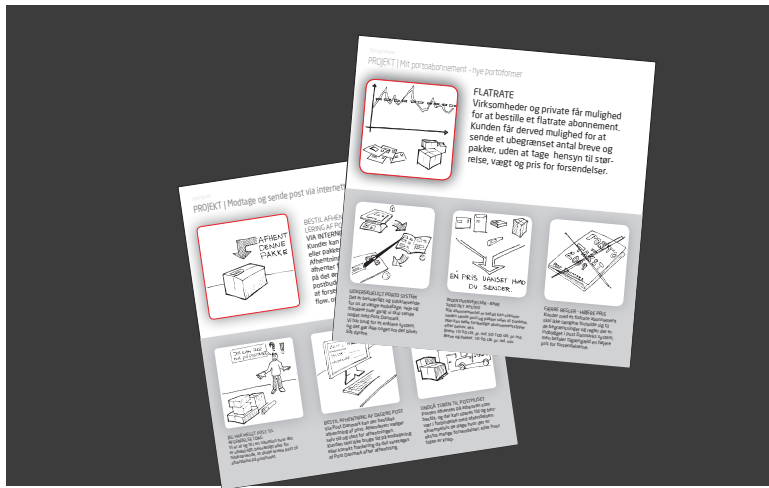
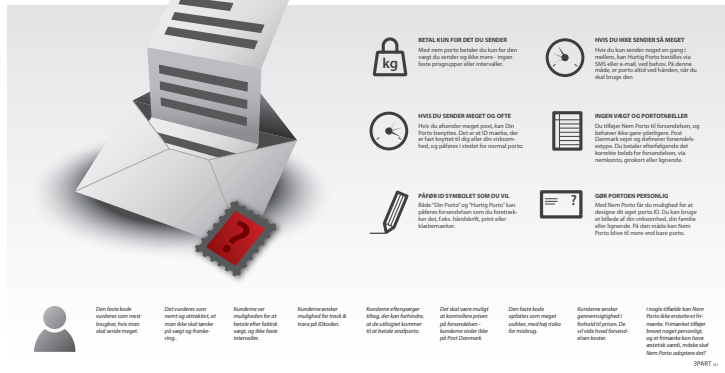
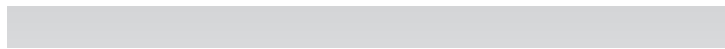
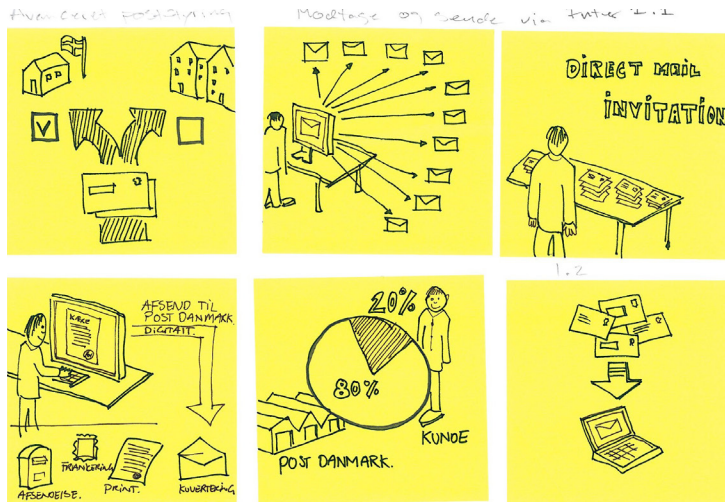




E-Posthus

Post Danmark

Post Danmarks kerneydelse er og har altid været det sendte brev, men med samfundets øgede digitalisering er denne ydelse blevet udfordret og den danske institution Post Danmark må følge med udviklingen. Derfor igangsatte de projektet ePosthuset. Da Post Danmark kom til 3PART rummede projektet en lang række konkrete koncepter, hvoraf nogle enkelte planmæssigt skulle implementeres i den nærmeste fremtid. 3PART rolle var at danne et gennearbejdet grundlag for at beslutningstagere kunne vurdere om hvorvidt ePosthuset som koncept havde berettigelse som forretningsområde og kanal til at servicere SMV'er og privatkunder samt om de udviklede idéer havde relevans i forhold til målgruppen.



E-Posthus

Post Danmark

3PART leverede:

- Research, herunder 20 dybdegående interviews med målgruppen
- Konceptudvikling og -evaluering hos brugere
- Visuelt materiale og konceptbeskrivelse til evaluering
- Matrix over drivere hos målgruppen
- Visualiseringen og beskrivelser af forretningskoncept

Udfordring:

Post Danmarks kerneydelse er og har altid været det sendte brev, men med samfundets øgede digitalisering er denne ydelse blevet udfordret og institution Post Danmark må følge med udviklingen. Af samme grund lavede Post Danmark en digital portal - E-posthuset, der skulle kunne servicere deres

kunder online. Portalen havde begrænsede funktioner samt serviceniveau og udnyttede langt fra mediets potentiale. Derfor søsatte de udviklingsprojektet E-posthuset.

Da Post Danmark kom til 3PART rummede projektet en lang række konkrete koncepter. 3PARTs rolle var at supplere idé-/konceptgrundlaget samt skabe brugerbaseret grundlag for valg af koncept, som skulle sammenstemmes med Post Danmarks forretningsorienterede perspektiv, og tilsammen udgøre beslutningsgrundlag for den fremtidige udvikling af E-posthuset.

Løsning:

3PARTs arbejde resulterede i et omfangsrigt research- og analysearbejde, konceptkonkretisering og udarbejdelse af beslutningsgrundlag til vurderingen af E-Posthuset som forretningsområde. Researcharbejdet var struktureret således, at 3PART Indledningsvis gennemførte kvalitative interviews med 20 personer i målgruppen omkring forventninger til E-posthuset. Herefter blev datagrundlaget analyseret og konklusioner vedrørende de forretningsmæssige muligheder på det digitale område udledt. Dette arbejde blev referencerammen for den efterfølgende forretningsmæssige vurdering af de eksisterende koncepter og E-posthuset som helhed. 3PARTs opgave i denne evalueringsproces var at bibeholde det kundemæssige fokus igennem processen,

og nogle af delresultaterne i processen var udarbejdelse af en analysematrix, hvori de væsentligste drivere hos brugergruppen var primære parametre. Den sidste del af projektet indebar yderligere detaljering og visualisering af udvalgte koncepter og udarbejdelse af egentlige business cases for disse.

Resultat:

- Udbygget kendskab til en væsentlig målgruppe
- Solidt beslutningsgrundlag for Post Danmark
- Implementering af flere af de udviklede og afprøvede koncepter
- Et mere funktionsdygtigt og service-leverende E-Posthus