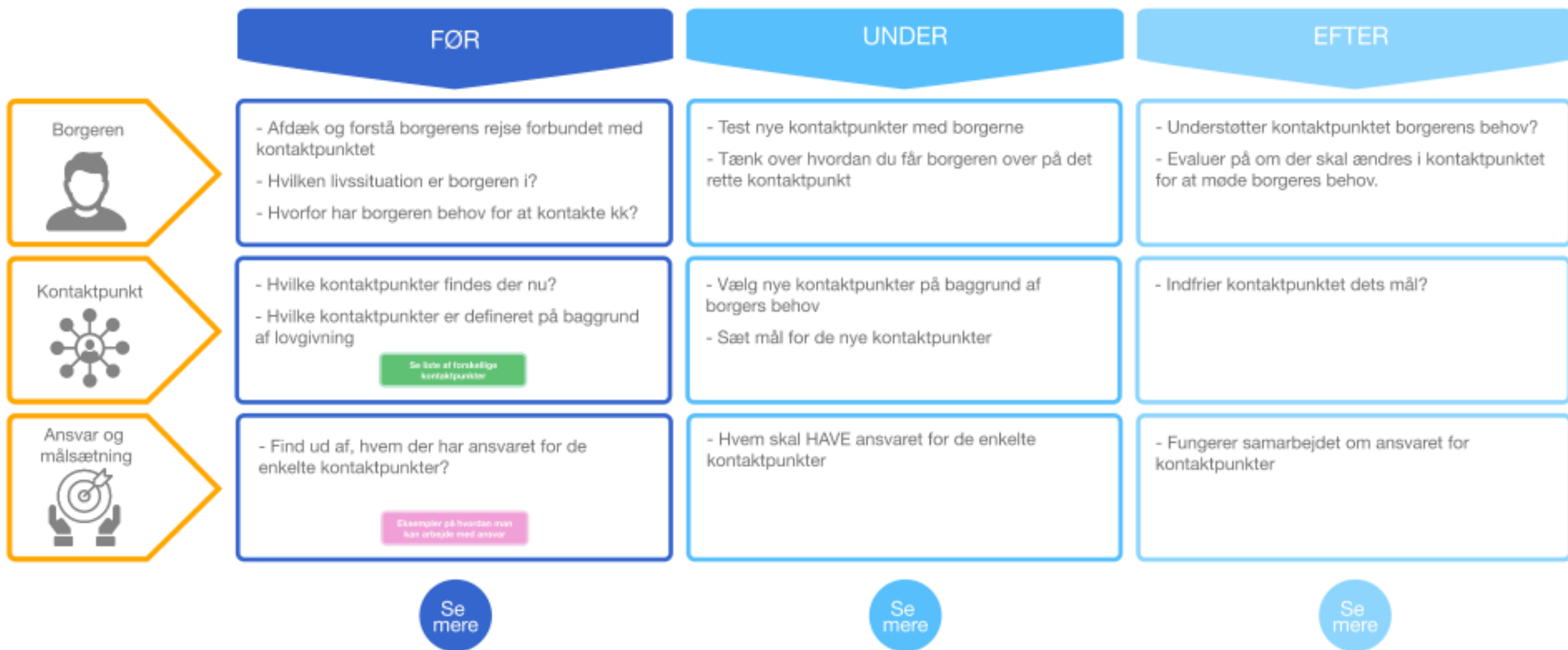
Inden påbegyndelsen af valget af et nyt kontakt punkt er det vigtigt at orientere sig i hvilke opgaver der ligger forude. Der er forskellige opgaver forbundet med hvert fokuspunkt under hvert stadie.

[SE MERE](#)



Tag udgangspunkt i brugerens rejse og behov

De rette kontaktpunkter er dem, der tager højde for borgernes behov og bringer dem nemmest i mål med deres henvendelse. For at sikre at de rette valg bliver taget, skal man løbende overveje, hvem der har ansvaret for kontaktpunktet, borgerens behov samt hvordan de enkelte kontaktpunkter påvirker hinanden.





Tag udgangspunkt i brugerens rejse og behov

	FØR	HVORFOR / HVORDAN	METODER
Borgeren 	<ul style="list-style-type: none">- Afdæk og forstå borgerens rejse forbundet med kontaktpunktet- Hvilken livssituation er borgeren i?- Hvorfor har borgeren behov for at kontakte kk?	<p>Hvorfor: For bedst muligt at kunne hjælpe borgerne, er det væsentligt, at vi kender den livssituation de er i, når de kontakter os. Denne kan nemlig have stor indflydelse på de kontaktmuligheder, vi skal tilbyde borgeren.</p> <p>Hvordan: For at forstå livssituationen kan du tage fat i de ansvarshavende i servicerejsen. De eller deres fagpersonale vil ofte have et indgående kendskab til målgruppen og de situationer, som borgerne befinder sig i, samt de behov borgerne har for kontakt.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Møder med relevante forvaltninger/afdelinger- Persona- Interview
Kontaktpunkt 	<ul style="list-style-type: none">- Hvilke kontaktpunkter findes der nu?- Hvilke kontaktpunkter er defineret på baggrund af lovgivning <p>Se liste af forskellige kontaktpunkter</p>	<p>Hvorfor: For at forstå og på sigt forbedre borgerens oplevelse, skal vi kende de kontaktpunkter borgeren mødes af. Udstiller vi fx telefonnumre, blanketter eller andet i løbet af rejsen.</p> <p>Hvordan: Når du kender servicerejsen, kan du gennemgå skridtene i rejsen, og se hvilke kontaktpunkter der er udstillet. Du kan evt. også interviewe interessenter, for at afdække hvilke kontaktpunkter der er, og hvorfor netop disse er valgt.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Møder med relevante forvaltninger/afdelinger- Interview med borgere
Ansvar og målsætning 	<ul style="list-style-type: none">- Find ud af, hvem der har ansvaret for de enkelte kontaktpunkter? <p>Eksempler på hvordan man kan arbejde med ansvar</p>	<p>Hvorfor: For at finde evt. samarbejdspartnere, der alle er med i kæden i borgernes oplevelse i kontakten med kommunen, er det væsentligt at vide, hvem der løbende har ansvaret for kontakten til borgeren.</p> <p>Hvordan: Når man har tegnet et billede af servicerejsen, kan man undersøge i de enkelte afdelinger/områder, hvem der har ansvaret for de enkelte kontaktpunkter. Tag fat i involverede afdelinger/forvaltninger, og identificer ansvarshaver.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Visualiser servicerejser- Møder med relevante forvaltninger/afdelinger

