

3.1 Kartläggning av användarens röst ("Voice of the Customer")

För att uppnå ett gott kundvärde är det viktigt att fokusera på vad kunden önskar och kräver. När detta ska göras gäller det att först kartlägga kundens röst ("Voice of the Customer"). Detta innebär en djupgående men sammanfattande samling av olika typer av krav de olika kunderna har.

Olika typer av krav:

Enligt värdemodellen delas krav in i två kategorier:

- Uttalade krav
- Ej uttalade krav

Uttalade krav är de krav kunden specifikt uttrycker, under t.ex. intervjuer. Uttalade krav är även de krav som är lättast att åskådliggöra.

Ej uttalade krav delas in i ej uttalade baskrav och "pricken över i:et". De ej uttalade baskraven är sådana som kunden förväntar sig utan att behöva nämna dem, medans "pricken över i:et" är sådana positiva egenskaper produkten har utan att kunden förväntat sig det.

Hur de olika typerna av krav påverkar kundvärdet kan åskådliggöras med Kanomodellen.

(fig.1)

Gröna linjen representerar "pricken över i:et".

Blåa linjen representerar uttalade krav.

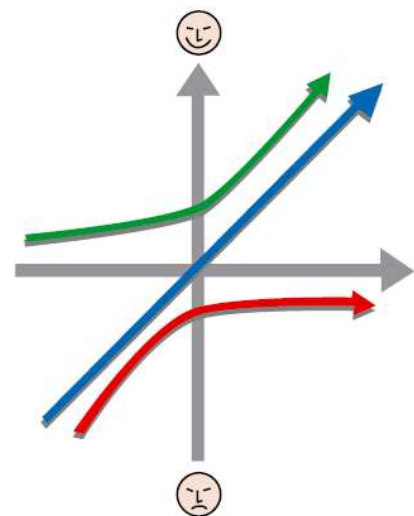
Röda linjen representerar ej uttalade baskrav.

Den horisontella axeln beskriver hur väl kravet uppfylls medans den vertikala axeln beskriver kundvärdet. I origo uppfylls kraven tillfredställande.

"Pricken över i:et"-krav kan endast öka kundvärdet, om de ej uppfylls finns ingen inverkan på kundvärdet. Detta eftersom de ej förväntas.

Uttalade krav ökar kundvärdet om de uppfylls mer än tillräckligt, dock minskar kundvärdet om de inte uppnår en förväntad nivå.

Baskrav förväntas uppfyllas, detta medför att kundvärdet inte ökar om de uppfylls dock minskar det om de saknas.



Figur 1: Kanomodellen

Med tiden förändras krav, t.ex. ett ”pricken över i:et”-krav blir med tiden ett uttalat krav och ev. till sist ett ej uttalat baskrav. Detta beror på att kunden har vant sig med funktionen/egenskapen och framöver förväntar sig att den finns.

Kartläggning av användarens röst

Flera olika metoder har använts för att identifiera användarnas krav. Frågestund rörande krav med Pontus Adolfsson från Alfasensor (tillverkare av SCREEDRY) samt en telefonintervju med Larissa Nielsen (Projektledare Hifab, användare av produkten) har hållits. Det har även tagits fram egna krav, utifrån ett användareperspektiv.

De olika kundernas krav:

Pontus Adolfssons krav och önskemål

(baserat på frågestund samt tidigare handledningstillfällen):

- Mäta fukt med 3 % fel
- Enkel produktion
- Allt som behövs för en mätning medföljer i leveransen
- Ej förhöjd produktionskostnad
- Kunna använda samma förpackning som tidigare
- Ta bort behovet av vikt för stabilitet
- Får ej påverka hållfastheten av avjämningsmassan
- Homogen miljö i mätkammaren
- Produkten får inte flyta (konstant mätdjup)
- Indikera inställt mätdjup
- Mäta på djup av avjämningsmassa på 20-50 mm.

