Bygg företagets ansikte utåt!

Spelet som lär hur man bäst vinner kunden

Designer Maria Schmidt Larsson har skapat ett brädspel som på ett lättsamt sätt ger insikt om vikten av hur kunder uppfattar ett företaget. Företagsledning och hela personalen kan spela spelet för att lära sig om helhetstänk och detaljer i varumärkesbyggandet.

Maria säger att tanken på spelet funnits i hennes hjärna under lång tid. Hon har under många år hållit kurser om det hon kallar ”företagets ansikte utåt”, dvs. allt hos ett företag som en person kan mötas av. Det kan handla om hur man blir bemött i telefonen, hur parkeringsplatsen ser ut, hur produkterna som företaget säljer ser ut och fungerar mm. ”Som designer insåg jag snabbt att det hjälper inte att designa en bra produkt åt ett företag om inte resten av företaget har en ”snygg” yta mot kunder och andra personer som kan kommer i kontakt med företaget. Det första mötet med ett företag är att jämföra med att möta en person för första gången. Vi bildar oss snabbt en uppfattning på väldigt lite information. Det är ofta svårt att ändra den uppfattning senare om den inte blev rätt från början. Som företag vet man aldrig vad kunden möter först, kanske är det hemsidan, kanske är det en försäljare eller så åker personen förbi fabriken och ser skylten. Därför måste man inom företaget vårda alla delar lika väl och se till att de ger likartad bild av förtaget. På så sätt garanterar man att det viktiga första mötet alltid blir rätt och att det sedan byggs upp och blir starkare för varje upprepat möte” säger Maria. Kring detta har hon hållit kurser under lång tid, i olika former, som korta inspirerande föreläsning eller fördjupade kurser över längre tid, och även som webbaserad kurs i regi av SLU/Meny. ”Det är alltid uppskattade kurser men jag ville hitta ett mer kreativt och stimulerande sätt att ge insikten om hur betydelsefullt detta är för ett företag. Idén att göra det i form av ett sällskapsspel – brädspel kom snabbt eftersom när min son var liten gjorde han och jag ofta spel av olika slag. Det första spelet, som vi gjorde tillsammans var på tågresan hem från en sommarsemester i fjällen. Det blev ett strategispel kring fjällvandring, som fick namnet myggspelet. Så det var självklart att han fick vara med som rådgivare i spelutvecklingen. Vi spelade en rad olika spel och analyserade vad som var bra och inte. Vi diskuterade spelmekanismer, utseende, flavor mm.” fortsätter Maria. Flavor handlar t.ex. om hur man kan känna igen sig i spelet, humoristiska inslag, bilder, och annat som höjer spelupplevelsen och gör det intressant. Sedan skapade de tre olika spelidéer att välja mellan. Ett viktigt krav vid valet var att det skulle gå lätt att lära sig, kännas kul att spela och naturligtvis spelets möjlighet att förmedla den avsedda kunskapen om företagets ansikte utåt.

”Jag har utnyttjat många personer i mitt nätverk för att speltesta. Man behöver komma åt ”nybörjarens situation” många gånger.” säger Maria. Hon har fått många bra kommentarer och fått backa och göra om ett flertal gånger. Hitintills har alla speldetaljer varit hemmagjorda men nu har Maria lagt en beställning på en första serie. I början kommer spelet att användas som ett moment i de uppdrag och utbildningar Maria håller. Då blir det med intro och efterföljande övningar som ger reflektion och fördjupning till det egna företagets ansikte utåt. På sikt kan det komma att säljas som en fristående spelprodukt. I spelet ingår exempel från möten mellan företag och kunder. I nuvarande spel är exemplen tagna från en rad småskaliga matföretag, en bransch Maria jobbat mycket inom och därmed har stor kännedom om. Det är också en bransch som många har lätt att förstå och relatera till. På sikt kan spelet anpassas till andra brascher och till specifika företag. Maria säger att spelet också är skapat för att kunna användas i olika sammanhang, från att vara ett inslag på några timmar vid t.ex. en kick-off till en pådrivande del i en stor förändringsprocess där spelet kan göras mer företagsspecifikt. Om all personal är med kan spelet ge en bra ingång till ett arbete där de anställda själva får fundera på sin egen roll i att förbättra mötet med kunderna. Det är mycket effektivare än att någon annan kommer in och ger anvisningar.

Flera företag står nu på tur att använda sig av spelet. Maria har planer på lite tilläggsspel, kanske i app-form för mobilen, men Maria poängterar värdet av den fysiska formen av brädspel. Det ger en helt annan inlärning och möjlighet till diskussion som leder framåt.

Maria Schmidt Larsson driver konsultföretaget Daucus Design. Daucus Design hjälper företag att uppfattas på rätt sätt av sina kunder. Genom att analysera hur företagets olika delar, såsom produkter, fysiska miljöer, grafiska material och mänskliga representanter uppfattas kan de positiva delarna förstärkas och de negativa elimineras. Formerna är uppdrag och utbildning.