Tilbage



Tag udgangspunkt i brugerens rejse og behov

	UNDER	HVORFOR / HVORDAN	METODER
 Borgeren	<ul style="list-style-type: none">- Test nye kontaktpunkter med borgerne- Tænk over hvordan du får borgeren over på det rette kontaktpunkt	<p>Hvorfor: Det er vigtigt, at vi tester med borgerne løbende, da vi skal sikre, at vi skaber værdi for dem, og at de oplever en forbedret service.</p> <p>Hvordan: Du kan teste din løsning på flere måder. Inviter evt. borgere ind til gennemgang af den nye rejse og find ud af hvad de oplever som positivt eller negativt. Brug gerne borgerpanelet.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Prototyper af nyt kontaktpunkt- Gennemgang af nyt kontaktpunkt med
 Kontaktpunkt	<ul style="list-style-type: none">- Vælg nye kontaktpunkter på baggrund af borgers behov- Sæt mål for de nye kontaktpunkter <p>Se foto af forskellige kontaktpunkter</p>	<p>Hvorfor: Din test og nuværende kendskab til servicerejsen og dens borgere kan gøre, at du finder et behov for enten at tilbyde nye kontaktpunkter eller at revidere de eksisterende.</p> <p>Hvordan: Sammenhold dine testresultater og udsagn fra borgere og relevant fagpersonale for at vurdere, om der er behov for et nyt eller ændret kontaktpunkt. Vurdér ud fra din viden om borgernes livssituation mm. hvilken type eller kombination af kontaktpunkt, der egner sig bedst</p>	<ul style="list-style-type: none">-Borgerpanelet- Møder med relevante forvaltninger/afdelinger- oversigt af
 Ansvar og målsætning	<ul style="list-style-type: none">- Hvem skal HAVE ansvaret for de enkelte kontaktpunkter <p>Eksempler på hvordan over- og underarbejde med ansvar</p>	<p>Hvorfor: Det er muligt at noget ansvar skal flyttes, så en afdeling/forvaltning påtager sig eller afgiver ansvar i dele af en rejse, hvis det giver værdi for borgeren.</p> <p>Hvordan: Hold møde med de involverede ansvarshaver. Find ud af, hvordan I kan sammensætte ansvarsfordelingen så det giver den bedste og nemmeste oplevelse/rejse for borgeren.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Møder med relevante forvaltninger/afdelinger- Afholde workshops/

Tilbage



Tag udgangspunkt i brugerens rejse og behov

	EFTER	HVORFOR / HVORDAN	METODER
Borgeren 	<ul style="list-style-type: none">- Find ud af, om kontaktpunktet understøtter borgerenes behov- Evaluer, om der skal ændres i kontaktpunktet for at møde borgernes behov.	<p>Hvorfor: Målet er at skabe den bedste servicerejse/oplevelse for borgerne. Derfor er det væsentligt, at vores ændringer i kontaktpunkter lever op til borgernes behov. Vi kender målgruppens behov fra den tidlige afdækning, men skal sikre at de holder stik</p> <p>Hvordan: Mål gerne dine kontaktpunkter op imod de kendte behov. Vurder, om de lever op til dem. Evaluer med fagpersonale, om de oplever ændringer i borgerens adfærd. Test gerne med borgerne igen, og evaluer løbende med dem.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Moder med relevante forvaltninger/afdelinger- Test med borgere
Kontaktpunkt 	<ul style="list-style-type: none">- Find ud af, om kontaktpunktet indfrier dets mål? <p>Se liste af forskellige kontaktpunkter</p>	<p>Hvorfor: Det er væsentlig løbende at vurdere om kontaktpunktet indfrier de opstillede mål, da vi gerne vil se, om vi opnår den ønskede effekt. Svaret vil vise om, yderligere justeringer er nødvendige.</p> <p>Hvordan: Brug gerne data til at se om kontaktpunktet lever op til de mål, der er sat for det. Har det haft den ønskede effekt? Tal gerne med fagpersonale og evt. ledelse, om kontaktpunktet når det ønskede mål.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Moder med relevante forvaltninger/afdelinger- Analyser data
Ansvar og målsætning 	<ul style="list-style-type: none">- Find ud af, om samarbejdet om ansvaret fungerer for kontaktpunkter. <p>Eksempler på hvordan man kan arbejde med ansvar</p>	<p>Hvorfor: Vi ønsker at sikre, at servicerejsen forbliver sammenhængende og giver værdi for borgeren. Derfor er det vigtigt, at samarbejdet med alle interessenter i rejsen fungerer efter evt. ændringer.</p> <p>Hvordan: Hold gerne status-/fokusmøder med alle interessenter med ansvar i servicerejsen. Afstem løbende, om der er noget, der skal justeres. Specifikt om der skal tilføjes eventuelle kompetencer for at forbedre rejsen.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Moder med relevante forvaltninger/afdelinger

