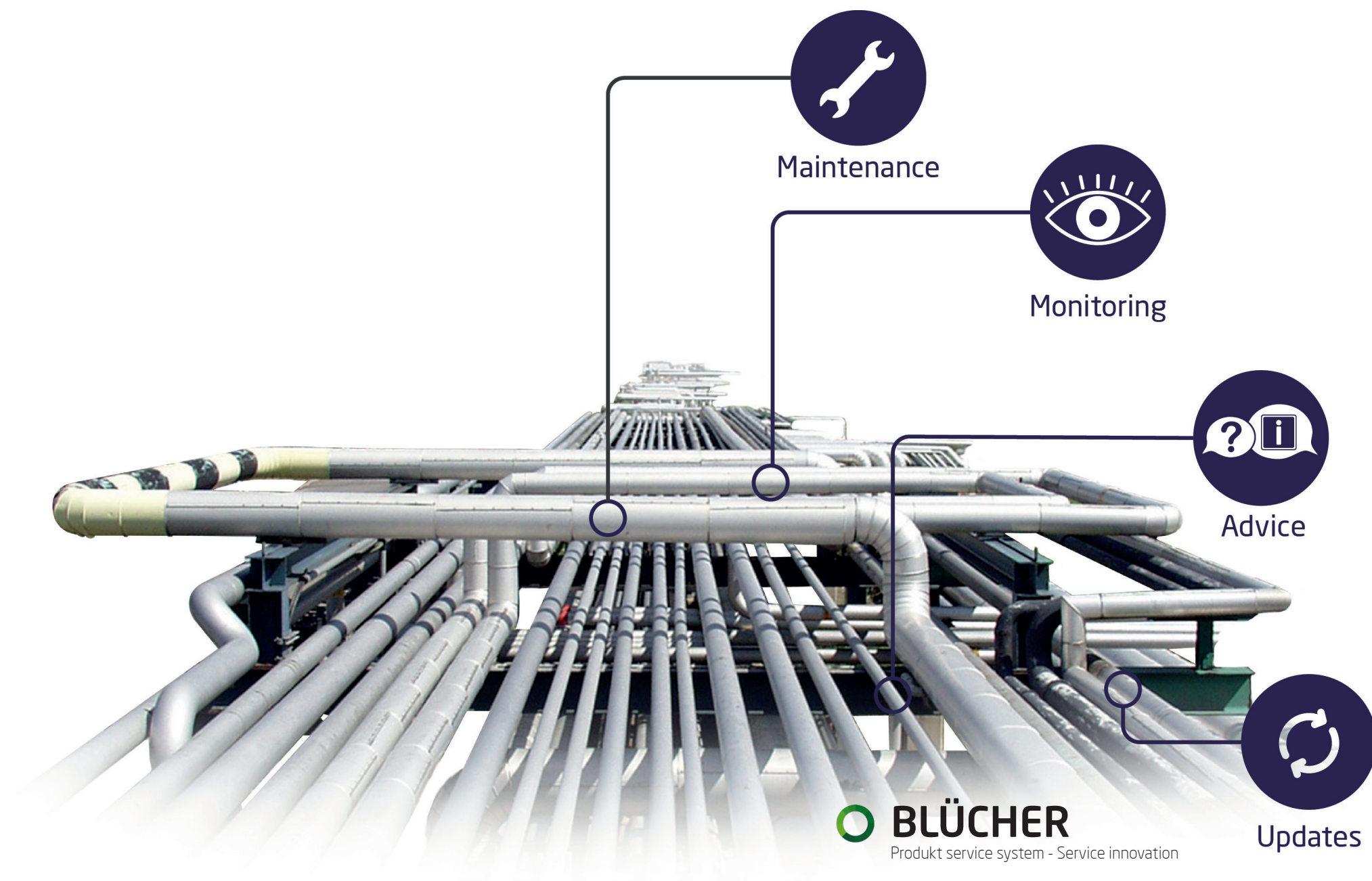
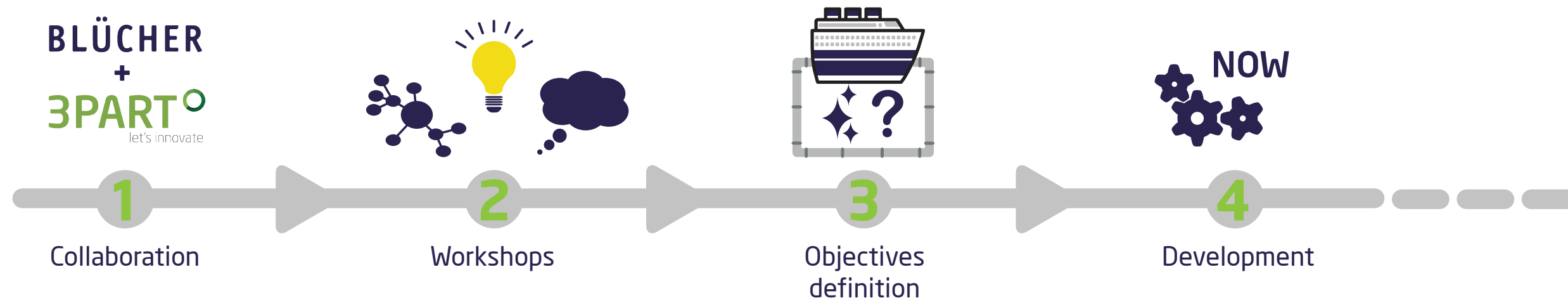
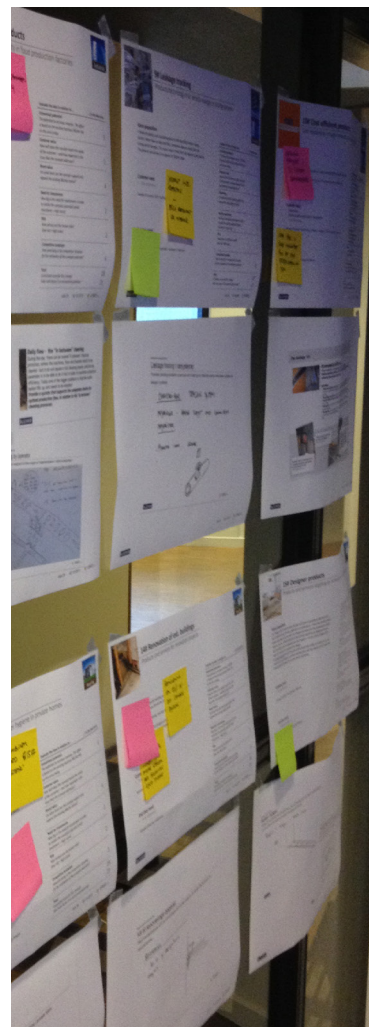




