



# Innovationsdag

27.04.2012 i Spinderihallerne i Vejle



**I 2009 havde Dolle A/S et samarbejde med  
AAA – Institut for Design  
omkring brugerdrevet design**

**- Formålet var at få opbygget en værktøjskasse til brugerinddragelse i  
designprocessen**



## Omdrejningspunktet for processen var anvendelse af loftrummet

Hos Dolle har vi altid været af den opfattelse,  
at vi kva vores produkter  
gav kunden adgang til mere plads



**Den indledende brugerundersøgelse gav imidlertid overraskende resultater – for det viste sig, at loftrummet var mandens domæne – kvinderne ville ikke derop, fordi det var mørkt, koldt, fugtigt og beskidt**

- Og loftrummet blev i modsætning til vores opfattelse ikke betragtet som en naturlig forlængelse af boligen, men rummet rangerede i højere grad på linje med et skur eller en carport**



**Overordnet set har vi fået to ting ud af processen:**

- 1. Vi har fået en ny selverkendelse, hvilket har medført, at vi har ændret fokus ifht. vores fremtidige forretning**
- 2. Det er gået op for os, hvor vigtigt det er at inddrage brugerne, og bruge denne viden når man arbejder med strategi**



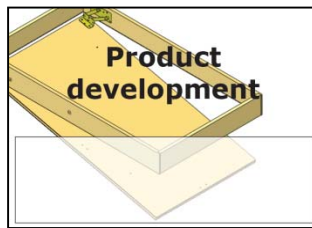
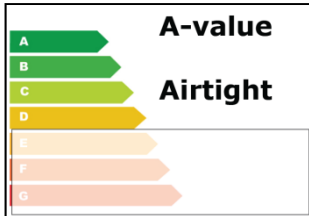
**Erkendelsen af, at brugerkontakt er utrolig vigtigt i produktudviklingen har medført, at vi nu har ændret vores processer, så involverer interessenter så meget som muligt – dvs. både grossist- og detailed såvel som håndværkere og slutbrugere.**

**Formålet er at finde ud af hvordan vi skal værdi for alle parter**









# Resultaterne af vores undersøgelser, prioriteret og samlet i et Blue Ocean strategilærred

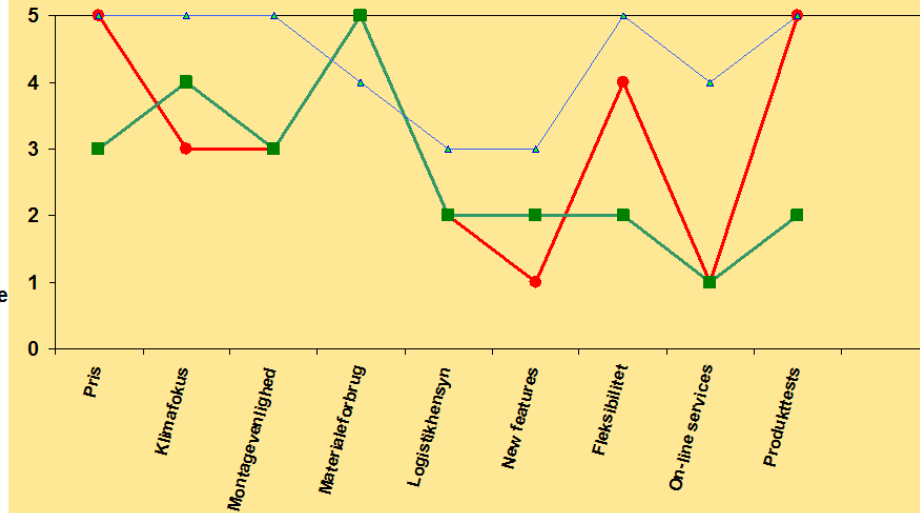
## Lofftrapper – Top range

(Minka = mørk grøn firkant, Dolle nu = rød cirkel, Dolle Ny = blå trekant)

Virksomheden tilbyder meget af den pågældende produkttegenskab

Det tilbud køberne modtager

Virksomheden tilbyder lidt af den pågældende produkttegenskab



Vurdering	
5	Høj
4	Mod. Høj
3	Gennemsnit
2	Mod. Lav
1	Lav
0	ikke-eksist.

Produktegenskaber som industrien i dag konkurrerer på i produktet, service og leveringsprocessen

Price	Climate	Assembly	Materials
Logistics	Flexible	Online	New Features
Shopping Experience	Product Testing		

# Fra strategilærred til produkt: ClickFix 76

Pris Salgspris uændret

Klimafokus U-værdi 0,49 W/m<sup>2</sup>K – markedets bedste – ingen kuldebroer

Montageevenlighed [3-delt montage med klik-samling – ingen tunge løft](#)

Click Fix 76 reduceret montagetid

Profi + (eksisterende topmodel)

Materialeforbrug Reduceret med 10%

Log

Flel

On-

Pro

New features

og TÜV

Lys når trapp





## Status

Selve Click Fix konceptet blev for udvalgte kunder første gang introduceret på "Bau" messen i München i januar 2011.

Click Fix76<sup>®</sup> blev lanceret på "DACH + Holz 2012" i Stuttgart i februar 2012 og på "TUN Byg 2012" i Fredericia i marts 2012.

Click Fix76<sup>®</sup> har fået en fantastisk modtagelse på markedet, hvor vi har været i dialog med mange erfarne håndværkere.

Tre elementer gør den nye Click Fix76<sup>®</sup> unik:

- Lav vægt og let håndtering
- Hurtigere montage uden tunge løft
- God isolerings evne og dermed besparelse på vareregningen