



HALOGEN.

HVEM ER MORGENDAGENS BIBLIOTEKBRUKER?

Bibliofil brukermøte

Voss, 08.05.12

Halogen.

Design og
kommunikasjonsbyrå

Ca. 60 ansatte

Kontor i Oslo



Kristian Singstad Pålshaugen

Interaksjonsdesign og tjenestedesign

- Telenor
- Kongsberg Maritime
- Finansportalen
- MinID / ID-porten
- Apotek 1

@halo_kris













(c) 2010
www.cpu-galaxy.at







FEBRUAR
1995





DIGITALE TRENDER

10



DEN NYE GUTTEROMSBØLGEN



- 
1. PC
 2. Internett
 3. Apps
 4. Dingser (NY!)













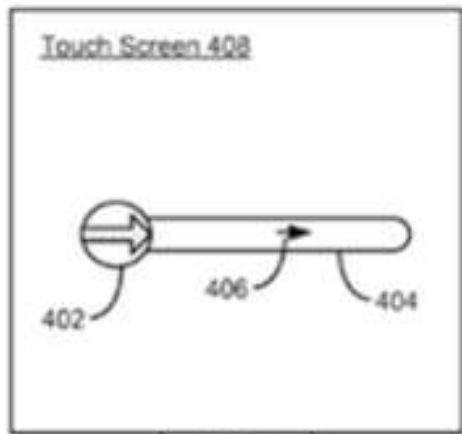
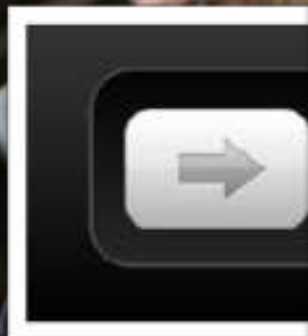
Billige komponenter
Åpen teknologi
Innovasjon via *brute force*

DEN NYE GUTTEROMSBØLGEN

02



DEN DIGITALE KUBAKRISEN



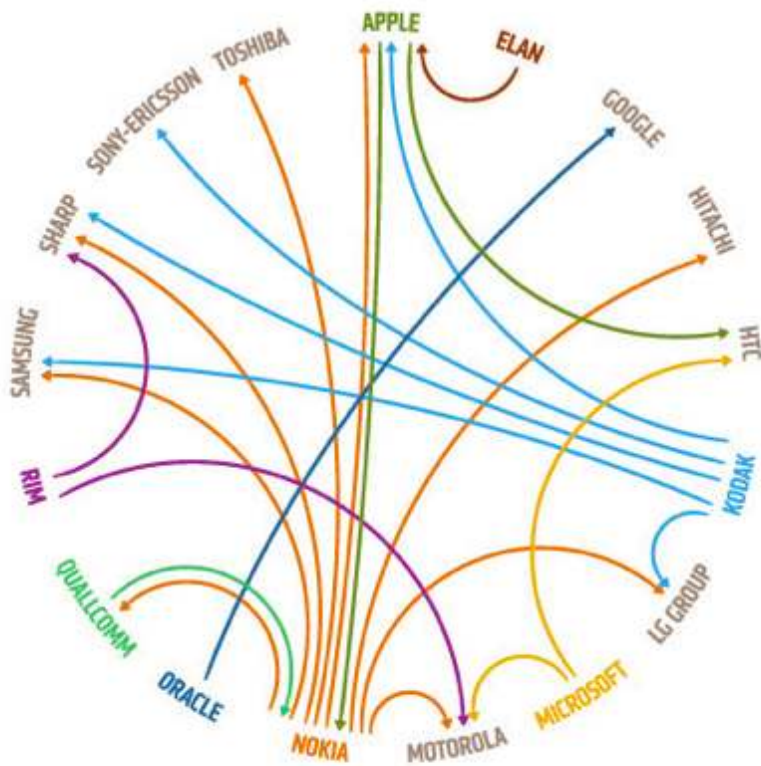
Menu
Button 410



Apple: Unlocking a smartphone or tablet using a touchscreen gesture.

- 
- A high-angle, slightly blurred photograph of four men on a wooden staircase. The man in the center, with long blonde hair and a beard, is smiling and holding a white paper labeled 'PATENT'. To his left, a man in a dark suit is also smiling and holding a similar paper. To the right, a man in a blue shirt and glasses is laughing and holding a paper labeled 'PATENT'. In the background, another man is visible, also holding a paper. The scene suggests a celebratory or competitive moment related to patents.
1. Defensive patenter
 2. Rettssaker
 3. Patent-troll

LAWSUITS IN THE MOBILE BUSINESS



center

- 
- A high-angle, slightly blurred photograph of four men on a wooden staircase. The man in the center, with long blonde hair and a beard, is smiling and holding a white sign that says 'PATENT'. He is wearing a dark jacket. To his left, a man in a dark suit is also smiling and looking towards the camera. To the right, a man in a blue shirt and glasses is laughing and holding another 'PATENT' sign. In the background, another man is partially visible, also holding a 'PATENT' sign. The scene suggests a playful or satirical take on patent law.
1. Defensive patenter
 2. Rettssaker
 3. Patent-troll

