



LÅT INTE VISKLEKEN FÖRVANSKA KUNDKRAVEN

Rätt information från order till leverans

Vägen från kundens initiala krav till levererad produkt är ofta lång. I varje steg av kedjan riskerar viktig information att förvanskas och orsaka sämre kundnöjdhet. SPARK-projektet The whispering game ska ge tillverkande företag bättre möjligheter till effektiv överföring av orderspecifik information.

Krav på kundanpassade produkter är en verklighet som allt fler företag behöver förhålla sig till. Information från kunden måste fångas upp och samma information ska sedan föras vidare mellan olika individer och avdelningar, samt även externt till leverantörer. Ett vanligt problem är att en form av visklek uppstår, där informationen förändras i olika faser längs vägen. Resultatet kan bli att kunden får en produkt som inte överensstämmer med det som har beställts. I The whispering game-projektet analyserar forskargruppen och de deltagande företagen vilka riskområden som finns när det gäller kundorderspecifik information (KOSI) som förvrängs eller tappas bort. Syftet är att hitta strukturerat arbetssätt som eliminerar förvrängningar och som gör KOSI-överföringen så effektiv som möjligt.

OLIKA ROLLER – OLIKA TOLKNINGAR

Forskningen har visat att problematiken med förvrängd eller borttappad KOSI kan uppstå vart som helst i kedjan, både internt och externt, och att orsakerna varierar.

– Kundens information kan tolkas på olika sätt beroende på vilken roll man har i företaget, och vad den rollen mäts på. Exempelvis vill en inköpare köpa så billigt som möjligt, en säljare drivs av hur mycket som säljs och produktionssidan vill göra allt så effektivt som möjligt, säger The whispering game:s projektledare Jenny Bäckstrand.



TVÄRFUNKTIONELLT PROJEKT

I projektet har forskargruppen samarbetat med sex olika företag. Upplevda problem i verksamheterna, exempelvis intern och extern kommunikation, har presenterats och bearbetats i gemensamma workshops.

– Projektets forskarteam är medvetet sammansatt med olika bakgrunder och kompetenser, vilket medför att problemet kan angripas utifrån flera olika aspekter och infallsvinklar. Samtidigt sitter inte vi på facit, utan företagen reflekterar också över de andras problem och lösningar för att lära sig av varandra, säger Jenny Bäckstrand.

KUNDNÖJDHET I FOKUS

The whispering game löper till 2020 och genom att skapa bättre kommunikationsvägar för KOSI, förväntas kundnöjdheten hos företagen öka markant. Redan under

projektets första år visade sig flera förbättringar sett till information, kommunikation och motivation för att göra rätt i alla faser.

– Fysiska möten och snabba, tvärfunktionella avstämningar är exempel på saker som underlättar orderhanteringsprocessen och det har företagen fokuserat på, säger Jenny Bäckstrand.

Ett strukturerat arbetssätt som stödjer effektiv överföring av KOSI är extra betydelsefullt för tillverkande företag i Sverige och likartade länder.

– Det är svårt att nå lägst produktionskostnader, men vi är duktiga på design och kundanpassning. För att kunna bibehålla den styrkan måste vi förstå och kommunicera kundernas önskemål på ett effektivt sätt, säger Jenny Bäckstrand.

FAKTA



Fackhögskola: Tekniska Högskolan

Partnerföretag: Ericsson, Tranter, Combitech, Dörr&Portbolaget, TMF, Mastec

Projektid: 2017-2020

Forskarteam:

Jenny Bäckstrand, universitetslektor

Martin Lennartsson, universitetslektor

Annika Engström, universitetslektor

Nikolas Käkelä, doktorand

Finansiär:

KK-stiftelsen ><

VILL DU VETA MER OM PROJEKTET?

Projektledare: Jenny Bäckstrand, PhD

Tel: 036-101629

E-post: jenny.backstrand@ju.se



VILL DU OCKSÅ SAMARBETA MED OSS?

Kontakta: Linda Bergqvist, samverkansansvarig SPARK.

Tel: 036-101074

E-post: linda.bergqvist@ju.se

ju.se/spark

[linkedin.com/company/spark-ju](https://www.linkedin.com/company/spark-ju)



Gå till intresseanmälan

