

MED FOKUS PÅ BRUGERBEHOV OG FUNKTIONALITET

DANSK VAREBIL-INVENTAR

VIRKSOMHED / Dansk Varebil-inventar

WWW / varebil-inventar.dk

DATO / Marts 2014

FORFATTER / Benthe Hilligsø og Pia Storvang, SDU

OM D2i

D2i - Design to innovate er et udviklingsprogram, som har til formål at styrke danske virksomheders konkurrenceevne gennem brugen af design. I tilknytning til programmet gennemføres en række analyser, der samlet set skal styrke og udvikle det vidensgrundlag, som D2i arbejder på. I dette arbejde indgår at belyse danske virksomheders designpraksis, det vil sige deres forståelse af design og måden, hvorpå de anvender - eller ikke anvender - design. Casebeskrivelserne giver et indblik i nogle af de muligheder og udfordringer, virksomhederne står over for, hvis design skal gøre en forskel for dem.

2014 © D2i – Design to innovate

Dansk Varebil-inventar er en familieejet virksomhed, som tilbyder specialindretning af varebiler med et særligt fokus på funktionalitet og brugervenlighed. I foråret 2013 deltog virksomheden i en designkonsultation med D2i – Design to innovate.

Flemming Porsgaard er oprindeligt uddannet tømrer, men efter en tur omkring flyvevåbenet og en uddannelse som bygmester valgte han at etablere sin egen virksomhed med specialindretning af varebiler. Ideen til virksomheden kom, da hans arbejdsvil blev skadet, og han skulle indrette den på ny. Han indså meget hurtigt, at det var lettere at samle inventaret udenfor bilen og flytte det ind bagefter. Flemming Porsgaard greb fat i denne forretningsidé, og i 1986 etablerede han virksomheden Dansk Varebil-inventar. Virksomheden slog sig ned i den lille landsby Sjølund 10 km syd for Kolding. I 2005 blev Lone Porsgaard, Flemmings datter, ansat i virksomheden, hvor hun i dag arbejder med den administrative del.

Virksomheden voksede stødt frem til krisens start i 2008. Her havde virksomheden syv ansatte og tre måneders ventetid på sine produkter. Krisen påvirkede virksomheden markant, og i en periode var de kun to ansatte. I dag kan Dansk Varebil-inventar mærke, at krisen er ved at lette, og de har derfor ansat endnu en mand til at hjælpe i produktionen.

Virksomhedens produkt laves i krydsfiner med aluminiumsforkanter og kombineres med plastikskuffer og æsker i fiberpap. Både reoler og fiberkasser produceres efter specialmål, så der kan skabes en ideel løsning til den enkelte bil. Dette tillader standardindretning ikke. Derfor blev Flemming Porsgaard sat i lidt af en katepine, da fiberkassevirksomheden besluttede sig for at lukke ned. Han tog konsekvensen og opkøbte virksomheden, så de stadig kan levere fleksible løsninger hurtigt og effektivt til deres kunder.

DESIGN AF VAREBILINDRETNING

Flemming Porsgaard har fra virksomhedens start selv designet indretningen til varebilerne. Her sætter han fokus på funktionalitet og brugervenlighed, hvor han prioriterer at lave ordentlige afslutninger, så produktet fremstår professionelt. Lone Porsgaard er med tiden blevet oplært i designprocessen, og i dag vælger kunder lige så ofte at snakke med hende som med Flemming Porsgaard om bilernes indretning.

Fokus for designprocessen er kundernes behov og ønsker. Kunden kommer ofte med en fast ide om, hvad de ønsker sig af varebilindretningen. Dette afholder dog ikke Flemming Porsgaard og Lone Porsgaard fra at stille kritiske spørgsmål til kundens behov for at finde den optimale løsning. I denne proces benytter de



Foto: www.varebil-inventar.dk

Billede 1 /
Varebilindretning set fra bilens bagende.

sig ofte af fotos af andre kunders varebilsindretninger til at hjælpe kunden med at forstå deres ideer. Denne dialog gør, at kunden ofte får en ny forståelse af sine egne behov og må hjem i tænkeboks for at fastlægge ønskerne til varebilens indretning. Herpå udvikler Dansk Varebil-inventar et designforslag og giver et prisoverslag. Skitseprocessen er indtil nu foregået i hånden, men i dag har de indkøbt et computerprogram, som skal være behjælpelig i denne proces.



Billede 2 /
Varebilindretning set fra bilens side.

Fokuset på brugerens behov gør, at kunden oplever stor tilfredshed både i samarbejdet med Dansk Varebil-inventar og i brugen af de færdige produkter. Derfor vender mange virksomheder også tilbage, når de skal have indrettet deres næste varebil. Nogle af Dansk Varebil-inventars kunder oplever derfor heller ikke virksomheden som deres leverandør, men som en forlænget del af deres egen virksomhed, som sætter dem i stand til at udføre deres arbejde mere professionelt.

Flemming Porsgaards perfektionisme og store sans for kvalitet kommer til udtryk ved, at han opfordrer sine kunder til at ringe, hvis produktet har fejl, eller det skal rettes til. Han fortæller: *"Og jeg plejer også gerne at sige til en kunde: 'Og hvis der nu er noget, så ringer du. Også selvom det er en lille ting, som du selv retter, så ring alligevel, for jeg skal ikke lave den fejl én gang til'."* Lone Porsgaard fortæller, at deres udviklingsproces kører i loops. Ofte trækker de deres ny erhvervede erfaringer med ind i det næste projekt og bruger nogle af de samme løsninger fra projekt til projekt.