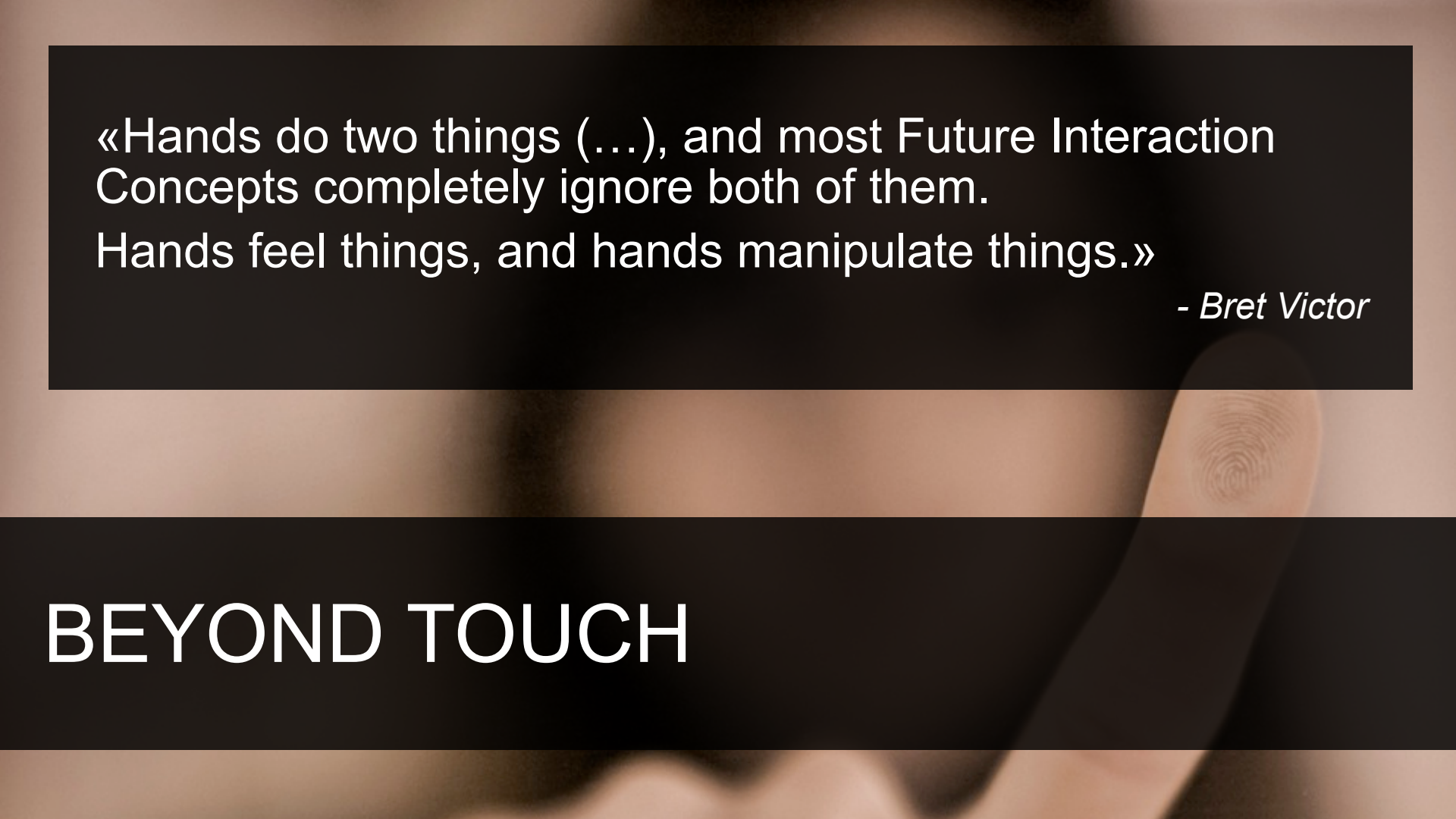


ATOMKRIG ELLER NEDRUSTNING?

03



BEYOND TOUCH



«Hands do two things (...), and most Future Interaction Concepts completely ignore both of them.

Hands feel things, and hands manipulate things.»

