

DET HUMANISTISKE FAKULTET
KØBENHAVNS UNIVERSITET



Sommerskole 2011

Magasin

KATALYST

AFDELING FOR HUMANISTISK
INNOVATION
KATALYST.HUM.KU.DK
KATATOOL.HUM.KU.DK

Sommerskole 2011

Magasin

1. Introduktion

Casebeskrivelsen er en kort fremstilling af den problemstilling, som teamet skal løse i løbet af Sommerskolen 5. august – 26. august 2011.

Casebeskrivelsen indeholder:

- Kort præsentation af opdragsgiver.
- Opsummering af baggrunden for udfordringen.
- Den konkrete udfordring.
- Opdragsgiverens forventninger.
- Opdragsgiverens kravspecifikationer til løsningen.
- Kontaktinformationer.

1.1 Casebeskrivelsen er et styringsredskab

Casebeskrivelsen er teamets projektgrundlag og dermed også teamets kontinuerlige styringsredskab i løsningsarbejdet under Sommerskolen 2011. Casebeskrivelsen fungerer som teamets udgangspunkt, lige såvel som den vil danne grundlag for opdragsgiverens vurdering af teamets løsningsforslag ved Sommerskolens afslutning.

1.2 Procedure for ændringer i hovedudfordringen

I udviklingsprocesser er det ikke utænkeligt, at hovedudfordringen, som casebeskrivelsen præsenterer, kan forandre sig. Teamet kan fx opdage nye og dybereliggende problemstillinger, som kan ændre karakteren af den oprindeligt formulerede udfordring.

Hvis teamet undervejs i udviklingsprocessen overvejer at ændre hovedudfordringen, skal det altid forelægges og godkendes af både opdragsgiveren og sommerskolens caseansvarlige.

2. Kort om Magasin

Emil Valentin Lemming Vett og Theodor Wilhelm Wessel lagde i 1868 kimen til det Magasin, vi kender i dag, da de åbnede en lille butik i Århus. Virksomheden ekspanderede, og efter mange år med stor omsætning slog Vett og Wessel dørene op for et helt nyt og imponerende Stormagasin i 1894.

Går man på besøg i Magasin i dag, er ånden den samme, som da Wessel & Vett grundlagde Stormagasinet. Det er mere end bare indkøb. Det er gode tilbud og events, en livsstil og et mødested for alle. Magasin hviler i dag på de selvsamme grundsten, hvormed Wessel & Vett byggede deres vision, nemlig et Stormagasin baseret på godt købmandskab og evnen til at sætte kunden i fokus.

Magasins vision er derfor *at være den moderne shoppers førstevalg.*

Missionen er

- Hvert skridt skal være en oplevelse
- Hver kvadratmeter skal være mesterligt iscenesat
- Vi skal gøre hver eneste kunde til en inspireret, glad og entusiastisk køber
- Vores poser skal være noget, man elsker at vise sig med ude i byen

Læs mere om Magasin på

<http://www.magasin.dk/alt-om-magasin-her/Kundeservice1/Magasins-historie1/>

KATALYST

AFDELING FOR HUMANISTISK
INNOVATION
KATALYST.HUM.KU.DK
KATATOOL.HUM.KU.DK

3. Casen: Kontekst, udfordring og forventning

Magasin stiller teamet følgende servicecase.

3.1 Konteksten for udfordringen: Et moderne Servicekoncept

Magasin vil være den moderne shoppers førstevalg, og til det har Magasin udviklet et Servicekoncept, kaldet VSK. VSK er Magasins salgsværktøj, der skal sikre, at Magasins kunder bliver entusiastiske, glade og inspirerede. VSK består af 7 salgstrin med fokus på den personlige kontakt. De 7 trin beskriver handlingerne bag en god service- og salgssituation. For Magasin handler VSK ikke kun om øget omsætning, men også om at blive de bedste til kundeservice og skabe den bedste totaloplevelse for kunden. Derfor er det afgørende, at Magasins sælgere forstår, husker og handler ud fra VSK.

Magasin ønsker løbende at udvikle og sikre, at deres Servicekoncept er opdateret og afspejler den moderne shoppers behov og ønsker. Derfor er ambitionen at integrere Magasins kundeundersøgelser og målinger løbende. Derudover ønsker Magasin ikke blot at leve op til kundernes behov, men også at være på forkant og tilbyde en række services, der dækker kundens ikke-erkendte behov. Herigennem ønsker Magasin at differentiere sig yderligere fra sine konkurrenter. Indtil videre har et øget fokus på nye kanaler såsom internettet betydet øget omsætning.

3.2 Teamets specifikke udfordring: Et moderne Servicekoncept

På baggrund af ovennævnte kontekst skal teamet designe et servicekoncept for Magasins sælgere, der integrerer kundernes erkendte og ikke-erkendte behov.

3.3 Forventninger til teamets servicekoncept: Indpasning i konteksten

Teamet skal udvikle og præsentere et sammenhængende servicekoncept. Konceptet skal kunne implementeres på tværs af Magasins butikker og være et servicetilbud for alle Magasins kunder.

4. Krav til løsningen

Magasin stiller følgende evalueringskriterier til løsningen:

- Brugerinvolvering skal foretages: Teamet skal aktivt inddrage Magasins medarbejdere og kunder.
- Tværfagligt perspektiv skal bruges: Teamet skal udvikle servicekonceptet i relation til servicedesign og salg.
- Integration af eksisterende: Teamet skal præsentere en løsning, der forholder sig til og gerne integrerer Magasins eksisterende Servicekoncept, VSK.
- Ny viden: Teamet skal forholde sig til den nyeste viden inden for service og salg, bl.a. CES, Customer Effort Score m.m.

5. Teamets kontaktpersoner

Teamet tilknyttes en række kontaktpersoner, som står til rådighed for eventuelle spørgsmål.

Under sommerskolen

Caseansvarlig, Sommerskolen

Trine Middelbo

Mobil: 28 75 83 48

Mail: tmiddelbo@hum.ku.dk

Designfacilitator, Sommerskolen

Sarasiff Kjærgård

Mobil: 51 72 18 93

Mail: sarasiff@gmail.com

Opdragsgiver, Magasin

Rune Liljeroth

Training Manager

Mobil: (+45) 60 750 800

Mail: rune.liljeroth@magasin.dk

THE EUROPEAN UNION



The European Social Fund

Investing in your future



next generation

KATALYST

AFDELING FOR HUMANISTISK
INNOVATION
KATALYST.HUM.KU.DK
KATATOOL.HUM.KU.DK