



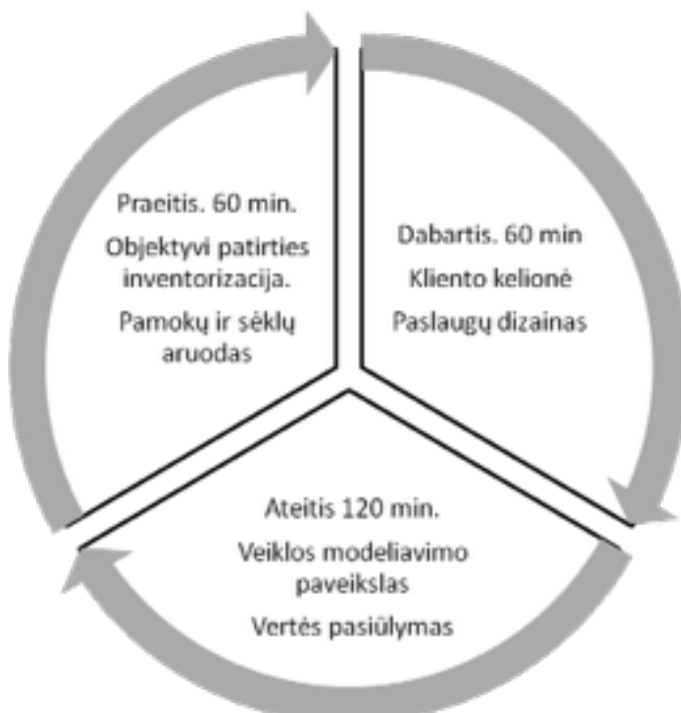
Organizacijos veiklos ir paslaugų modeliavimo dirbtuvės

Lektorė: Irena Pranskevičiūtė

Kiekviena organizacija pasiekia riboženklį, kuomet pradeda kilti klausimai, kaip įgyvendinti strategijoje ar įstatuose numatytus tikslus, lanksčiai prisitaikant prie išylančių pokyčių ar naujų poreikių. Tai signalas, kad organizacija nori augti, kad jai metas žengti į naują brandos etapą. Tokiu metu labai svarbu trumpam sustoti ir pažvelgti į savo veiklą, iniciatyvų, problemų, poreikių ir idėjų sodą, įvertinti, kas pavyko ir kodėl, kokias veiklas reikėtų tęsti, kokias „išravėti“, kokias iniciatyvas apjungti, o ką derėtų pasėti ar plėtoti naujose vagose. Dar vienas organizacinės brandos pereinamojo etapo ženklas, kuomet ima kirbėti „misijos“ klausimas - kokią vertę mes teikiame savo klientams, kas mūsų klientas ir ar mes žinome, ko jis iš tiesų tikisi, ar mes galime jo lūkesčius patenkinti kokybiškai.

Padėti organizacijai sąmoningai peržengti į brandos etapą padeda sisteminis - kritinis mąstymas ir matymas praeities, dabarties ir ateities perspektyvų vienu metu, t.y. gebėjimas būti ašių susikirtimo taške. Tai galima pasiekti formuojant visuminio paveikslą viziją, kuriai sukurti gali būti pasitelkiami pasaulyje pripažinti veiklų vizualizacijos metodai: Paslaugų dizaino mąstymo metodas* ir Verslo modeliavimo paveikslas**. Vadovaujantis šiais metodais pradedama išvelgti sąsajas tarp atskirų veiklų ir problemų, suvokiamas ryšys tarp kliento, paslaugos ir išteklių, gimsta praktinis organizacijos kuriamos vertės supratimas.

Dirbtuvių struktūra





Dirbtuvių metu taikomi metodai

* **Paslaugų dizaino mąstymo metodas** (angl. Service design thinking) - tai praktinis vizualinis metodas, leidžiantis paslaugų kūrėjui pačiam atrasti ryšį tarp paslaugos ir kliento: kaip ir kada klientas priima sprendimą dėl paslaugos įsigijimo, kokie kliento lūkesčiai kokybei ir kaip jis atpažįsta bei įvertina kokybę, kaip užtikrinamas kliento sugrįžimas ir lojalumas. Metodas padeda sukurti tikslingas, vartotojų poreikius ir elgseną atliepiančias paslaugas bei pasiekti klientą - išnaudoti rinkos potencialą.

** **Verslo Modeliavimo Paveikslas** (angl. Business Model Generation Canvas) - Įrankis padedantis suprasti įmonės įstaigos verslo modelį bei planuoti strategiją. Verslo paveikslas kūrėjas apima 9 esminių elementų išsiaiškinimą ir integraciją: 1) teikiama vertė (produktas arba paslauga); 2) veiksmams reikalingi vertei sukurti (gamyba, paslaugos teikimas); 3) kertiniai išteklių, būtini vertės kūrimui (darbo jėga, įrenginiai, piniginių lėšos); 4) partneriai (tiekiėjai, bankas); 5) vartotojai bei vartotojų segmentai; 6) pardavimo kanalai vartotojui pasiekti (kaip vartotojui pateikiama prekė/paslauga arba kaip apie ją vartotojas sužino); 7) ryšių su klientais kūrimas; 8) sąnaudos ir 9) pajamų šaltiniai. Įrankis padeda įmonėms vizualiai ir sistemingai pamatyti verslo modelį, remiantis išvardintais devyniais kertiniais elementais bei sąsajomis tarp jų. Taip pat modelis padeda generuoti naujas verslo plėtros ir inovacijų idėjas.

VšĮ „Domus solis“
Melioratorių g. 3-2, Žiežmariai
Įm. kodas 302609241
Bankas AB „Swedbank“
Banko kodas 73000
Sąskaitos numeris LT357300010126550185
Telefono numeris +37034658449