

Inledning

Veckans arbete har fokuserat på att kartlägga marknaden och skapa alternativa lösningar utifrån kända lösningar och koncept. För att skapa en produkt med oöverträffat kundvärde så har kundens röst kartlagts. Utifrån dessa så har kundkrav fastställts och blivit viktade genom att urskilja vilka som är kritiska, bas och uttalade krav. Även funktioner som kunden inte förväntar sig men kan bidra till att höja produktens värde formulerades.

Kartlägg kundens röst

För att kunna skapa en produkt med oöverträffat värde så är det en nödvändighet att inhämta information från kunden. Fakta har inhämtats genom att sätta sig i kundens situation som potentiella användare av produkten. Som användare av produkten har krav och önskemål på produkten tagits fram för att öka kundvärdet. För att ytterligare få en inblick av kundernas erfarenhet med den befintliga produkten så kontaktades Jörgen Sjöstedt på ASKO. Tillsammans med dessa data så kunde ramar för de olika kundkraven sammanställas.

Kritiska kundkrav

Dessa kundkrav är sådana som specifikt definierar produkten och dess användningsområde. Till exempel om modulen inte går att använda till att stryka kläder eller dölja så är den inte längre produkten som efterfrågas; det vill säga en integrerad dold strykbräda.

De kritiska kundkraven togs fram utifrån produktens huvudfunktioner och de krav som ASKO ställt på denna.

Modulen ska kunna användas till att stryka på: Produkten har inget kundvärde utan det kritiska kravet att den går att använda till strykning.

Brädan ska vara dold när den är infälld: Kunden vill ha en produkt som smälter in i sammanhanget tvättmaskin/torktumlare. Den skall lanseras som en "Hidden Helper".

Modulen ska kunna monteras med tvättmaskinen och torktumlaren.

Kundkraven anses vara kritiska därför att utan dessa funktioner så är produkten ointressant för kundens användningsområde.

Baskrav

Baskrav eller outtalade krav är en benämning på egenskaper hos en produkt som över tiden har blivit en självklarhet på så sätt att kunden inte längre frågar efter den egenskapen hos produkten. Kunden förväntar sig redan att produkten ska ha innehålla den egenskapen. Baskraven för en produkt hjälper inte till att öka kundvärdet hur bra de än uppfylls. Om de inte uppfylls alls så bidrar det kraftigt till att kundens positiva upplevelse av produkten minskar.

Tiden spelar en avgörande faktor för dessa krav. Då teknik och utveckling hela tiden går framåt så övergår lösningar som förut var banbrytande till att bli en självklarhet som inte längre efterfrågas specifikt.

Ett exempel på detta är ABS-bromsarna hos bilar som när de kom var ny och spännande teknik som gjorde att kundens positiva upplevelse hos produkten ökade. Idag så är ABS en

självklarhet hos alla nya bilar det vill säga det har blivit ett baskrav som inte längre kan höja kundvärdet hos produkten. Skulle däremot en ny bil inte ha ABS så skulle kunden förmodligen inte bli speciellt nöjd med sin nya bil (Lindstedt & Burenius, 2006, s. 507).

Modulen ska tåla värme från ett stryckjärn: Materialet i brädan och runt omkring ska inte smälta eller deformeras när de utsätts för värmen från ett stryckjärn

Modulen ska inte vara farlig för sin användare: Användaren ska inte kunna skada sig själv eller sina kläder på några vassa kanter och dylikt.

Modulen ska inte vara tillverkad av material som är skadliga för miljön eller dess

Användare: Materialet eller materialen i modulen ska vara återvinningsbara och tillverkningsprocessen ska vara energieffektiv

Produkten ska klara de laster och påfrestningar som uppkommer vid normalt användande. Varken brädan eller infästningen skall gå sönder vid vanlig strykning. Askos tidigare produkt är designad att klara 23 kg på brädans spets dvs. ca 200 [Nm] i infästningen.

Ska passa på ASKO:s maskiner.