I løbet af 2016 har BLÜCHER samarbejdet med 3PART i et forsøg på at udfordre den eksisterende forretning, ved at se på mulighederne i form af produkt service systemer.

Projektets ambition var at udvikle low resolution service koncepter, for at vurdere om det ville være muligt for BLÜCHER at gennemføre et strategisk skift og begynde at fokusere på, at udvikle immaterielle serviceprodukter til at supplere og støtte deres eksisterende porteføljer af fysiske produkter.

Dette er virksomhedens første skridt i udviklingen af et serviceprodukt og den mulige start på en strategisk udviklingsproces af en traditionel produktionsvirksomhed.



Fra producentvirksomhed til servicevirksomhed

Produkt service system - Service innovation

3PART leverede:

- Projektspecifikationer
- Konceptmapping og -beskrivelser
- Konceptevaluering og -udvælgelse
- Facilitering
- Bruger og teknologi research
- Service design koncept
- Internt kommunikationsmateriale
- Materiale for videreudvikling

Opgave:

Blücher, en af Europas førende producenter af afløbssystemer, ønskede at udfordre sin eksisterende forretning ved at kigge i muligheder for service innovation og produkt service systemer. Ambitionen var at udvikle en vidensbase og interne kompetencer i forhold til service innovation. Der blev bygget low resolution service produktkoncepter for at afdække, om og hvordan det er muligt at forfølge dette forretningsområde.

Proces:

Projektet begyndte med en indledende analyse af produktområder og markeder, som Blücher allerede opererer på. Ambitionen var at bruge allerede initialiserede idéer og eksisterende produkter, som fandtes i Blüchers udviklede rørledninger, for at opnå et højt tempo i processen og udnytte organisatorisk arbejde, der allerede var udført.

Mange eksisterende idéer var relevante og gav et tilstrækkeligt idékatalog. Det næste skridt var at evaluere dem ved at sammenligne den potentielle indkomst med udviklingsinvesteringen.

Efter at have valgt et produktområde at starte ud fra, var næste skridt at få et globalt udsyn på produktmiljøet. Marked- og kundeundersøgelser blev realiseret, for at fastslå om der var uopfyldte behov med potentiale, der kunne frigives gennem et nyt produkt-service system.

I konceptfasen blev et detaljeret service koncept designet, bygget på indsigterne fra research-fasen, samt de strategiske og økonomiske ambitioner - f.eks i forhold til den krævede potentielle omsætning i forretningsområdet. Der blev med vilje set bort fra nuværende ressourcer, da Blücher var klar til at tegne sig nye forretningsenheder, personale og udstyr, samt at indgå nye partnerskaber med virksomheder, der ejer yderligere produkter og tjenester.

I denne fase blev også udviklet en ny rørledningsvariant til at danne produktgrundlaget for servicekonceptet. For at kommunikere servicekonceptet effektivt, var formålet med den afsluttende fase at visualisere og beskrive alle elementer. I denne fase blev etableret en handlingsplan for yderligere intern udvikling. Dette markerede den midlertidige ende af 3PARTs engagement i dette projekt.

Blücher er i øjeblikket ved at evaluere konceptet med kunder og nye samarbeidspartnere. Der er udarbejdet forretningsmodeller for at vurdere potentialet i den nye

rørledningsvariant og servicen relateret dertil. Vi forventer, at materialet skal forelægges bestyrelsen i Watts Water Technologies i begyndelsen af 2017, hvorefter den videre udvikling af både produkt og service koncept vil fortsætte.

Resultat:

- Etablering af projektets omfang, udnyttelse af eksisterende materiale.
- Bruger og markedsundersøgelser.
- Detaljeret konceptdesign: ny rørledningsvariant og serviceprodukt.
- Analyse af økonomisk potentiale.
- Internt kommunikationsmateriale.
- Detaljeret handlingsplan for nærmere serviceudvikling.

"Lige nu er vi lidt en producentvirksomhed. Men vi vil gerne gå over til at være en servicevirksomhed, der leverer hele løsningen. Hvis vi ikke bliver provokeret, så tænker vi jo bare i vores egen lille hverdag - indeni vores egen lille osteklokke", understreger Søren Davidsen, Marketing manager, BLÜCHER.