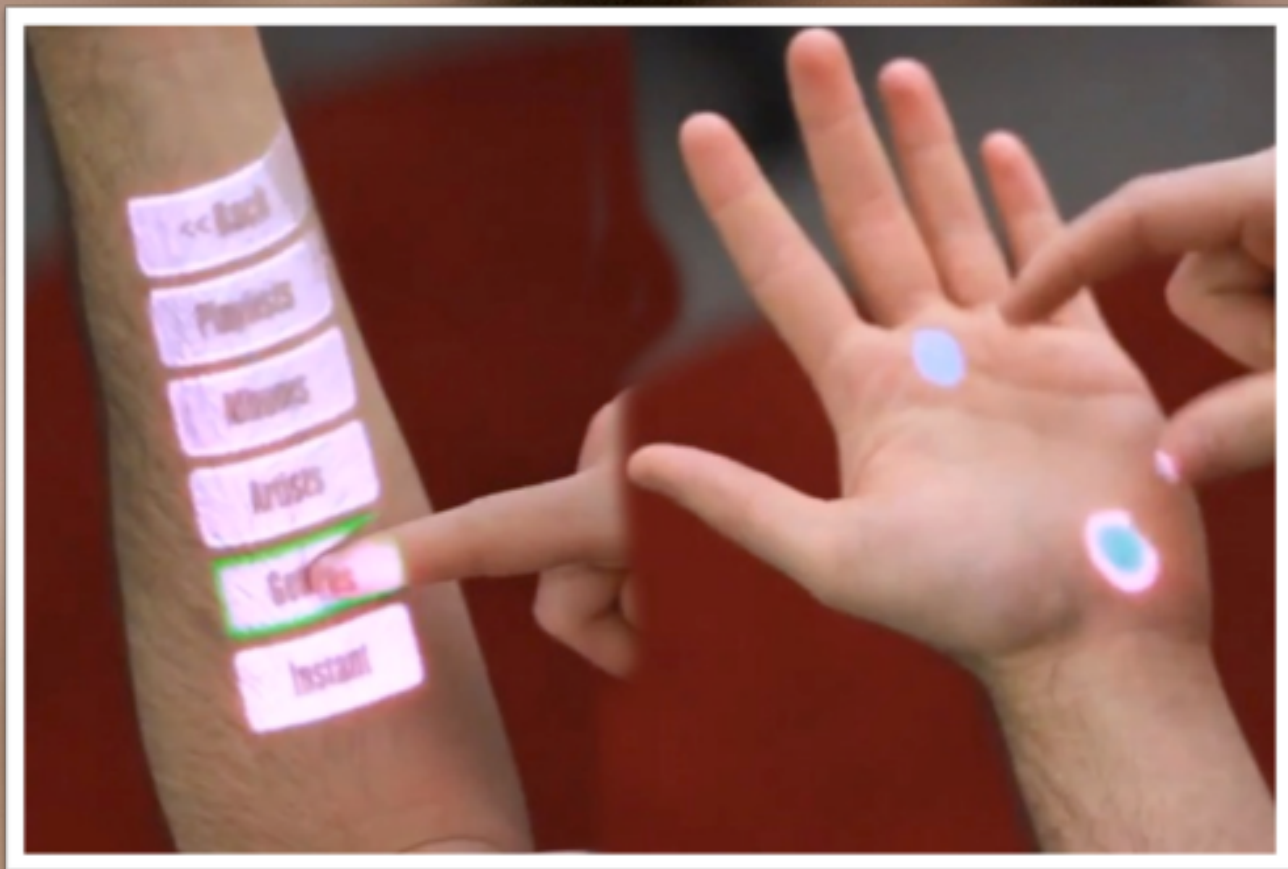
- Bret Victor

BEYOND TOUCH



Kredit: NRK Beta. Foto: Jonas Pfeil - <http://jonaspfeil.de/ballcamera> - CC BY





Make your screen surface feel
as smooth as silk
It's easy with Senseg



Make your screen surface feel
as rough as rock
Senseg is a leader in haptic interfaces





and any rigid surface







Flersanselig interaksjon
Avlastning
Stemmestyring

BEYOND TOUCH

04



BOBLEMENNESKET



150



Wall

Info

Friend Activity

Photos

115

like this

Create a Page

Add to My Page's Favorites

Get Updates via RSS

Report Page

Share

Vi som syns Odd Nerdrum har fått en urettferdig og urimelig dom.

Like

Community

Wall

Vi som syns Odd Nerdrum h... - Everyone (Most Recent)

Share: Post Photo

Write something...



Vi som syns Odd Nerdrum har fått en urettferdig og urimelig dom.
shared a link.



Får ingen velvilje hos nordmenn
www.dagbladet.no

Noen vil kanskje finne saken komisk. Jeg finner den dypt tragisk, skriver artikkelforfatteren.

Like · Comment · Share · September 15 at 10:29pm ·



Vivi-Ann Sandnes Eggum Tusen takk for at du stilte opp på Skavlan ikveld, det var utrolig voksent og modent gjort. Det bevisste at du er DEN STØRSTE!!!

September 30 at 10:08pm · Like ·



Mario Miriano Moracchioli io penso che è vergognosa e tragica, dobbiamo protestare tutti assieme noi artisti, armiamoci di colori e abbia inizio la nostra protesta.

See Translation

Tuesday at 8:13pm · Like

Write a comment...



Personaliserte søk
Anbefalinger
«Top Stories»



Filterbobler
Informasjonsdessert
Meningskonsensus

*) Eli Pariser – The Filter Bubble



Bevisst avskjerming
Personaliseringsfella
Faste digitale spaserturer

BOBLEMENNESKET

05



DESIGN FOR NÆRMILJØET



There's an App
For That

ADOPT A HYDRANT

Claim responsibility for shoveling out a fire hydrant after it snows.