Uttalade krav

Till uttalade krav räknas det som kunden aktivt frågar efter som spekulant till en produkt. Hos dessa finns potential för skapande av högre kundvärde. En utveckling av krav sker över tiden, något som positivt överraskar en kund till att börja med övergår till ett uttalat krav och blir en förutsättning för att konsumenten är nöjd med produkten (Lindstedt & Burenius, 2006, s. 507). Därför är det viktigt att veta om en funktion som tidigare varit en positiv överraskning är på väg att övergå i ett uttalat krav.

Ett exempel är den integrerade elkontakten i Askos nuvarande produkt, som idag kanske anses som en positivt överraskande detalj men i nästa generation mycket väl kan skifta till att vara uttalat. I större projekt kan informationen om trender som denna fås igenom kundundersökningar, intervjuer etc. Underlaget till produkten som tas fram i IKOT kommer framförallt från Askos egna kundundersökningar som till stora delar är givna i projektbeskrivningen.

Följande krav har identifierats:

Produkten ska vara så låg som möjligt. Detta motiveras av utrymmesmässiga och estetiska skäl.

Den utfällda strykbrädan skall vara stabil under användning: Dagens produkt har haft flera klagomål från kunder rörande instabilitet¹. Detta handlar förmodligen både om kvalitetsintrycket men även den faktiska användningen, då en instabil bräda begränsar vad användaren "vågar" belasta den med.

¹ Enligt Askos kontaktperson för IKOT Jörgen Sjöstedt

Arbetsytan ska vara så stor som möjligt: Asko har fått klagomål från kunder som påpekat att strykbrädan är för liten. Dagens modul har en utfällbar bräda med måtten 93*31 (cm) vilket kan jämföras med måtten på en vanlig fristående som är runt 140*40² (cm). Det är antagligen dessa mått kunden är van vid och eftersträvar.

Modulen skall vara anpassad för både höger- och vänsterhänta: Ur ett ergonomiskt perspektiv är detta inte något som enbart handlar om de 10% som är vänsterhänta. En anpassad strykbräda underlättar olika ställningar vid strykning och kommer även den vanliga konsumenten till godo.

Modulen ska vara byggd för två tvättmaskinsmoduler (120*60): Askos kunder har efterfrågat en produkt som utnyttjar den yta som uppkommer då två maskiner placeras bredvid varandra.

Brädan ska kunna användas till strykning av osymmetriska plagg: Det skall vara lätt att stryka allt ifrån skjortor till byxor.

Sänk- och höjbar vertikalt: Asko har fått klagomål angående höjdpositioneringen av den nuvarande produkten, vilket försvårat användningen för kortväxta kunder.

"Pricken över i"

"Pricken över i" anses vara något som kunden inte har som anledning vid ett eventuellt köp. Dess funktioner ingår inte i kundens ursprungliga värdering dvs. funktion per krona. Istället är detta saker som dyker upp som en "glad överraskning" vid köptillfället eller användning. (Lindstedt & Burenus, 2006, s.507). För att uppnå detta har metoden att uppskatta vad kunden kan tänkas efterfråga; att "ställa sig själv i kundens skor" använts (Lindstedt & Burenus, 2006, s. 447).

Brädan ska i utfällt läge vara i samma höjd som modulens överkant: Tanken är att kunden vid strykning då enklare får tillgång till den yta som finns ovanpå maskinerna. Hanteringen av kläder underlättas och irritationsmomentet i form av den kant som annars uppstår undviks.

Enheten ska ha en integrerad strömkälla: Användandet av förlängningskabel undviks när strykjärnet skall anslutas. Med kontakten närmare arbetsytan undviks också problem som att strykjärnssladden skulle vara för kort. Denna funktion finns på Askos nuvarande produkt men inte hos någon av konkurrenterna varför den fortfarande kan räknas till en "pricken över i" funktion.

Modulen ska ha ett arbetsställ för ett strykjärn: Detta är till för att användaren enkelt skall kunna ställa ifrån sig järnet på en stabil och säker yta. Är detta integrerat i modulen ger det en positivt överraskad kund.

Enkelt bytbar klädsel och bräda: Skulle brännmärken eller andra slitskador uppstå på brädan skall möjligheten att enkelt byta klädsel eller bräda finnas. Kunden slipper då ersätta hela modulen.

