

Rapport Steg 3

Grupp A3

Johan Sandström, Martin Svensson, Sven Rehnberg, Erik Birgersson, Ola Brown

3. Voice of the customer

3.1 Kritiska kundkrav

För att kartlägga kundens röst på ett oförvanskat sätt krävs en omfattande kundundersökningsapparat som innefattar kundintervjuer, analysering av dessa, utvärdering av liknande existerande produkter och ett väl definierat marknadssegment. I detta projekt finns inte tid för en sådan långdragen process.

En mindre kundundersökning bland utomstående har utförts för att ändå kunna formulera kundkrav, samtidigt har laget tillfälligt tagit på sig rollen som kund och formulerat egna krav. Utöver rent spekulativa krav har även ett stryktest på en konventionell strykbräda utförts för att laget skulle sätta sig in i kundens situation.

Då alla möjliga aspekter bör omfattas måste hela kundkedjan beaktas. Kunduppdelningen enligt nedan tillåter en noggrannare analys av de olika kundernas krav, som annars riskeras att förbises i en mer övergripande undersökning:

ASKO

Demontör

Finansiär

Försäljare

Logistik

Montör

Myndigheter

Produktion

Slutanvändare

3.2 Affinitetsdiagram

Genom att gruppera besläktade krav erhålls en strukturerad bild och behoven blir lättare att överskåda och hantera. Under en mer omfattande kundundersökning blir sådana arbetsmetoder ännu viktigare då hundratals behov skall tas i beaktning. Många av kraven i affinitetsdiagramet, se bild 1, har liknande innebörd t.ex. kan få kontaktytor, få delar, få sorters delar och enkla geometrier sammanfattas under låg komplexitet.

Projektlaget har valt att använda arbetsnamnet MEJSO, en akronym bildad av lagmedlemmarnas namn, för att referera till produkten.

Affinitetsdiagrammet innehåller samtliga krav som erhöles vid kravundersökningsprocessen, även sådana som är svåra att verifiera. Dessa svårverifierade krav ska inte tas med i kravspecifikationen.

