

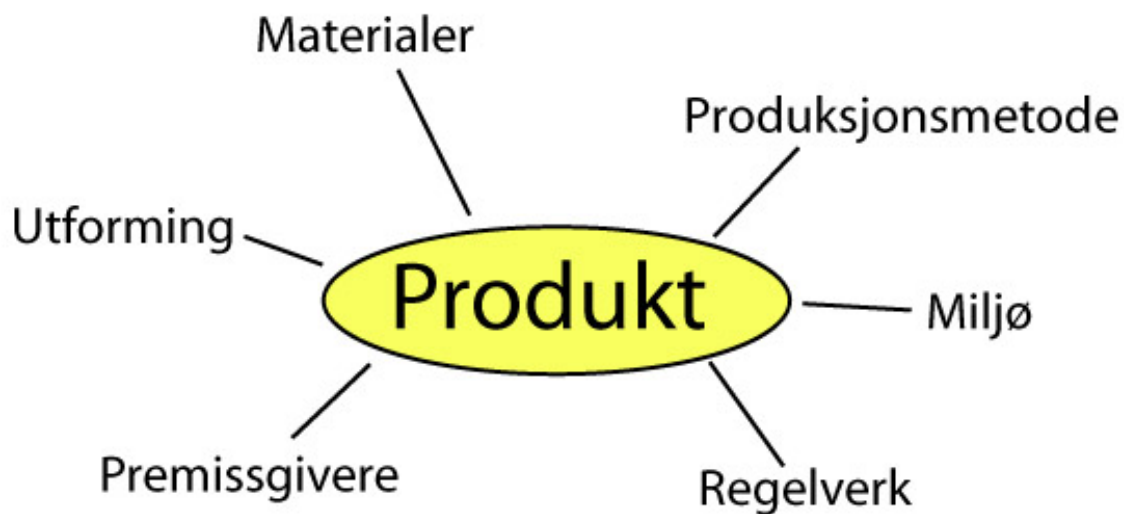
# Industridesign som virkemiddel for bedre produkter

