

Nyt netværk skal tage service til det næste niveau

Når du tænker på at anskaffe dig et produkt i dag, så tænker du med overvejende sandsynlighed på at købe det. Sådan ser fremtiden dog næppe ud. Services kommer til at dominere fremtiden, spår eksperter om.

Derfor har manden bag virksomheden Rethink Design, den strategiske designer Jørgen Rasmussen, startet et netværk, "VÆRDIKÆDESAMARBEJDER - bolig og indretning", der skal gøre medlemmerne bedre til at udnytte de synergier, der er mellem mange af de deltagende firmaer og deres kunder. For der er mange fælles udfordringer og muligheder, hvis man som firma vil gentænke sine metoder. Temaerne er bl.a. Servicetransformation, Cirkulær økonomi og anvendelsen af Big Data.

- Netværket her skal få firmaer til at overveje, om ikke de kan få mere ud af at være "kolleger" med hinanden fremfor at konkurrere med hinanden. Det skal få dem til at tænke i, og dele viden om, værdikæder i forskellige typer af samarbejder. Det skal i korte træk forøge værdien for alle parter ved at få parterne til at arbejde sammen, siger Jørgen Rasmussen.



Strategisk designer Jørgen Rasmussen

"Se på det som et hus"

For Jørgen Rasmussen er den primære pointe, at vi skal se på værdikæder som økosystemer, der kan bidrage med noget til hinanden.

- Se på det som et hus. Når et hus skal bygges, skal der bruges en masse forskellige komponenter, men det er sjældent, der er én virksomhed, der leverer alle delelementerne – og slet ikke interiør og møbler. Derfor giver det mening, at man som firma indgår strategiske partnerskaber med ligesindede leverandører, der deler det samme kundegrundlag, men uden at have de samme produkter på hylderne, forklarer han.

Selv begrunder han vigtigheden af sådanne netværk med, at det er vigtigere end nogensinde før, at man skaber relationer, der giver merværdi. Gerne merværdi af en karakter, der tilgodeser kunden, og dermed indirekte også firmaet bag.

- Som verden ser ud nu, så er der ikke råd til at bekrige hinanden. Selvfølgelig vil der være firmaer, der ser det som en trussel at arbejde tæt sammen med andre firmaer, der ligger så tæt op ad ens eget eksistensgrundlag. I det lange løb tror både jeg og deltagerne dog på, at det er vejen frem, og der er intet til hinder for, at de kunne markedsføre sig sammen som en slags pakkedløsning.

Digitalisering i fokus

Hvordan skaber man så merværdi via netværk?

- Vi taler meget om blandt andet data og digitalisering. Det er en klar vej til, at vi kan lære af hinanden og udnytte synergier, hvis vi deler og analyserer på data sammen. På den måde kan vi komme tættere på kunder, vi har til fælles, og blive klogere på, hvad vi skal tilbyde dem. I sidste ende er det jo lige netop dét, service handler om, siger Jørgen Rasmussen.

Alle møder, der både er afholdt og vil blive afholdt i netværksgruppen, tager derfor også afsæt i et helt centralt spørgsmål; "Hvad giver merværdi for kunderne?"

- Denne tankegang kan implementeres rigtig mange steder. Alle vinder ved at tænke i værdi for kunden, for i sidste ende er det lige netop det, vi alle skal leve af. At kunden oplever en værdi af vores vare eller service, slutter Jørgen Rasmussen.

Deltagere i netværket er Andersen Furniture, HOLMRIS B8, Hammel Furniture, Horn Bordplader, Højer Møbler, ege, KVIK, BoConcept og Alexandra Instituttet. Netværket er en aktivitet under Innovationsnetværket Lifestyle & Design Cluster.

