



Vägen till rätt design

EN FÄRDGUIDE FÖR DESIGNKÖPAREN



Förord

Ett av de främsta konkurrensmedlen för svenska företag i framtiden är utan tvekan möjligheten att utveckla bättre och mer intressanta produkter än konkurrenterna. En viktig komponent för att lyckas med det är att jobba mer med design än idag. Det är lätt att fokusera på produktfördelar som kan mätas, vägas eller klockas. De är naturligtvis en förutsättning för att lyckas, men i en omvärld där allt fler kan producera produkter av liknande kvalitet, måste svenska företag tänka bredare och ta alla chanser de kan för att få ett försprång mot konkurrenterna. Det visar sig gång på gång att företag som investerar i design och varumärkesbyggnad får igen sin investering med råge – oavsett om man säljer industrirobotar eller konsumentprodukter.

Om man inte har tänkt i de här banorna tidigare kan det vara svårt att veta hur man jobbar med design som arbetsmetod. I den här färdguiden förklarar vi hur det vi kallar designprocessen fungerar i stora drag. Vill du veta mer ingående hur du ska göra för att jobba med design som ett konkurrensmedel, ta kontakt med ditt regionala SVID-kontor. De kan hjälpa dig med kontakter med lämpliga designföretag och vägledning genom processen.

Robin Edman, VD SVID



Stiftelsen
Svensk
Industridesign

Innehåll

Offert	4
Insikt	5
Förslag	6
Genomförande	9
Kvalitet	10
Formskydd/patent	11
Lansering	12
Implementering/utvärdering	14
Vilka frågor ska jag ställa till en designkonsult?	16
Vilka frågor skall jag förbereda mig att svara på när jag träffar en designer?	17
Designrådgivare, SVID	18



Offert**1****1 Offert**

Innan något arbete kan påbörjas måste man enas om två saker: Vad som ska göras och vad det får kosta. För att det ska vara möjligt att fastställa detta måste det finnas en komplett uppdragsbeskrivning, även kallad brief. Denna ska beskriva förutsättningar, tidplaner och förväntade mål. Ofta kan designern få i uppdrag att göra en förstudie för att analysera förutsättningarna för utvecklingen av en produkt inom företaget och på marknaden. Denna förstudie används sedan för att forma arbetsunderlaget och offerten.

För att arbetet ska fortlöpa utan problem är det viktigt att hela projektet är noggrant beskrivet i offerten. Det kommer att underlätta samarbetet och undvika onödiga missförstånd, framför allt om medarbetare blir sjuka eller slutar under projektets gång.

2 Insikt

För att få ut bästa möjliga resultat av samarbetet med ett designföretag, är det bra att veta hur en designer vanligtvis jobbar. För någon som inte är initierad kan det framstå som att en designer är en person som enbart ger produkten en annorlunda och tilltalande form. Så är det inte. Faktum är att den viktigaste delen av designerns jobb är att analysera förutsättningarna, produkten, företaget, kunderna och marknaden. Slutresultatet ska utgå från företagets värderingar och anpassas efter kundernas behov, samt helst hitta en egen nisch på marknaden. Olika projekt kan kräva olika designkompetenser, och i en del fall behövs det fler än en designer. Exempel på specialkompetenser inom design är grafik, form och ergonomi.

Det är också viktigt att komma ihåg att designprocessen är ett samarbete mellan designern och beställaren, ju bättre samarbete, desto bättre slutresultat. En annan förutsättning för att designern ska kunna göra bästa möjliga jobb är möjligheten att få kontakt med nuvarande och blivande kunder, detta för att få en riktig bild av projektets förutsättningar.

2**Insikt**

3 Förslag

Nästa steg i processen är att designern tar fram ett antal förslag baserade på den analys och funktionsstudie som är gjord. Förslagen kan presenteras som skrivna funderingar, skisser, dataanimeringar eller enkla modeller. De här första förslagen kan man med fördel diskutera med såväl anställda som kunder för att komplettera kravanalysen. Det kan vara ovärderligt att få synpunkter från en annan synvinkel för att få fram ett koncept som motsvarar marknadens behov och krav.

Förslag

3



Att tänka på...

Glöm inte att ju tydligare och bättre underlag du kan presentera för designern desto bättre förutsättningar till ett lyckat resultat. Dessutom blir det alltid dyrare att under resans gång tillföra nya uppgifter som borde ha varit med från början. Och det viktigaste av allt – påbörja aldrig ett jobb utan ett skriftligt avtal.

Claes Frössén, SVID

4 Genomförande

Designarbetet är en gemensam process mellan beställaren och designern. Genom diskussioner kommer man fram till vad som måste förändras och förbättras i de första förslagen från designern. Ofta kan det bli justeringar och kompletteringar i den här fasen, då varje nytt steg kan blottlägga nya möjligheter eller problem. Men många små steg är ofta bättre än ett stort, för att alla parter ska få förståelse för processen och dra sitt strå till stacken.

När ni tillsammans har ringat in den idé som ska förverkligas, är det dags att ta fram en modell och ibland också en helt, eller delvis fungerande prototyp.