City

Boston, MA

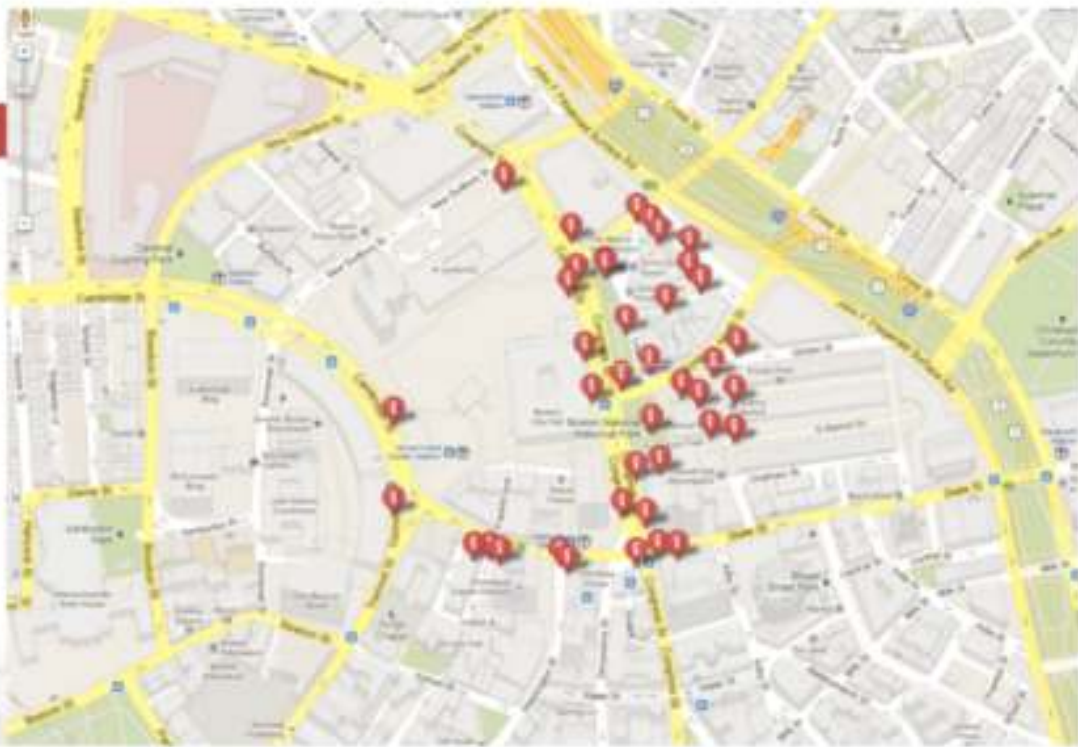
Address, Neighborhood

1 City Hall Square, Boston, MA

Postcode

CODE AMERICA **in** BOSTON

facebook









■ Nettverk skal forhindre flatfyll blant ungdom

Foreldre sladrer på nett om ungdommens festing



Teknologi for nærmiljøer
Lokal ressursutnyttelse
Løse problemer lokalt

DESIGN FOR NÆRMILJØET

Foto av [salimfadhley](#) under CC-lisens

90



MOBIL SHOPPING



NETTBUTIKKER

- Lavere priser
- Større utvalg
- Bedre informasjon
- Null kø

Price Check by Amazon 5:53

 Nikon COOLPIX L24 14 MP Digital Camera with 3.6x NIKKOR Optical
Nikon
★★★★☆ (24)

Share Color: Red

Prices	Description	Reviews
New (20 offers) ▾		
amazon.com		\$94.54
Firemall LLC		\$106.00
BestPriceAudioVi		\$119.95
Bestmall		\$199.95













A man is squatting in a public restroom stall. He is holding a smartphone in his right hand and a barcode in his left hand. The stall has a white sink and a mirror. The walls are tiled. The floor is covered with a red patterned mat. The man is wearing a dark blue t-shirt and dark pants. He is smiling at the camera.

Fysiske butikker slår tilbake!
Shope *med* mobilen
Eliminere kø

MOBIL SHOPPING



DEN NYE GUTTEROMSBØLGEN
DEN DIGITALE CUBAKRISEN
BEYOND TOUCH
BOBLEMENNESKET
DESIGN FOR NÆRMILJØET
MOBIL SHOPPING

HVORFOR ER DETTE VIKTIG?