Larissa Niensens krav och önskemål:

- Ökad hållbarhet för hela produkten
- Mäta på djup av avjämningsmassa på upp till 80 mm.
- Skydd för glasdetaljer
- Tydligare indikering av inställt mätdjup
- Säkerställa stabilitet
- Säkra att produkten står kvar på botten

Egna krav och önskemål i ett kundperspektiv (baserat på tidigare handledningstillfällen):

- Mäta fukt med 3 % noggrannhet
- Mäta fukt på olika djup av avjämningsmassa
- Återanvända sensorn
- Ej komplicerad att använda
- Får ej välta under mätning
- Bra synlighet
- Minimal påverkan på avjämningsmassans hållfastighet
- Enkel demontering efter användning
- Självjusterande mätdjup

Jämförelse:

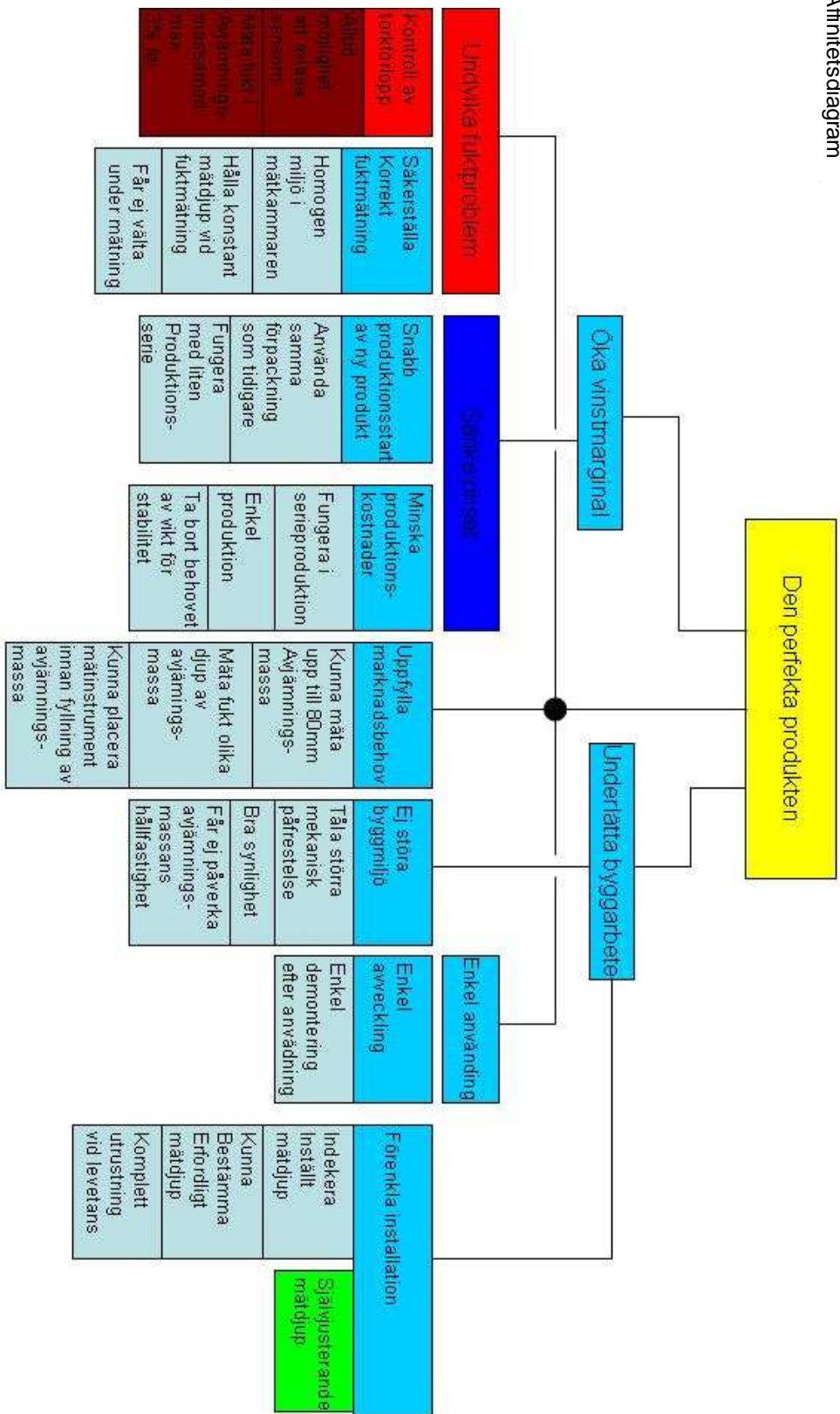
Vid intervjun märktes tydliga skillnader mellan Alfasensor:s och Larissa Nielsens önskemål. T.ex. uttryckte Alfasensor problemet med produktens instabilitet som mycket litet och att det i dagsläget är löst med den vikt som nu sitter i. Larissa Nielsen upplever däremot fortfarande produkten som alldeles för lätt, t.ex. måste produkten, enligt henne hållas ned för att inte flyta upp innan ingjutning. Även kravet på spannet av möjliga mätdjup skiljer sig åt väsentligt. Enligt Larissa Nielsen är problemet med avlägsningen av produkten, samt det hål den efterlämnar efter användning, mycket litet.

