

CHALMERS

IKOT 2010

3. Kartlägg kundens röst

Grupp B4

2010-02-07

Christopher Cinadr

Oscar Davison

Robert Kull

Per Löved

David Sundquist

Innehåll

3.1 Kartläggning och formulering av kritiska kundkrav	3
3.2 Baskrav, uttalade krav samt "pricken över i"	3
3.3 Vart är pionjärerna på väg?	5

3.1 Kartläggning och formulering av kritiska kundkrav

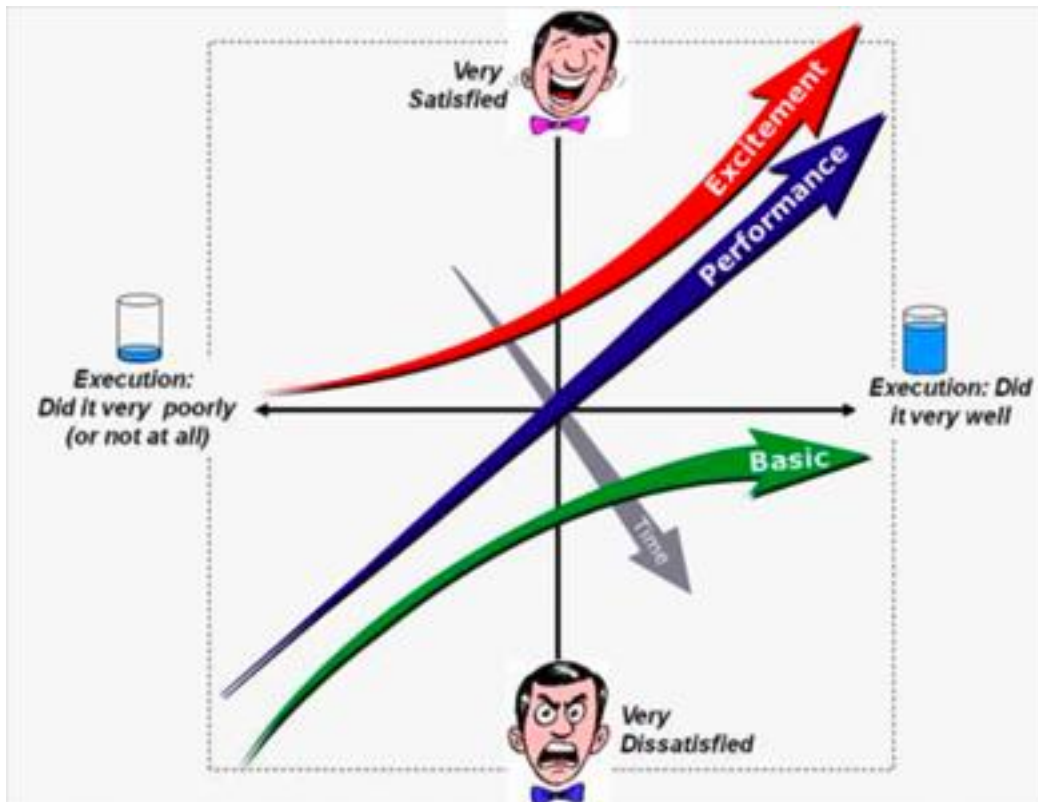
En viktig del i projektarbetet är att kartlägga kundens röst och därigenom dess krav. För att kunna göra detta behöver kundens behov studeras och krav sammanställas. Det finns olika typer av behov, de som kunden direkt uttalar och de som kunden tar för givet att man känner till. Det är enkelt att sammanställa de krav som kunden talar om, men det är alltså inte säkert att dessa innefattar tillräcklig information för utveckling av en lyckad produkt. Råkar man förbise behov leder det till minskat kundvärde. Genom att ställa ett flertal öppna frågor som låter kunden, möjligtvis omedvetet, tala om behov som finns kan man skaffa en kravlista att hålla sig till. Då frågorna ställs är det viktigt att låta kunden tala och fritt utveckla utan att man själv styr. Öppna frågor är till exempel; "Vad är Er erfarenhet av...?" eller "Vad tycker Ni om...?", osv. En annan metod för att få en komplett kravlista är att försöka sätta sig själv i kundens situation och se problemet ur dess perspektiv. Det kan även vara användbart, för att få fram fler baskrav, att se på produkten ur ett historiskt perspektiv och göra en undersökning av äldre lösningar till problemet. I detta avsnitt ska bara de mest kritiska krav från kunden bestämmas.