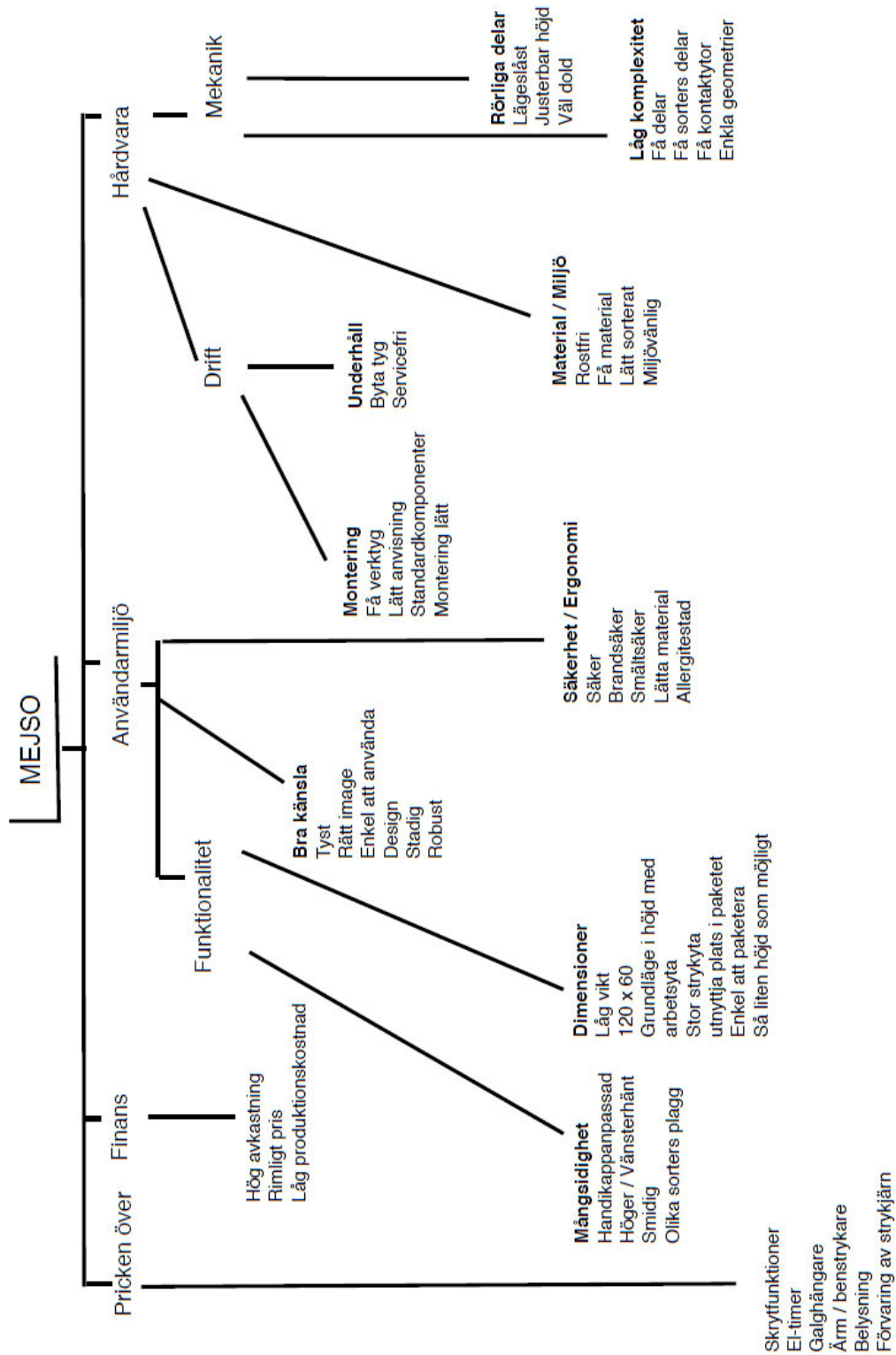


Bild 1. Affinitetsträd baserat på studier av de olika kraven.

Grupp A3, Strykmodul

3.4 Kravspecifikation

En kravspecifikation är resultatet av kundundersökning, släktskapsuppdelning och analysering. Kravspecifikationen nedan är uppdelad i besläktade grupper för att ge en bättre översiktsbild.

Denna första och preliminära kravspecifikation syftar till att strukturera upp arbetet och ge överblick, och avsikten är att revidera den i takt med att projektarbetet fortskrider.

Segmentet användare avser slutkunden och är uppdelat i baskrav (**B**asic), uttalade krav (**P**erformance) och ”pricken över i” (**E**xcitement).

Kravspecifikation MEJSO						
Grupp A3						
#	Krav	Kravställande segment	Målvärde	Viktning	K/Ö	Verifiering
	Mått					
1	120x60 cm	ASKO			K	Mätning
2	Tunn modul	ASKO			K	Mätning
	Användning					
3	Grundläge i nivå med arbetsyta	ASKO			Ö	Mätning
4	Höger/Vänsterhänt anpassad	ASKO			K	Arbetstest
5	Möjlighet att kunna byta tyg	Användare, P			K	Arbetstest
6	Klara belastning	Användare, B			K	Kraftberäkning
	Material					
7	Låg vikt	Logistik			Ö	Mätning
8	Brand/smältsäker	Användare, B			K	Arbetstest
9	Fuktavvisande bräda	Användare, B			K	Mätning
10	Tyst	Användare, B			K	Arbetstest
11	Lätta materialval	Produktion			Ö	Vägning
12	Miljökrav	Myndigheter			K	Expertutlåtande
13	Allergitestad	Myndigheter			K	Expertutlåtande
14	Rostfri	Användare, B			K	Materialval
15	Servicefri	Användare, B			K	Arbetstest
	Funktioner					
16	Ha avställningsyta	Användare, P			K	Arbetstest
17	Ha galghängare	Användare, E			Ö	Arbetstest
18	Ha förvaring för strykjärn	Användare, E			Ö	Arbetstest
19	Ha inbyggd belysning	Användare, E			Ö	Arbetstest
20	Ha timer till eluttag	Användare, E			Ö	Arbetstest
21	Vara lågeslåst	Användare, B			K	Arbetstest