² <http://www.ikea.com/se/sv/catalog/products/20091787>

Vart är Pionjärerna på väg

Pionjärerna inom området går mot lösningar som gynnar "compact living" dvs. lösningar där strykbrädor både döljs och tar mindre plats. Pionjärerna anses vara den grupp som gärna ligger "steget före" övriga konsumenter. De kännetecknas av att de är villiga att ändra på sig och testa nya idéer. I vissa fall kan det gå så långt att pionjärerna själva uppfinnar varianter av produkten innan den har lanserats ute på marknaden. För att undersöka vilka som är pionjärer inom konceptet har undersökningar av patent genomförts.

Vid patentundersökning upptäcktes ett amerikanskt patent för strykanordningar, Patent No.: US 7,587,917 B2³ utfärdat den 15 september 2009. Modulen i patentet är placerad över både torktumlare och tvättmaskin. Strykmodulen beskrivs enklast i form av följande figurer hämtade från patentet, vilka presenteras på nästa sida.

Fig. 16 ifrån Patent No.: US 7,587,917 B2. Figuren föreställer en strykmodul med utdragbar strykbräda. Strykbrädan stabiliseras med hjälp av ett stödben. Modulen har ett integrerat eluttag, vilket kan underlätta strykningen.

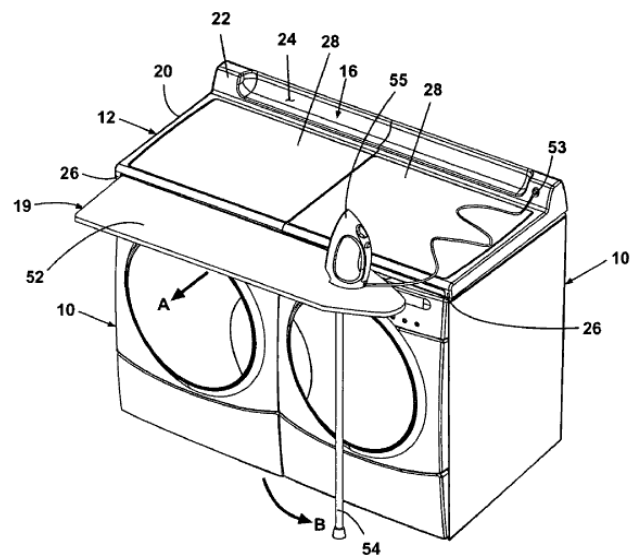
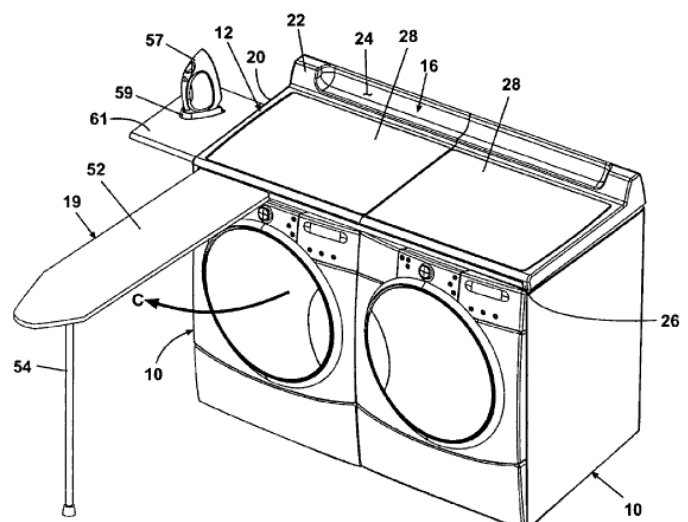


Fig. 17 ifrån Patent No.: US 7,587,917 B2. Strykmodulen påminner om föregående alternativ. Den kan dock dras ut till rätvinklig position jämfört arbetsytan. Strykmodulen har även ett integrerat ställ för strykjärn.



³ <http://www.google.com/patents?id=2azIAAAAEBAJ&printsec=abstract&zoom=4#v=onepage&q=&f=false>

Fig. 18 ifrån Patent No.: US 7,587,917 B2.
Denna figur har en utdragbar strykbräda
som klarar av belastning utan hjälp av
stödben. Modulen har även ett integrerat
ställ som är reglerbart i höjddled.

