



Käre läsare,

Alldeles för sent efter sommaruppehållet får du detta veckobrev. Min ambition var egentligen högre. Men det har varit enormt mycket att göra. I mycket har det handlat om att skapa kunskap.

Jag har som vanligt undervisat blivande utvecklingsingenjörer i Halmstad i dynamisk produktutveckling (DPD). I år blandade jag in ett par moment från LPD med stor framgång. En nyttig erfarenhet som vi skall använda i kommande produktutvecklingskurs.

Vidare "coachar" jag ett riktigt ingenjörstungt svenskt företag i DPD. Man står alldeles i början av utvecklingen av ett intrikat högteknologiskt system. Det ger nyttiga erfarenheter och en del kuriosas; tex var det första gången jag varit med om att alla dörrar har kodlås, att persiennerna var stängda och markiserna nedvevade för fönstren trots att det var mulet och regnade.

Vi har nära kontakt med IUC-Wermland, IUC-Sjuhärad, etc, och kommer att via iuc:erna serva små och medelstora företag med utvecklingsstöd. Start för min del blev vecka 43 med ett 200-mannaföretag på gränsen till Norge.

Till sist, internt på Swerea IVF drivs ett projekt för särskild kompetenshöjning som tagit nästan all min tid sedan i våras. Resultatet börjar skönjas och rent praktiskt blir det en 3-5 dagars kurs i Produktutveckling med start i december. Mer information i nästa veckobrev.

## Lärande = förändring

'Tuan-mu frågade Confucius varför man kallade K'ung Yü kultiverad.

"Därför att han var flitig och förtjust i att lära, och han skämdes inte för att lära från sina underordnade. Det är därför vi kallar honom kultiverad", sa Confucius.'

Confucius är den engelska stavningen. Egentligen hette han Kong Fuzi, K'ong-fu-tzu eller något liknande. Det är inte så intressant som att han levde 500 fKr och fortfarande dominerar kulturen i Kina, Korea, Japan, och andra delar av Sydostasien. Det är inte Luther utan Confucius ande som svävar över japanska arbetsplatser, skolor och hem.

I början av 70-talet skrev den närmast legendariske japanen, Morihiro Saito, i en av sina böcker, att traditionellt i Japan vaktade man sina tekniker noga så att de inte blev stulna. För detta att stjäla tekniker (och göra dem till sina) är typiskt japanskt, enligt Saito.

Kanske har du, som jag, hört skrönan (?) om att när Commodore Perry öppnade Japan 1852 så överlämnade han en liten mässingskanon som gåva. Enligt skrönan fanns det i Japan tre månader senare 60 000 kopior av mässingskanonen.

Nåväl, vart vill jag komma? Jo, att stjäla bra idéer och göra dem till sina är typiskt japanskt och att studera, lära sig av andra, och därmed förändras och förändra sitt handlande är också typiskt japanskt. Toyota är typiskt japanskt. Ur Toyota Motor har sprungit LPD. Kan det rent av vara så att typiskt LPD är att lära, förändra, och växa, oberoende av varifrån kunskapen kommer. Och är det kanske rena motsatsen till LPD att envist hålla fast vid trossatser även om de är förmedlade av amerikanska konsulter.

LPD i Toyotas tappning är ett eklektiskt system, det vill säga; man har tagit bra delar från olika håll och satt samman dem. Om man hittar något bättre, så tar man till sig det istället. Jag anser därför att vi riskerar att stelna i en religion och meningslöst testuggande om vi inte håller dörren öppen för nya intryck och förändring. Först då växer vi. Det får bli mottot framöver.

## Veckans bok

PROFESSOR STEN JÖNSSON har tillsammans med sina medarbetare studerat ett nybilsprojekt vid Volvo Car Corporation och gjort intressanta iakttagelser och dragit spännande slutsatser.

Speciellt den konstruktivistbaserade diskussionen och resonemanget om hur man argumenterar i projekt där tempot är högt tyckte jag var mycket givande.

Texten från omslagets baksida beskriver boken på det här sättet.

"This book is about how teams can keep value-driven product development together and focused in spite of complex organizational settings and changing brand values.

Through good leadership, and good team spirit, large projects can maintain their dynamism if people "talk their walk" and thereby coproduce a good story - a story good enough to tell the customer. We will see, increasingly, the story of how the new car model was developed as part of marketing efforts. The brand values, embedded in the story of the heroic efforts made by the project team to accomplish this valuable product, serve as criteria when members choose what solution to propose to the design problems at hand. The good story will visualize the brand values at the same time as it stages the product. The narrative can be a management tool!

Yes, we need the bureaucratic structures (target costing, cost reviews, quality assurance) to keep projects within reasonable limits, but those trappings do not create value, nor does an old specification of a product in a changing world. This book provides an implicit attack on the idea of gate systems so prevalent in the academic literature on product development.

Sten Jönsson is professor of Scandinavian Management at GRI, a research institute of the School of Economics and Commercial Law at Göteborg University. He was the editor of the Scandinavian Journal of Management until recently, and he headed the Scandinavian Academy of Management during its first 7 years. He and his colleagues have been allowed to observe, directly, the management of product development projects at Volvo Car Corporation for several years."

Boken får full pott, fem guldstjärnor för ett intressant och viktigt innehåll ☆☆☆☆☆.



Sten Jönsson  
**Product Development - Work for Premium Values**  
Liber/CBS Press,  
Kristianstad 2004,  
ISBN 91-47-07511-2,  
ISBN 87-630-0134-9