Lone Porsgaard og Flemming Porsgaard har to forskellige tilgange til produktudviklingen. Han er udpræget entreprenør, som

drives af lysten til at løse den nærværende udfordring, hvor hun er forretningskvinde, som indtænker ideens rentabilitet. Lone Porsgaard udtrykker forskellen på denne måde: *"Jeg påtvinger mere min sparring på ham, når han laver en eller anden Georg Gearløs-løsning, og jeg så siger: 'Ved du hvad, det får vi aldrig penge hjem på. Skær geden der eller sådan noget.' For Flemmings indretninger, de kan som regel også lave kaffe selv og sådan noget"*.

Nogle af virksomhedens projekter er enkle opgaver, som er nemme at løse, mens andre er mere tidskrævende, særligt i den indledende udviklingsfase. Dette betyder, at ikke alle projekter er rentable. Dette ser Flemming Porsgaard dog ikke som en ulempe, da han kan bruge erfaringen hos andre kunder, for som han siger: *"Det er jo folks problemer, jeg egentlig har solgt videre"*.

Virksomheden befinder sig altså i en vedvarende udviklingsproces, hvor de ønsker hele tiden at blive skarpere og finde bedre løsninger.

Design spiller ikke nogen væsentlig rolle andre steder i virksomheden, heller ikke i markedsføring. Virksomheden fortæller, at de sjældent har brugt penge på reklame, og at de føler, at de får midler, de har brugt, ikke har betalt sig tilbage. Det er først de seneste år, at dette har ændret sig. I dag reklamerer de på Google Adwords og kan regulere kundestrømmen ved at skrue op og ned for deres reklamer. Efter deres medvirken i D2i's designkonsultation har virksomheden endvidere fået udarbejdet en reklamevideo, hvor en af deres kunder viser sin varebil frem. Filmen ligger på virksomhedens hjemmeside.

SMÅT ER GODT

Virksomheden er bygget til at kunne have op til 10 mand ansat, men det passer Flemming Porsgaard fint, at virksomhedens fulde kapacitet aldrig har været udnyttet. Da virksomheden var på sit højeste tilbage i 2007, blev designprocessen en flaskehals i virksomhedens videre ekspansion. Nogle gange kunne der gå tre mand rundt og vente på Flemming Porsgaard. Dette gjorde arbejdsprocessen ineffektiv og forretningen mindre rentabel. Noget af flaskehalsen forsvandt, da Lone Porsgaard også begyndte at designe. En anden måde, virksomheden prøvede at effektivisere sin proces på, var ved at arbejde med tanken om at tilbyde standardindretninger. Dette nåede dog aldrig at slå igennem inden krisen. Virksomhedens satsning på standarder findes i dag som priseksempler, men bliver næsten aldrig solgt. Dette skyldes, at virksomhedens styrke ligger i deres særlige fokus på brugerbehov og brugertilpasning, hvilket standarder ikke kan levere. Flaskehalsen er i dag forsvundet, og virksomhedens indtjening er langt bedre end tilbage i 2007. De næsten tre måneder lange ventetider, som virksomheden oplevede op til krisen, ser Flemming Porsgaard som uacceptable. Virksomhedens kunder er murermestre og tømrermestre, som ansætter en svend til næste uge, og så kan de ikke vente tre måneder på at få en ny bil. Derfor foretrækker han at holde ventetiden nede og bevare virksomhedens fleksibilitet. Dette kan de gøre nu, hvor de er tre ansatte.

DESIGNKONSULTATION MED D2i

Flemming Porsgaard har i dag nået pensionsalderen og er derfor begyndt at gå i salgstanker. Han ønskede derfor hjælp fra D2i til at belyse og visualisere virksomhedens værdi og kvaliteter. Dette hjalp to D2i-designkonsulenter virksomheden med en dag i april 2013. Dagen bød på interview med nogle af Dansk Varebil-inventars kunder, en gennemgang af virksomhedens forretningsmodel og idégenerering omkring, hvordan virksomhedens fiberkasseproduktion kan videreudvikles.

Designkonsultationen har givet dem indsigt i, hvordan design kan bruges på andre områder i virksomheden. Her ser de særligt et potentiale i en visuel formidling, både gennem reklamevideoer og værkstedets visuelle indretning. Derudover stiftede virksomheden bekendtskab med nogle gode metoder til at udvikle og innovere deres processer og produkter. Disse metoder er de meget begejstret for. I forhold til fiberkasseproduktionen arbejder virksomheden videre med nogle af de nye forretningsidéer, som opstod under designkonsultationen. Lone Porsgaard fortæller, at hun synes, at det er særligt interessant at undersøge mulighederne for at bringe deres produkter ind som en del af en supply chain, som kan være med til at skabe værdi til andre produkter. Vigtigst af alt er dog, at virksomheden er blevet opmærksom på det designarbejde, som de allerede gjorde i deres virksomhed. Flemming Porsgaard siger det sådan: "Jeg har fået sat navn på nogle af vores gøremål".