Det optimala vid kartläggning av vår kunds röst skulle ha varit att träffa och föra en direkt dialog med de personer som faktiskt ska bruka produkten. Eftersom det i detta fall inte var praktiskt genomförbart, med avseende på tid, med en direkt intervju fick den utföras via e-post till personer med expertkunskap i ämnet. Detta var till nackdel t.ex. eftersom följdfrågor inte kunde ställas och dialogen var allmänt begränsad. Ytterligare en nackdel är att inget starkt intryck av platsen som produkten kommer att finnas på kunde fås. Personerna med expertkunskap som besvarade frågorna var Per Svedensten från Sandvik och Elisabeth Lee från Chalmers produktutvecklingsorganisation som båda arbetar inom branschen för vår produkt.

De kritiska krav från kunden som kan tolkas från svaren i intervjuerna är till exempel att produkten bör ha jämn matning med minimal service och tillsyn (inte oftare än en gång per vecka), låg driftkostnad samt inte ha något krav på övervakning eller styrning. Ytterligare krav är att åtgärder skall vidtas för att minimera skaderisk, produkten skall inte byggas för hög och att produkten skall vara CE-märkt.

3.2 Baskrav, uttalade krav samt "pricken över i"

Man kan ur en illustration (Figur 3.1) av den så kallade Kanomodellen få en bra bild av de olika typer av krav produkten skall uppfylla. Genom att tidigt kartlägga kundens uttalade krav tillsammans med baskrav samt "pricken över i" kan en produkt utvecklas som ger en nöjd kund på alla plan och ökar kundvärdet.



Figur 3.1: Kanomodellen
www.connectasweden.typepad.com

Källa:

Figur 3.1 visar alltså hur Kanomodellen fungerar. Den gröna pilen visar baskraven. Dessa kan vara uttalade av kunden och som synes måste dessa uppfyllas väl för att kunden ska bli nöjd. Den blå pilen visar de uttalade kraven kunden har och uppfyllning av dessa är självklart en nödvändighet. Den röda pilen visar de så kallade "pricken över i" eller "övertäckningarna". Dessa är krav som inte är uttalade av kunden, och kanske inte ens förväntas att uppfyllas. Uppfylls dessa ändå överskrider man kundens förväntningar och skapar därför ett ännu högre kundvärde. Nedan följer listor på de olika typer av krav som har kunnats tolkas ur intervjuerna med Per Svedensten och Elisabeth Lee.

Baskrav:

- Produkten skall vara säker för användare/arbetare.
- Produkten skall ha minimal inverkan på miljön.
- Produkten skall vara enkel att använda.
- Produkten skall vara gjord av ett material som tål utomhusmiljöer och t.ex. ej korroderar.
- Produkten skall passa in i "kedjan" utan att medföra stora, dyra förändringar.
- Produkten skall tillverkas enligt de standarder för material samt processer som finns.
- Produkten skall klara av ett varierande flöde av sten.
- Produkten skall vara CE-märkt.
- Produkten skall ha en minimal driftskostnad.

- Produkten skall åstadkomma en stenblandning med högst 10 % skillnad mellan strömmarna.

Uttalade krav:

- Produkten skall på ett robust sätt fördela materialet.
- Produkten skall vara lätt att installera.
- Produkten skall vara lätt att underhålla.
- Produktens produktionskostnad skall ej överskrida 200 000 kr.
- Produkten skall klara ett minsta bestämt flöde av sten.

Uttalade "övertäckningar":

- Produktens eventuella kontroller skall vara ergonomiska.
- Produkten skall kunna reglera flödet på sten.

3.3 Vart är pionjärerna på väg?

Vid en produktutveckling är det rekommenderat att studera marknadens pionjärer. Detta för att få ett försprång och förenkla skapandet av kundvärde. Det innebär självklart inte att man ska kopiera andras lösningar utan snarare ta lärdom av de detaljer som gör tillverkarna till just pionjärer.

I vårt fall är detta ovanligt svårt att tillämpa eftersom det tidigare, enligt Per Svedensten från Sandvik, inte funnits några lösningar på problemet vi ställts för. Det vi snarare får studera är bra exempel på smarta lösningar inom stenkrossverksamheten och i allmänna industrisammanhang överlag.



Figur 3.2: Terex konkrossar

Källa:

<http://www.terex.com/main.php?obj=prod&action=VIEW&id=7f032cf3a1136012eea297eae380b227&nav=indust&iid=0001&cid=e75ed9c85681b27ffcfe5cadbd68c04e>

Efter undersökning av konkurrenter till Sandvik, bland annat Atlas Copco (under CHARM-dagarna på Chalmers) och företaget Terex (figur 3.2) visade det sig att dessa företag inte hade någon utvecklad lösning av problemet. Slutsatsen från detta är att vi förmodligen är relativt ensamma på marknaden med att utveckla en lösning på problemet och risken för att "uppfinna hjulet" en gång till är liten.