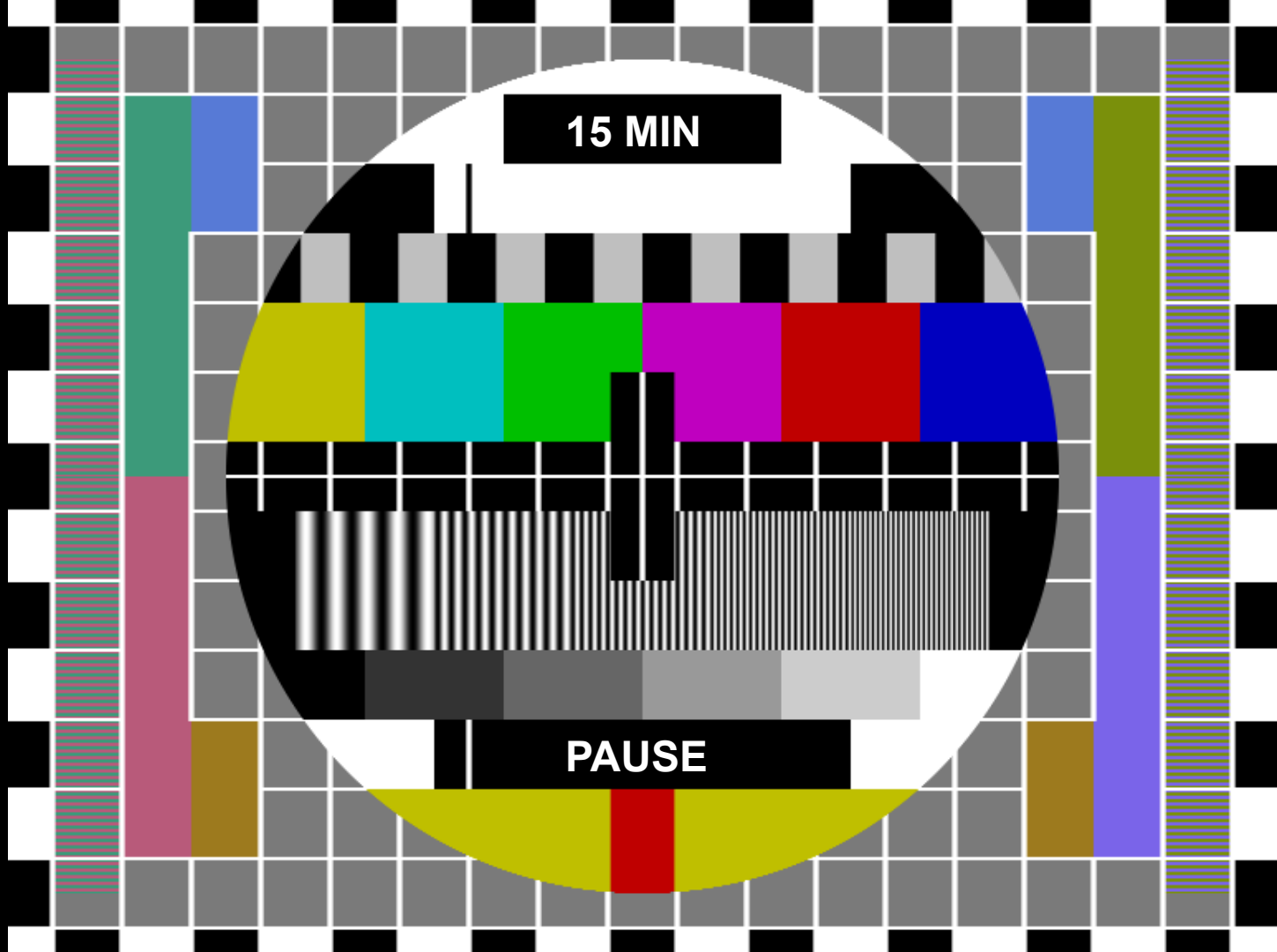


Bridger, 2 år

Morgendagens
bibliotekbruker

15 MIN

PAUSE



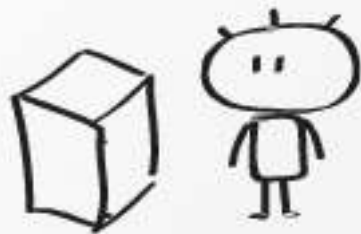
Tjenestedesign

HVA ER TJENESTEDESIGN?

“When you have two coffee shops right next to each other, and each sells the **exact same coffee** at the **exact same price, service design** is what makes you walk into one and not the other.

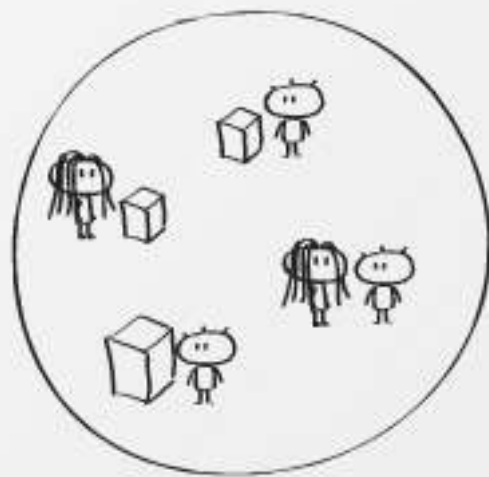
31 VOLTS SERVICE DESIGN, 2008

Interaction Design



Great experience between
person and product

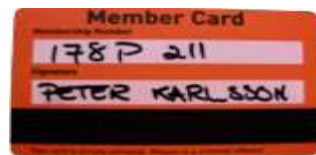
Service Design

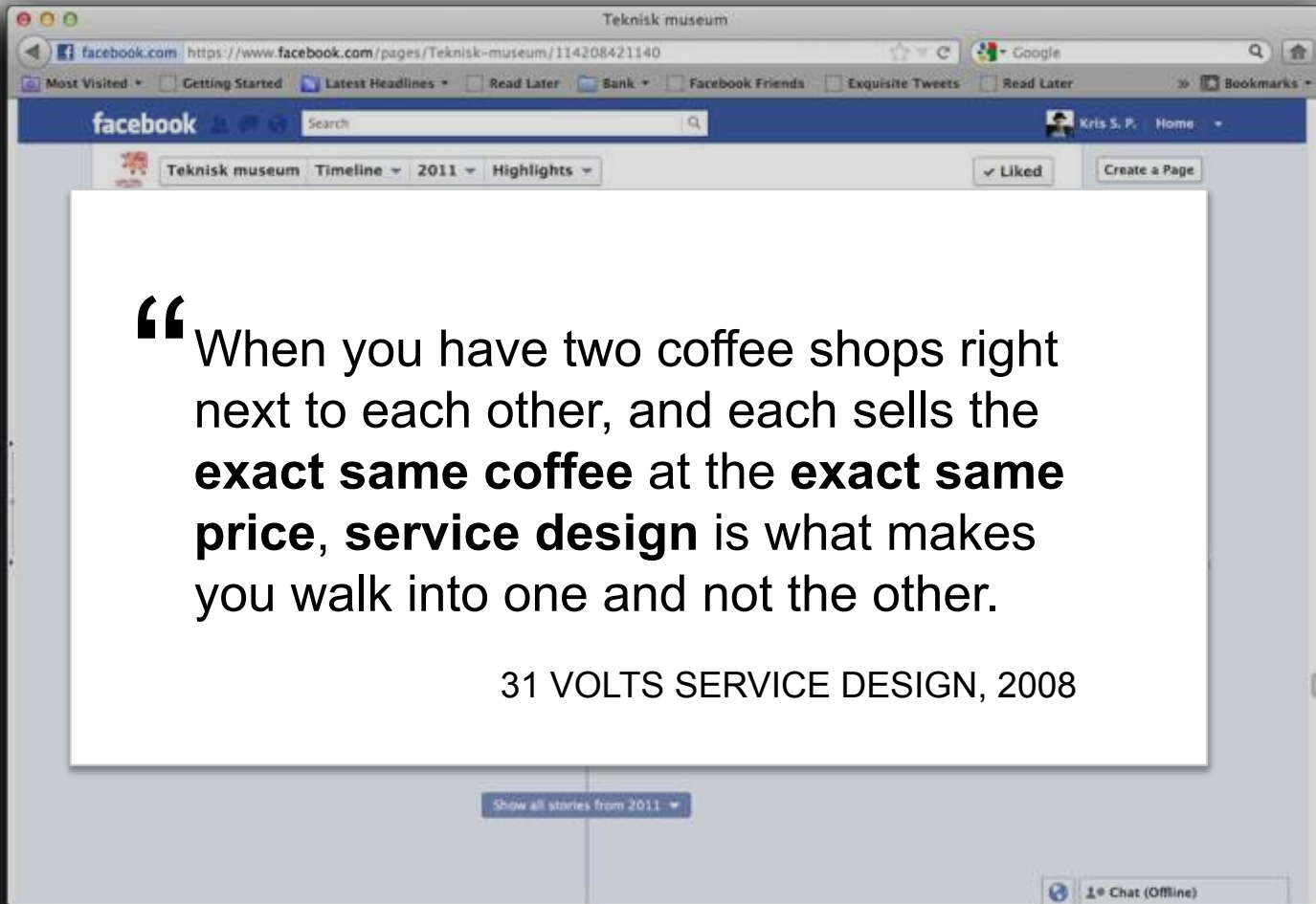


Great experience across all
touch points

HVA ER ET TOUCHPOINT?







