

УДК 379.85

ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ СЕРВИС-ДИЗАЙНА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Д. Д. Филончик

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

Раскрыто понятие сервис-дизайна, рассмотрены его основные принципы и инструментарий. Исследована значимость роли сервис-дизайна в удовлетворении потребностей потребителей, создании уникального клиентского опыта и улучшении качества туристических услуг. Проведен анализ перспектив применения сервис-дизайна в сфере туризма.

Ключевые слова: сервис-дизайн, клиентский сервис, потребности, карта путешествия, туризм, доступность в туризме.

OPPORTUNITIES AND PROSPECTS FOR THE APPLICATION OF SERVICE DESIGN IN THE FIELD OF TOURISM

D. D. Filonchik

Sukhoi State Technical University of Gomel, the Republic of Belarus

Science supervisor E. N. Karchevskaya

The article reveals the concept of service design, discusses its basic principles and tools. The significance of the role of service design in meeting the needs of consumers, creating a unique customer experience and improving the quality of tourism services is explored. The analysis of the prospects for the application of service design in the field of tourism is carried out.

Keywords: service-design, customer service, needs, customer journey maps, tourism, accessibility in tourism.

Сервис-дизайн – это процесс проектирования и улучшения клиентского сервиса. Он включает в себя разработку концепции сервиса, проектирование пользовательского интерфейса, а также оптимизацию процессов работы компании. Ключевой особенностью сервис-дизайна является генерация и тестирование идей. Он позволяет рассмотреть любое решение и действие компании с точки зрения истинных потребностей клиентов [1].

В настоящее время сервис-дизайн используется в огромном количестве проектов различной направленности. Преимущества от его применения уже давно оценили такие крупные компании, как Apple, Samsung, Virgin Atlantic, IBM, P&G, PepsiCo, Netflix и многие другие.

Особое значение сервис-дизайн имеет для организаций, работающих в туристической сфере. Туризм – это отрасль, предполагающая предоставление услуг, которые зачастую являются комплексными и включают в себя множество элементов (транспорт, размещение, питание, развлечения и т. д.). В отличие от товаров, которые можно увидеть, потрогать и проверить перед покупкой, туристские услуги обычно не могут быть проверены до того, как они будут предоставлены. Для туристов качество услуг становится ключевым фактором при выборе туристических компаний и мест для посещения. Со временем предпочтения клиентов меняются, современному изба-

лованному потребителю нужен новый значимый опыт, его становится довольно трудно заинтересовать стандартными предложениями. Для того чтобы обеспечивать высокое качество своих услуг и привлекать большее число потребителей, туристические компании должны учитывать потребности и желания различных групп клиентов, создавать уникальный и привлекательный туристский опыт, а также использовать инновационные решения в целях повышения удовлетворенности клиентов.

Сервис-дизайн позволяет идентифицировать все точки соприкосновения человека при взаимодействии с услугой или продуктом, а также определить, какие из них являются положительными, а какие – отрицательными. Он помогает подобрать решения, которые будут способны улучшить опыт человека, взаимодействующего с данной услугой и продуктом.

Существует 5 основных принципов, на которых строится сервис-дизайн [2]:

1. *Ориентация на пользователя.* Необходимо «поставить» клиента в центр процесса проектирования услуг. Для этого требуется подлинное понимание клиента, выходящее за рамки простых статистических описаний и эмпирического анализа его потребностей. Необходимым становится применение методов и инструментов, которые позволят сформировать более персонализированный подход в работе с клиентами.

2. *Совместное творчество.* Данный принцип подразумевает вовлечение всех заинтересованных сторон в процесс разработки, что дает возможность собрать разнообразные мнения и идеи и создать оптимальный пользовательский опыт.

3. *Последовательность.* Важно разделить проектирование на отдельные процессы и точки касания в пути пользователя. При разработке сервисов крайне важно придерживаться порядка предоставления услуг, поскольку их ритм в значительной степени влияет на настроение клиентов.

4. *Подтверждение (доказательность).* Важно визуализировать опыт обслуживания клиентов, чтобы сделать бренд осязаемым.

5. *Целостность.* Все элементы сервиса должны быть связаны между собой и работать как единое целое, создавая впечатление качественной услуги.

