



Jydsk Barberblade-Fabrik

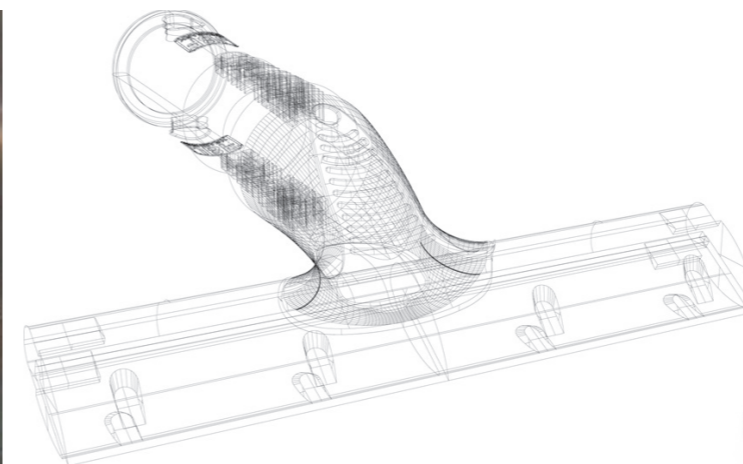
Triumph MK3 - redesign og markedsføringsmateriale

Via redesign og revitalisering af et af Jydsk Barberblade-Fabriks eksisterende produkter, samt udvikling af en helt ny og moderne visuel identitet, var 3PART med til at skabe grundlaget for øget salg og JBFs hidtil bedste regnskabsår. Den nye vinduesskraber Triumph MK3 blev med forbedret ergonomi og udtryk hurtigt en salgssucces, endda uden at det gik ud over salget af den oprindelige Triumph MK2.

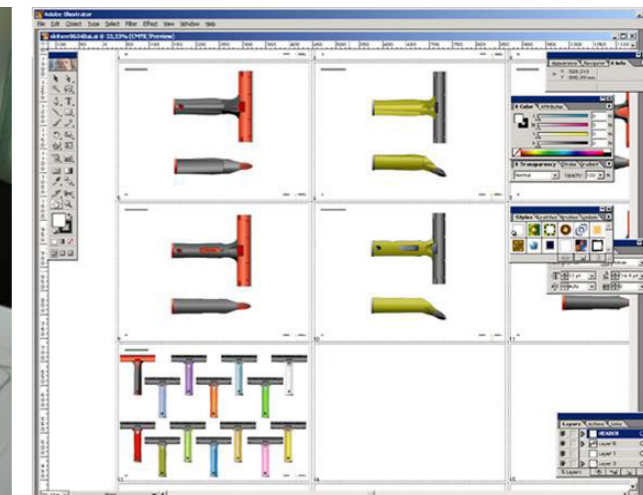
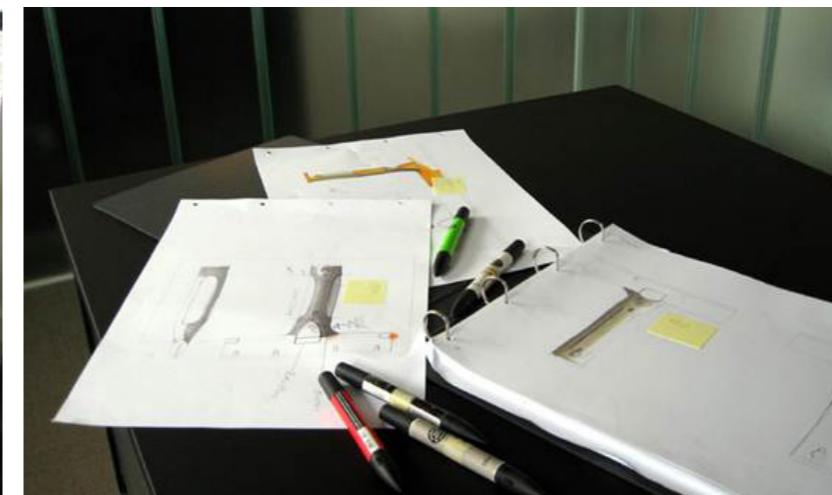
Triumph MK3 blev året efter lanceringen tildelt den internationale designpris Good Design Award..



Before



After



Bedre ergonomi gav øget salg

Revitalisering af vinduesskraber

3PART leverede:

- Research, herunder brugerobservation og konkurrentanalyse.
- 2D-skitsering og formgivning af redesigns
- 3D-modeller og 3D-dokumentation til plastproducent
- Design af ny visuel identitet
- Design af brochurer
- Design af hjemmeside

Opgaven: Jydsk Barberblade-Fabrik (JBF) indledte et tæt samarbejde med 3PART om et redesign af virksomhedens eksisterende vinduesskraber, Triumph MK2. Målsætningen med udviklingsopgaven var at opgradere skraberens ergonomisk og samtidig løfte designet så produktet kunne modstå konkurrencen fra andre aktører på markedet. Den eksisterende model havde et lige skaft, men af ergonomiske årsager skulle redesignet både resultere i en lige og en vinklet 30-graders model.

JBF og baggrund:

JBFs kerneprodukt er vinduesskrabere og klinger. Produkterne anvendes af professionelle vinduespudere, og JBF spiller en global hovedrolle på dette nicheområde. Baggrunden for samarbejdet med 3PART var viden om en kopist, der forventedes at komme på markedet med et ergonomisk og flot udseende håndtag. Dette ville JBF som minimum matche, men helst overgå. Derfor indledte de samarbejdet med 3PART med fokus på professionel produktudvikling.

JBFs salg af skraber og klinger sker via agenturer og forhandlere, primært i USA. Der er derfor langt til slutkunderne, men samarbejdet med de industrielle designere hos 3PART gjorde afstanden kortere i udviklingsmæssig forstand, hvilket førte til et succesfuldt nyt produkt, samt en revitalisering af brandets visuelle identitet.

Resultatet af projektet:

- Tildeling af Good Design Award fra Chicago Athenaeum, Museum of Architecture and Design.
- Højt salg af den nye MK3 uden, at det gik udover salget af det tidligere produkt MK2.
- JBFs hidtil bedste regnskabsår
- Bedre ergonomiske forhold samt højere sikkerhed for professionelle vinduespudere.
- Revitalisering af et gammelt produkt, samt øget synlighed via en ny visuel identitet, der præsenterer JBF som en moderne og professionel virksomhed.

Director of Sales and Administration, Margit Sigaard fortæller om samarbejdet:

"Man bliver trukket med op i et helikopterperspektiv. Til trods for, at man mener at kende sine produkter og brugere heraf temmelig godt, gennemgår man en lærerig, informativ og spændende proces derved at, 3PART tager udgangspunkt i brugerens situation. Set i bakspejlet har faserne med analyser, videooptagelser og interviews været meget givende. Herudover opfattes det også af JBF som et vigtigt salgsparemeter i fremtiden"

"Efter det første møde med 3PART valgte vi vores samarbejdspartner fordi de efter vores vurdering havde alle nødvendige kompetencer til at løfte opgaven."

Resultatet af Triumph MK3 bekræfter, at en investering i design indenfor områder, hvor man tidligere ikke mente det var vigtigt, hurtigt falder positivt tilbage på virksomheden i form af øget salg, styrket indtjening og branding. I JBFs tilfælde resulterede det oven i købet i en international anerkendt designpris.