3.2 Formulering av krav

För att konkretisera och kategorisera kundens behov, marknads standarder samt nya funktioner/egenskaper kan man använda sig av ett antal olika metoder. En utav dessa metoder kallas affinitetsdiagram. Detta används för att strukturera och dela upp de olika kundkraven i dels liknande kategorier med rubriker, och dels i de olika sorters kraven enligt kanomodellen (se punkt 3.1).

I affinitetsdiagrammet (se figur 2) ses relationerna mellan grupperna av krav, hur de är sammankopplade och i vilken hierarki de följer. Röd färg indikerar ej uttalade baskrav, blå färg indikerar uttalade krav och grön färg indikerar "pricken över i:et". Affinitetsdiagrammet fungerar på så sätt att varje krav kan läsas och frågas varför, som replikeras med gruppens rubrik. Gruppens rubrik är således svaret på varför kravet finns. Rubrikerna är kopplade till andra rubriker med gemensamma intressen, faktorer eller marknadsintressen.

Figur 2. Affinitetsdiagram



3.3 Kartlägga konkurrenter och branschnormer

Ett steg i produktutveckling är att kartlägga hur produktens marknad ser ut. Detta för att säkerställa att ens produkt ej har sämre kundvärde än konkurrenterna eller att den inte uppfyller de branschnormer som finns, dessa kan förändras. För att detta inte skall hända så är det viktigt att veta vad konkurrenter gör samt att vara uppdaterad på de förändringar i branschnormerna som kan ske.

En branschnorm som finns idag är att innan golv läggs på avjämningsmassan så skall en RBK-konsult kontrollera RF-nivån. SCREEDRY kan inte ersätta denna mätning då den inte är godkänd för detta. Att anlita en RBK-konsult för en fuktmetning är dyrt och skulle inte RF-nivån vara låg nog så måste en ny kontroll utföras. Denna mätning kan behöva göras fler än två gånger och detta kan bli mycket dyrt. När SCREEDRY visar att fukten är under normvärde så är det dags att anlita RBK-konsult för mätning. Denne RBK-konsult kan sedan ge klartecken för att fortsätta lägga golv, utan att ytterliga mätningar behöver utföras.

I dagsläget finns det inte någon lösning som liknar SCREEDRY på marknaden. Därför går det inte att studera någon konkurrerande produkt.

En liknande produkt som ofta används parallellt med SCREEDRY är en produkt som man borrar genom avjämningsmassan för att montera den¹. Skillnaden med denna produkt är att den endast kan göra en mätning per produkt. Förloppet ser ut som följande: Man borrar ett hål, stoppar i mätsticket och sedan får man ett resultat. För att göra en ny mätning krävs en ny mätsticka.

¹ Larissa Nielsen, Hifab