“When you have two coffee shops right next to each other, and each sells the **exact same coffee** at the **exact same price, service design** is what makes you walk into one and not the other.

31 VOLTS SERVICE DESIGN, 2008



ENGASJER
&
INVOLVER
brukerne

BALANSER
verdi og innsats



sett
FORVENTNINGER
&
overgå dem

del opp GLEDEN,
slå sammen
PROBLEMENE





Rot med påskerutene

April 2012: Mange busspa april. Kortleserne hadde ikke og dermed sluttet systemet

Kortleserne virker ikke

Mars 2012: Forbrukerrådet som har fått bet på 900 kr prøvd å valdere billetten på Ruter krever Forbrukerrådet

– Ruter har ansvar for å se urimelig å holde kundene si mot vanlig rettspraksis, og få en gyldig billett, sier fagd

Systemet henger

Desember 2011: Mange i når de skal kjøpe kollektivt billett stoppet å få sko stopper opp.

Det er spesielt om ettermid systemet har en tendens ti

Dropper felles kort

Mars 2011: Flexus-kortet ta om ett felles billett med ny teknologi. Prislapp millioner kroner.

Kort slutter å virke

Oktober 2010: Flexus-kor flere kunder er frustrerte fo vurderer om de skal slutte i prosent av flere hundre bus

Sperringene står for f

September 2010: Ått tyd banestasjonene i Oslo aldri installert, har sperringene alle sperringene aldri burde vær

Pro

bill

Fritt fram for sniking

September 2010: Kontra hele Oslo. Dermed er det ni med Flexus-billett i hovedst

De to kortleserne er des

De to kortleserne er dessuten trege, og har dårlig batterikapasitet. – Rett og slett pinlig, mener klubbleder på T-banen.

Ruter returnerer 75 kortleserterminaler til produsenten, fordi utstyret er ubrukelig og fordi maskinene var så tunge at kontrollørene ikke klarte å bære dem med seg.

Straffes for dårlig tilbud

Mai 2010: Etter at det ble slutt på salget av klippkort ombord i busser og trikker, må passasjerer betale 15 kroner ekstra ombord og når de ikke har en reelt mulighet til å kjøpe billett på forhånd. Urimelig, mener Forbrukerrådet.

– Når man kutter ut tilbud et sted, bør man sørge for at tilsvarende tilbud finnes et annet sted, mener rådgiver Bjørnar Ellertsen i Forbrukerrådet.

Senere på året sa samferdselsministeren nei til at Ruter fortsetter denne praksisen.

Nølede start

Juli 2009: Overgangen fra papir til elektroniske billetter er i gang, men Ruter tør ennå ikke sette en dato for full oppstart. 24.000 Akershus-kunder har tatt i bruk Flexus, men ingen vil når Oslo og resten av Akershus også kan få den elektroniske billetten.

Vurderer å droppe hele systemet

September 2008: Planene om et felles elektronisk billettssystem for kollektivtrafikken i Akershus og Oslo kan bli skrinlagt. Prosjektet startet 25 år tidligere, og har hittil kostet mer enn en halv milliard kroner.

Skandalen skal granskes

August 2008: Automatene har stått klare til bruk i tre år, og prislappen har passert 300 millioner kroner. Kommuneoversiknen i Oslo starter full granskning av skandalen. Forsinkelene og pengebruken kan føre til at prosjektet legges ned, men ledelsen håper på oppstart 17. oktober 2008.

Nok en utsettelse

Desember 2007: De nye billettautomatene skulle vært tatt i bruk fra 1. januar 2008, men blir utsatt nok en gang. Tidligere var februar 2006 antydte som mulig oppstart. Nå er den utsatt til sommeren.

Forsinkelene starter

Desember 2005: Billettssystemet ble forsinket. Det skulle vært i drift fra 2004, og ble først utsatt til oktober 2005.





HVA ER BRUKERREISER?



