

Beskrivelse af casevirksomhed/foredrag til D4B gå-hjem-møde

Serviceorienteret produktudvikling – med Danfoss som konkret caseeksempel

De fleste virksomheder har erkendt at den gode forretning ikke kun afhænger af "tingen" – det fysiske produkt, men af leverancen af komplette servicesystemer. Systemer der inkluderer produkter, serviceydelser og endda forretningsmodellen der binder kunder, brugere og leverandøren sammen. Eksempler kan tages fra alle brancher og industrier: Apples iPod, Rolls Royce' flymotorer og kommercielle kølesystemer som Danfoss' RETAIL CARE™ forretning.

Når ens produkt på den måde ændrer karakter, har man også brug for en ny og bredere tilgang til produktudviklingen. Udviklingen af Servicesystemer er udvikling på tværs af virksomhedens kendte strukturer og funktioner, og der findes hidtil kun få bud på hvordan man kan gribe denne strategiske designopgave an.

Som konkret illustration igennem foredraget vil Detlef Matzen benytte et casestudie der beskriver en af Danfoss A/S forretningsområder. Danfoss fremstiller bl.a. elektroniske kontrolsystemer til kommercielle køleanlæg, der f.eks. bliver installeret i supermarkeder i hele verden. Disse styringsenheder kan i stigende grad levere oplysninger om deres driftstilstand via internettet og omvendt fjernstyres fra kontrolcentre uafhængig af deres geografiske placering.

De facto er Danfoss på vej fra en position som leverandør af kølekomponenter til at blive leverandør af +5 grader celsius til supermarkeder, det traditionelle fysiske produkt erstattes af en serviceydelse.

På trods af denne gradvise forandring af forretningsmodellen foregår udviklingen af fysiske komponenter og serviceydelser, der i høj grad er afhængig af komponenternes features, stadig relativ uafhængig af hinanden. Hvorfor dette er tilfældet, og hvordan designprocessen kan tilpasses den nye produktdefinition i fremtiden gives der bud på i foredraget.