Grupp A3, Strykmodul

22	Kunna stryka olika sorters plagg	ASKO			K	Arbetstest
23	Vara lätt att stryka ärmar	Användare, P			Ö	Arbetstest
24	Ha justerbar arbetshöjd	Användare, P			Ö	Arbetstest
25	Ha vridbar strykyta	Användare, P			Ö	Arbetstest
	Ekonomi					
26	Hög avkastning	Finansiär			Ö	Årsredovisning
27	Rätt prissatt	Försäljare			K	Marknadsundersökning
28	Låg produktionskostnad	Finansiär			Ö	Kostnadsanalys
	Utformning					
29	Smidig	Användare, P			Ö	Arbetstest
30	Stor strykyta	Användare, P			Ö	Areaberäkningar
31	Rätt image	Försäljare / ASKO			K	Marknadsundersökning
32	Få olika delar	Montör/ Produktion			Ö	Summering
33	Få kontaktytor	Produktion			Ö	Arbetstest
34	Få delar	Produktion			Ö	Summering
	Process					
35	Utnyttja plats i paket	Logistik			Ö	Arbetstest
36	Lättförstålig monteringsanvisning	Montör			Ö	Kundundersökning
37	Vara enkel att montera	Användare, P			Ö	Kundundersökning
38	Vara lättsorterad	Demontör			Ö	Arbetstest
39	Vara lättåtkomlig	Demontör			Ö	Arbetstest
40	Bestå av få material	Demontör			Ö	Summering
41	Kräva få verktyg vid montering	Montör			Ö	Arbetstest
42	Snabb och enkel montering	Montör			Ö	Arbetstest

3.3 Innovatörer

Att ringa in den typ av person som först tar till sig den här typen av stryklösning är inte självklart genomförbart. Denna typ av produkt verkar inte fånga samma engagerade intresse eller *hype* som t.ex. telekomprodukter, och den typiske inflytelserika första användaren är i detta fallet svår att identifiera. Personan nedan är ett sätt att närma sig problemet genom att skapa fiktiva, möjliga kunder. Det skall dock tilläggas att metoden inte nödvändigtvis ger en korrekt bild av kundklientelet, då den är mycket subjektiv.

Grupp A3, Strykmodul

Persona:

Tedd 31

Jobbar med reklam

Bor ensam i en bostadsrätt med badrum som skall renoveras

Tvättar spontant, sällan mer än en maskin per gång.

Lisa 38, lågstadielärare

Har sambo och 3 mindre barn. Bor i radhus i en förort. Tvättar flera gånger i veckan och alltid minst två maskiner. Har inte möjlighet att hänga tvätt. Stryker skjortor och dukar.

Herman och Elsa, båda pensionärer och 70 år

Bor i lägenhet där tvättmaskinerna behöver bytas ut. Herman varken tvättar eller stryker men Elsa stryker i princip allt som tvättats. Ingen av dom är särskilt intresserad av inredning. Boule däremot är något som dom gärna ägnar sig åt.

Jakob 28

Läser till advokat på Handels. Bor i en liten bostadsrätt i innerstan. Kök och tvättstuga är kombinerat. Jakob stryker skjortor och pressvecksbyxor flera gånger i veckan. Jakob är inte egentligen inredningsintresserad men vill ändå passa in i en "medveten" samhällsklass.

Nathalie 46

Driver en "Chabby chick" design-butik i en mindre stad. På den lilla fritid hon har tränar hon på friskis och umgås med sina väninnor. Nathalie har länge funderat på att skaffa hemhjälp för att slippa göra det hon tycker är det tråkigaste hon vet, städa och tvätta. Stryker gör hon men bara när hon måste. Nathalie drömmer om att nån gång få vara med i Sex and the city.

Karin och Tor, medelålders, övre medelklass

Äger en sommarstuga där dom bor hela somrarna. Nu skall huset renoveras, inklusive badrum med tvättedel.

Några möjliga konsumenter kan alltså tänkas vara personer som ska renovera sin tvättstuga alternativt byta ut minst två maskiner, har det väl ställt och är väl medvetna om trender inom inredning, men att utifrån detta kunna avgöra framtida utvecklingsriktningar är svårt.

För att få en uppfattning om vart utvecklingen inom produktsegmentet är på väg är det viktigt att analysera befintliga produkter och deras historia. Att studera patent är ett bra sätt att skapa sig en sådan bild. Trots att inga dramatiska förändringar står att finna kan man urskilja en tendens; tidiga patent har inriktat sig på att i ihopfällt läge minimera upptaget utrymme medan nyare även har funktionen att gömma strykbrädan då den inte används.

Trenden att integrera och samla produkter i homogena enheter har tilltalat marknaden under de senaste åren. Till exempel byggs kyl och frys in bakom köksluckor, datorn kan styra hela hemmet, mobilen har i princip alla funktioner som en modern dator plus positionering, kamera o.s.v. Strykmodulen är ett ytterligare steg i denna riktning, då den kan ses som en tilläggsfunktion i en enhet som tillfredsställer behovet att få smutsiga kläder rena, torkade och strukna.