Om resultatet av prototypen är tillfredställande, och den nya produkten har fått sin slutgiltiga form är det dags att göra konstruktions- och produktionsunderlag.

5 Kvalitet

I samband med produktionsplaneringen och provserierna uppstår ofta oväntade problem som kan behöva rättas till. En designer kan i dessa fall hjälpa till att kontrollera att kvaliteten blir fortsatt hög och att produkten uppfyller avsedda behov och förväntningar.

6

Formskydd/patent

6 Formskydd/patent

För att den nya produkten ska vara unik på marknaden så länge som möjligt, är det viktigt att skydda sin investering i design. Patent- och registreringsverket handhar ett flertal olika skydd för form och varumärke, som fungerar såväl nationellt som internationellt. Om ni har utvecklat en unik lösning eller funktion, bör en patentbyrå kopplas in, då ansökningarna är mer omfattande än rena formskydd och upphovsrättsskydd. Designern är ofta väl insatt i sådana här frågor, så om ni känner er osäkra brukar det gå bra att diskutera dessa med designern.

7

Lansering

7 Lansering

Marknadsplaneringen är en process som bör löpa parallellt med designarbetet. En nära kontakt mellan er marknadsavdelning, reklambyrå och designföretaget är därför viktig. Redan tidigt i arbetet kan det vara bra om marknadsavdelningen och designföretaget har kontakt så att alla är medvetna om de argument som finns, och bör finnas, för den kommande produkten. Detta underlättar en snabb lansering när produkten är färdig.



Att tänka på...

Kompetensen och referenser är viktiga hos designern, men glöm inte att personkemin mellan er är en mycket viktig komponent som ska vägas in. Ni ska ju arbeta nära varandra för att resultatet ska bli framgångsrikt.

Anne Flyboo, SVID

8

Implementering/utvärdering

8 Implementering/utvärdering

När produkten är färdig och har nått marknaden bör samarbetet med designern följas upp och utvärderas. För att kunna förbättra samarbetet till framtida projekt är det viktigt att ta sig tid att utvärdera både produkten och själva designprocessen. Har man nått de mål som man satte upp när arbetet påbörjades? Stämde de argument som utvecklades i början av processen? Fungerar produkten så som det var tänkt, och har den fått den position på marknaden som önskades? Har investeringen i design ökat försäljningsvolymen och/eller vinsten så som ni beräknat? Tveka inte att ta kontakt med designern för återkoppling på de här frågorna!

Vilka frågor ska jag ställa till en designkonsult?

På det affärsmässiga planet är det ingen större skillnad att anlita ett designföretag än något annat företag. Vi vill ändå lyfta fram några viktiga frågor:

Om designföretaget

- Har ni tidigare jobbat i vår bransch?
- Arbetar ni med någon av våra konkurrenter?
- Hur länge har ni varit verksamma?
- Hur många medarbetare har ni?
- Har ni en konsultansvarsförsäkring?
- Har ni några referenser och exempel på jobb?

Om Uppdraget

- Vem är vår kontaktperson hos er?
- Om kontaktpersonen inte är tillgänglig, vem ansvarar för att jobbet utförs?
- Hur ser upphovsrätten ut?
- Har vi full nyttjanderätt av det levererade arbetet?

Om avtalet

- Hur ser betalningsvillkoren ut?
- Vad är kostnaden på tilläggsuppgifter, utöver offert?
- Vilka leveransvillkor gäller, för kvalitet, innehåll och tider?
- Har ni F-skattsedel?
- Starta inget jobb innan vi skriftligen är överens om pris!

Om uppdragsgivaren

- Vad kommer det att krävas för insats av oss under arbetet?
- Vilket underlag krävs från oss?

Vilka frågor skall jag förbereda mig att svara på när jag träffar en designer?

Om design

- Vad är design för mig?
- Har ni arbetat med designuppdrag tidigare?

Om uppdraget

- Varför ser ni ett behov av en designer just nu?
- Vad vill ni uppnå med uppdraget?
- Har ni skrivit en uppdragsbeskrivning (brief)?
- Vem skall vara kontaktperson?
- Vem fattar besluten i designuppdraget?
- Kan vi ha kontakt med era leverantörer och kunder?
- Vem ansvarar för konstruktion och kvalitet?
- Kan vi få tillgång till dialog med er reklambyrå?
- Vad kan försena projektet, och hur stora är riskerna för det?
- Hur ser er miljöpolicy ut?
- Vilka är era grafiska riktlinjer och ev. designpolicy?
- Hur ser er varumärkesstrategi och affärsidé ut?

Om marknaden

- Vi har behov av en precisering av företagets målgrupp, kan du beskriva kunderna?
- Kan jag få träffa några av era kunder och användare för studier och intervjuer?
- Hur distribueras produkterna?

Om ekonomi

- Hur mycket omsätter företaget/produkten?
- Hur ser lönsamheten ut för företaget/produkten?



SVID, Stiftelsen Svensk Industridesign
Sveavägen 34, 111 34 Stockholm
E-post: info@svid.se
Tel växel: 08 406 84 40
Fax: 08 661 20 35



www.svid.se