Charges Information

Add Charges
Date: 12/26/2001

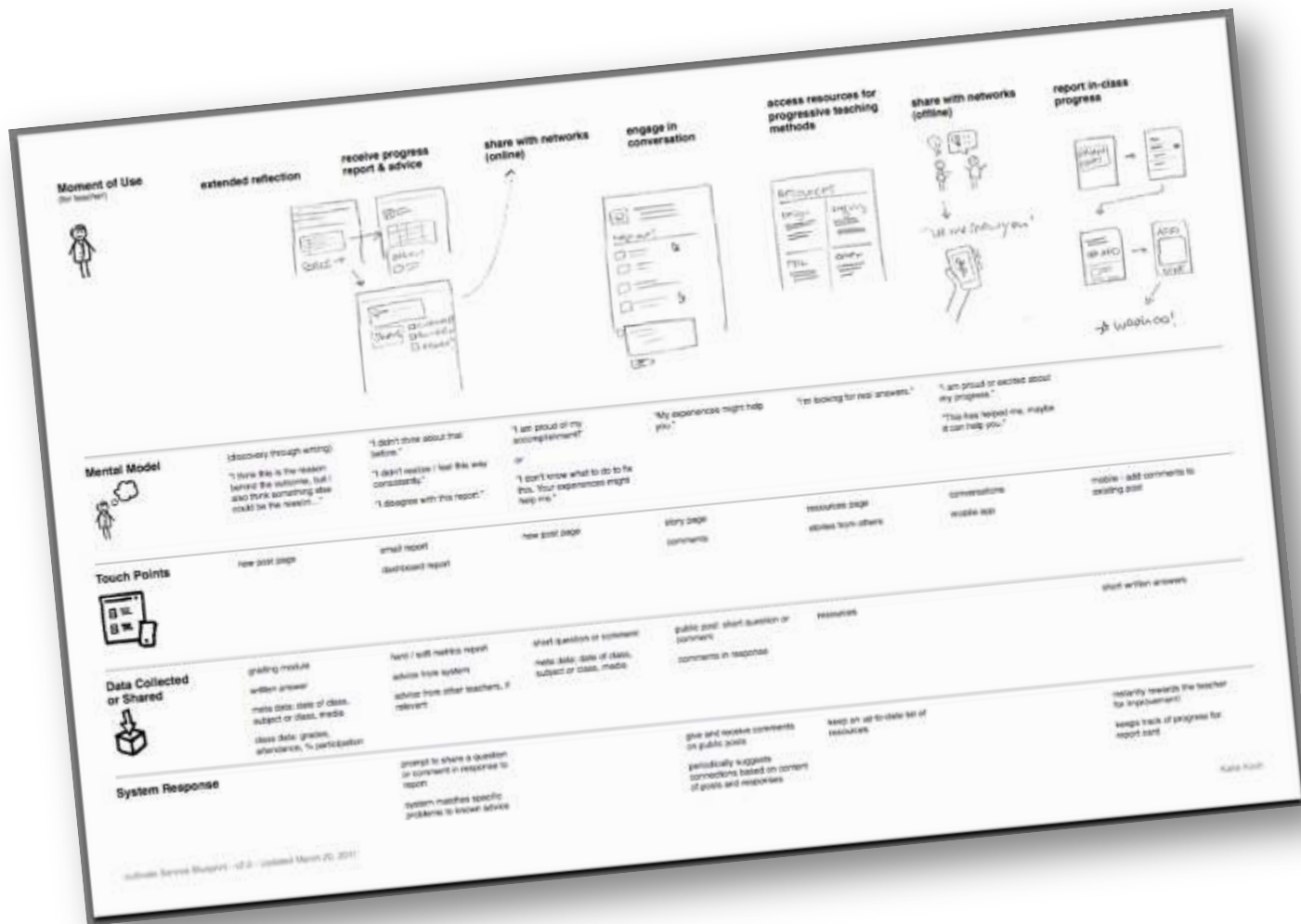
Occupied Rooms	Guest Name	Charge On Date
☐ 101	John Doe	10.00
☐ 102	Maria Unders	10.00
☐ 201	Patricia Gold	10.00
☐ 204	Jon Randinagh	10.00
☐ 205	Susan Samers	10.00
☐ 206	John Doe	10.00

Charge Type	Amount	Tax	Total
Telephone	3.00	0.00	3.00

Selected Rooms

Room	Charge	Amount	Tax	Total	Date
------	--------	--------	-----	-------	------





1.

BEFORE GOING TO THE LIBRARY

SERVICE JOURNEY



OUTSIDE THE LIBRARY



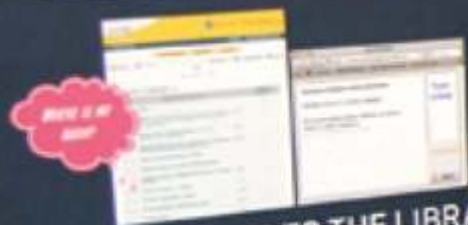
COMING INTO THE LIBRARY

INTERIOR

SEARCHING FOR
INFO/BOOKS/
SERVICES

2.

BEFORE GOING TO THE LIBRARY



MORE LOCAL WEBSITE



MORE LOCAL WEBSITE

ADVERTISING IN THE LIBRARY

ADVERTISING IN THE LIBRARY



COMING INTO THE LIBRARY

INTERIOR



ADVERTISING IN THE LIBRARY



KIRKSTADT BIBLIOTHEK

**RIV NED!
TENK NYTT!**



If I had asked people

we said "faster horses"
— Henry Ford*





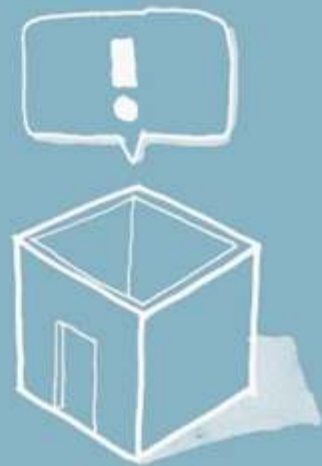




Deichman + live|work

BRUKERINNSIKT

Skap rom med
sterke og varierte
identiteter





Ingenting overgår god service
for å skape lojalitet

Forsterk den fysiske
opplevelsen av boken



A hand-drawn weekly schedule on a piece of paper, titled "UKEPLAN ROM 22". The schedule is organized into columns for the days of the week: MAN, TIRS, ONS, TOR, FRE, LØR, and SØN. Specific events are listed under certain days with their corresponding times.