Av Mats Augdal Heide  
SINTEF Fiskeri og havbruk

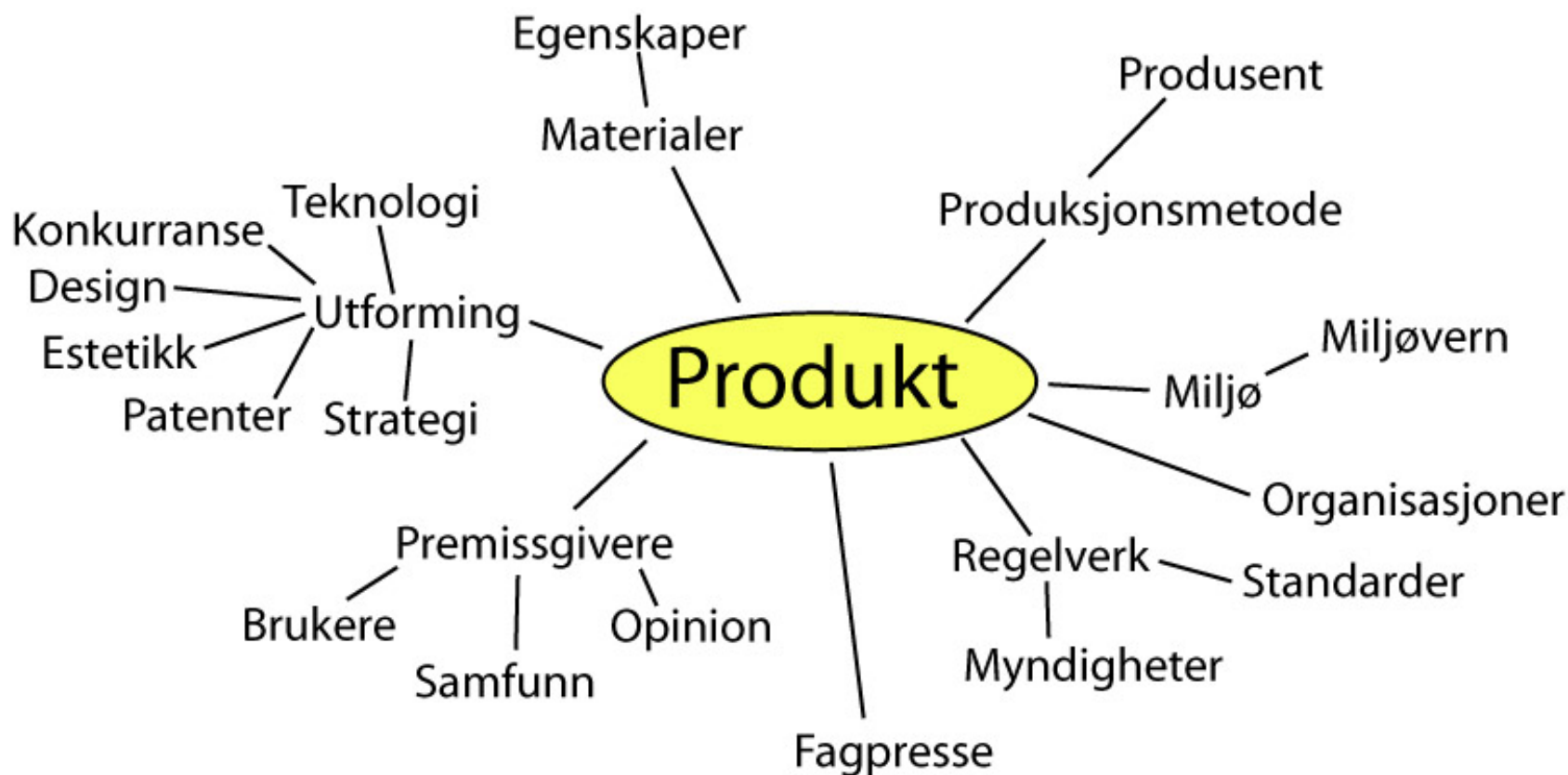
# Produktets interessefelt

Produkt

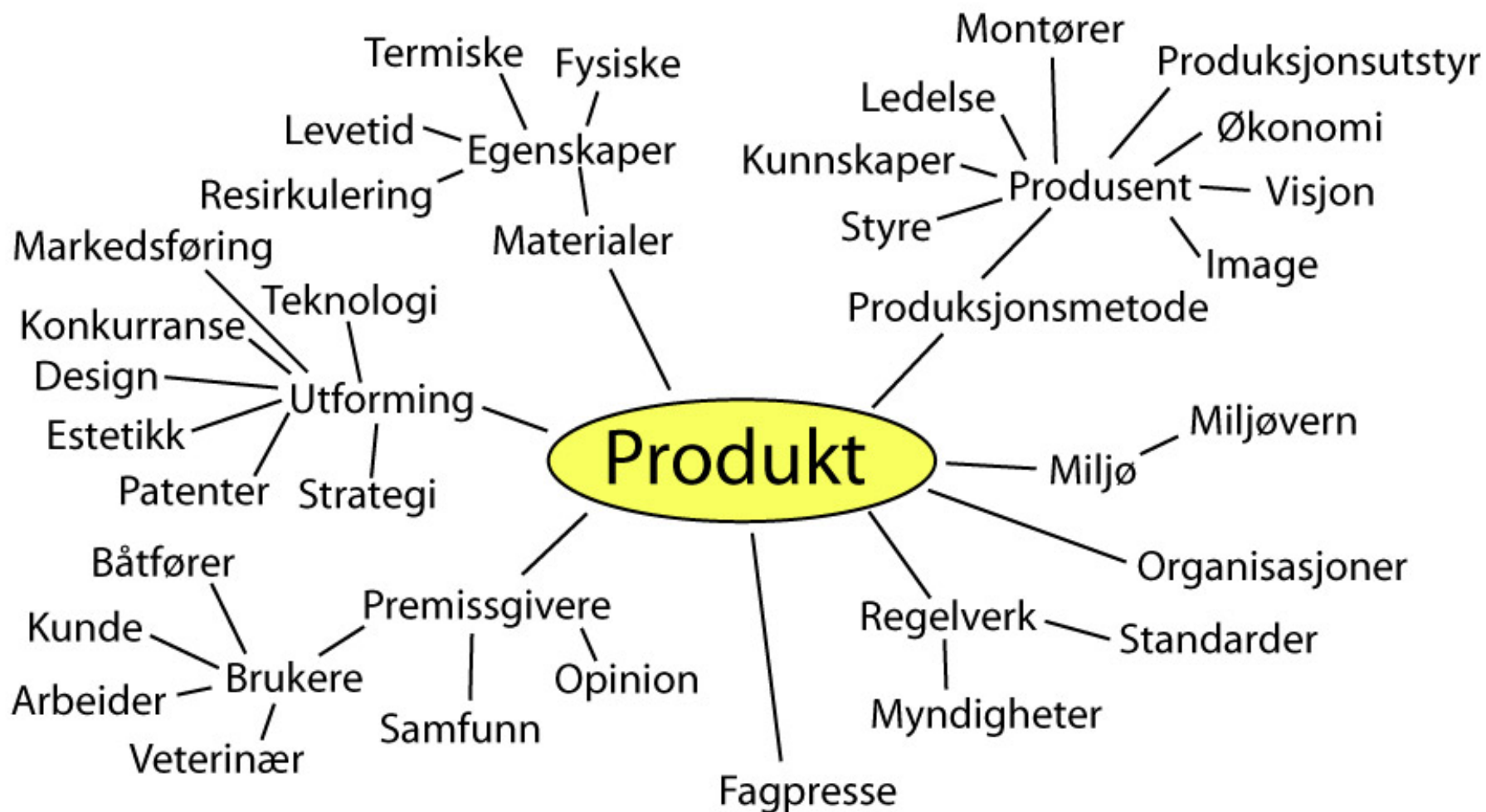
# Produktets interessefelt



# Produktets interessefelt



# Produktets interessefelt



# Bedriften: Ha en visjon

- En bør evne å se på sin bedrift og sine produkter fra tredjepersons perspektiv
  - Hvordan fremstår man? Hvordan ønsker man å fremstå?
  - Hvor er bedriften plassert i markedet i dag? Hvor vil man?
  - Hvilken visjon har ligget til grunn for utvikling av akkurat deres produkter? Hvilke verdier er grunnpillarer i bedriften?
  - Hvor er akkurat DERE unike? Finn det spesielle, og fremhev det.

”Connecting people” - Nokia

”Sheer driving pleasure” - BMW

”Når styrken teller” - Aqualine

”Teknologi for et bedre samfunn” - SINTEF

# Produktet: strategier for utforming

- Plattformdeling/  
Gjenbruk av  
komponenter
- Outsourcing
- Samarbeid
- Beskyttelse



# Brukerne

- Det er mange brukere av produktet:
  - Eksempel oppdrettsanlegg: Arbeideren på anlegget, kjøperen, båtføreren, arbeideren på servicebåten, dykkeren, reparatøren, veterinæren, hytteeieren + +
- Identifiser **behov**: Lytt til hva de **vil ha**, og finn ut hva de **trenger**, i dag og i fremtiden.
- Et salg er bare et første salg – gi kunden en grunn til å komme tilbake til dere.



# Oppsummering

- Brukerne stiller krav utover det rent funksjonelle ved produktet.
- Å bruke et produkt er en opplevelse!
  - Estetisk
  - Taktilt = "føle på"
  - Ergonomisk
  - Interaksjon og samspill
  - ...

....en opplevelse som taler til alle kroppens sanser

**Lykke til med videre produktutvikling!**