Инструментарий сервис-дизайна включает в себя различные методы и техники, позволяющие понимать потребности клиентов, создавать оптимальный пользовательский опыт и улучшать функциональность услуг. Он помогает снизить риски неудачного запуска сервиса и повысить его эффективность в будущем. Кроме того, инструментарий может использоваться для оптимизации уже существующих сервисов, повышения их конкурентоспособности. К основным инструментам сервис-дизайна, используемым в сфере туризма, можно отнести следующие:

1. *Портрет пользователя.* Данный метод подразумевает описание типичных клиентов компании, включая их характеристики, потребности, цели, привычки, проблемы и мотивации. Создание портрета пользователя может помочь компаниям определить, какие услуги и функции нужны клиентам, как они хотят использовать эти услуги, и с какими проблемами они могут столкнуться при использовании услуг.

2. *Карты путешествия потребителя (customer journey maps).* Это особый маркетинговый инструмент, который позволяет визуализировать путь клиента от начала до конца взаимодействия с компанией. Данный инструмент подходит для любого типа бизнеса вне зависимости от каналов продаж и отраслевой ниши. Он помогает понять потребности и ожидания клиентов на каждом этапе их «путешествия», выявить проблемы, разработать идеальные сценарии покупки и улучшить опыт взаимодействия с брендом [3].

3. *Сервисное моделирование.* Это метод позволяет проектировать и оптимизировать сервисы с точки зрения потребностей клиентов. В туризме сервисное моделирование может быть использовано для оптимизации процессов бронирования, улучшения качества обслуживания и повышения удовлетворенности клиентов.

4. *Прототипирование и тестирование.* Создание прототипов позволяет опробовать различные варианты интерфейса и функционала, а тестирование помогает выявить ошибки и недоработки в работе сервиса. Прототипы могут использоваться, например, для тестирования новых туристических маршрутов, экскурсий и т. д.

5. *Дизайн-мышление.* Данный инструмент позволяет решать сложные проблемы с помощью креативного подхода. Он может использоваться для разработки новых продуктов или услуг, а также для улучшения уже существующих. В туризме дизайн-мышление может помочь при создании и разработке новых туристических пакетов, для улучшения качества сервиса в гостиницах и ресторанах и др.

Необходимо также отметить значимость сервис-дизайна в таком активно развивающемся направлении туристской деятельности, как организация инклюзивного туризма, где доступность и удобство играют важную роль. Инклюзия в туризме очень важна, так как она помогает создавать равные возможности и доступность для всех туристов, включая людей с ограниченными возможностями, семьи с детьми, пожилых людей и другие группы. Инклюзивный туризм способствует улучшению имиджа компании и увеличивает ее конкурентоспособность на рынке.

Разработка продуктов и услуг с учетом потребностей людей с ограниченными возможностями может улучшить их опыт путешествий. Например, создание доступных номеров для людей с ограниченными возможностями может привлечь больше туристов с инвалидностью, которые раньше не могли путешествовать из-за отсутствия подходящих условий. Также сервис-дизайн будет полезен при разработке веб-сайтов или мобильных приложений для туризма, адаптированных для людей с различными уровнями зрения, слуха, движения, когнитивных способностей.

В целом предоставление услуг, которые учитывают потребности и желания различных групп туристов, позволяет расширить аудиторию и привлечь новых клиентов. Когда компания показывает заботу и уважение к своим клиентам, включая тех, кто нуждается в дополнительной помощи и поддержке, это содействует укреплению лояльности клиентов и приводит к повторному взаимодействию.

Из всего вышеуказанного следует, что сервис-дизайн – это важный инструмент для развития сферы туризма и улучшения опыта путешествий. Использование сервис-дизайна может помочь туристическим компаниям и агентствам улучшить качество своих услуг, повысить уровень удовлетворенности и лояльность клиентов, а также привлечь новых. Его методы способствуют увеличению прибыли компании и росту узнаваемости бренда. Особую роль сервис-дизайн играет в организации инклюзивного туризма, позволяя создавать более доступные и удобные условия для путешественников с ограниченными возможностями, что может привести к увеличению числа туристов с ограниченными возможностями и улучшению их клиентского опыта.

Л и т е р а т у р а

1. Методы исследования клиентов в service design. – Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/dm/service_design.htm. – Дата доступа: 26.04.2023.
2. Stickdorn, M. This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases / M. Stickdorn, J. Schneider. – BIS Publishers, 2011. – 384 p.
3. Карта путешествия клиента интернет-магазина: зачем нужна и как ее спроектировать. – Режим доступа: <https://www.insales.ru/blogs/university/karta-puteshestviya-klienta>. – Дата доступа: 26.04.2023.