MAN	TIRS	ONS	TOR	FRE	LØR	SØN
			10:00 Gjestende Høstfildag			11:30 Litteratur- venneforening
		16:30 Norsk- Bilgaard- Forening				

Skap det opplagte møtestedet
for å dyrke særinteresser og la
marginale klubber florere

IDEE

idé

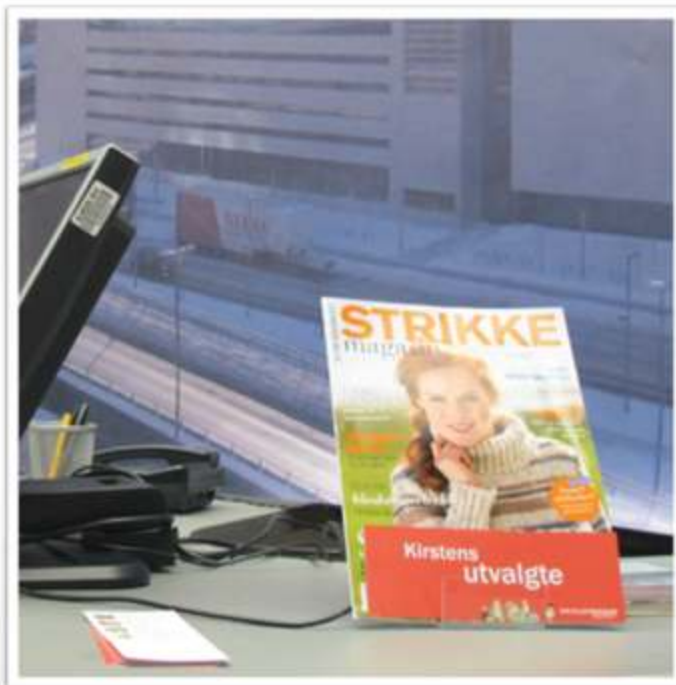


Deichman som forlag og mediebedrift

Deichman kan legge til rette for at brukerprodusert innhold når ut til andre brukere gjennom både fysiske og digitale tjenester. Dette kan eksempelvis være brukergenererte kurs, foredrag, tekster, filmer, musikk, osv.

★ Vi foreslår at denne idéen prototypes ★

Tjenestene framhever de ansatte og deres ekspertkunnskap.



Selv om folk verdsetter bibliotekarenes kompetanse, spiller de ansatte en overraskende liten rolle i brukernes helhetsinntrykk av biblioteket. Derfor vil vi la de ansatte og deres kompetanse sette **et sterkere preg på brukeropplevelsen** av biblioteket.

Vi vil profesjonalisere **bibliotekets servicekonsept** på en måte som:

- Tydeliggjør de ansattes **roller** mot publikum
- Framhever de ansattes **ekspertiser**
- Presenterer de ansatte som engasjerte og **personlige fagmennesker**
- Tydeliggjør **steder** der man møter de ansatte

Vi skal kombinere selvbetjening med førsteklasses veiledning på en måte som optimaliserer **rasjonell drift** og den gode brukeropplevelsen.

Tjenestene er synlige i bybildet og legger til rette for samarbeid mellom Deichman og andre aktører.



Vår strategi for å synes i Oslo er å gjøre det verdifullt for folk og institusjoner å la **Deichmans tjenester bli en del av deres egne tilbud** i byrommet.

Vi vil skape en plattform for å tilby **innhold om steder i Oslo**, og knytte dette til tjenestene i biblioteket.

Vi vil etablere et format for **infopunkter** og skape prestisje rundt å bruke denne tjenesten.

Vi vil **trekke byen inn i biblioteket**, både gjennom aktiviteter og utstillinger om Oslo og gjennom praktiske funksjoner som for eksempel trafikantinformasjon fra Sentralbanestasjonen.

Vår tilstedeværelse i byrommet vil involvere alle bibliotekets filialer i et helhetlig opplegg.

Tjenestene sørger for at det fysiske og digitale beriker hverandre



Deichman skal prioritere tjenester hvor det digitale kan skape en **rikere opplevelse av samlingen og bygget**. Der andre digitale aktører leverer gode tilbud, vil Deichman legge energi i å **åpne opp for god dataintegrasjon** mot disse aktørene.

Boken vil være **midtpunktet** for familien av digitale tjenester vi velger å utvikle.

Vi vil skape digitale tjenester som gjør samlingen **mer tilgjengelig** for publikum, og tilby **selvbetjening** der det kan forenkle bruk og drive effektivisering.

Vi vil bruke digitale kanaler for å inspirere brukerne til å **møtes**, både virtuelt og i biblioteket.

Vi vil øke relevansen og aktiviteten rundt våre **ustillinger og temaer** gjennom smart bruk av digitale kanaler.

PROTOTYPING



Deichmantagen

De besøkende ønsker seg
overraskelser.

De besøkende forventer
at biblioteket er et
ikke-kommersielt sted.

Jeg kan møte de besøkende på samme
måte som i en butikk ved for eksempel å:

- aktivt oppsøke dem og tilby min hjelp
- hilse når de kommer inn
- følge dem opp gjennom hele besøket

Jeg kan utvide de besøkendes horisont
ved for eksempel å:

- anbefale noe jeg vet ikke lånes så ofte
- anbefale noe som er litt sært i forhold til det de
onsker seg
- anbefale noe som belyser interessene deres fra en
annen innfallsvinkel
- fortelle om blogger eller nettsider som er relatert til
det de låner
- fortelle om arrangementer/tilbud i biblioteket/byen
som er relatert til det de låner

Som representant for
Deichman bør jeg

Min erfaringer:

Å fokusere på dette spørre er jeg

Det er vår ansvarshavende

Det virket som de besøkende syntes at





TAKK FOR MEG!

E-post: kristian.palshaugen@halogen.no

Tlf: 414 51 124 / +49 163 703 1124

Twitter: [@halo_kris](https://twitter.com/halo_kris)

Halogens blogg: <http://kjokkenfesten.no/>

