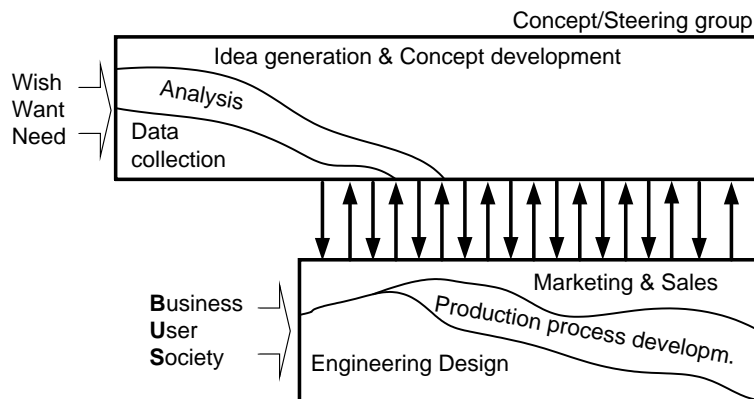




Använd samtidig faktainsamling, analys, lösningsgenerering och test

Det verkar falla sig naturligt för de flesta av oss att först samla in all fakta (marknadsundersökning, produktspec, etc) för att sedan analysera data och först därefter generera lösningar/konceptutveckla. Det är också vad flera teorier säger att man skall göra. Dessutom är det är den metod som lärs ut vid universitet och högskolor.

Men, det är ett dyrt, tids- och resurslösande sätt att arbeta. Det är därför som man i DPD utför dessa sysslor parallellt, figur 1. Det innebär att nya data genast analyseras, ger upphov till handlingar, som testas, analyseras, och ger upphov till nya korrigerande handlingar, etc. (Skillnaden mellan en skicklig intervjuare och en enkätundersökning skulle man kunna säga.) På så sätt kan man uppnå ett mycket snabbt lärande och snabb utveckling.



Figur 1. Produktutveckling enligt DPDenererar nya frågor

Genom dessa snabba iterationer, eller samtidighet i parallella aktiviteter, där frågor ges svar som genererar nya frågor och svar, osv, når man en mycket hög effektivitet.

Allteftersom man genom arbetet lär känna produkten och dess användare, så förmår man skapa en allt bättre samklang mellan användarna och produktens egenskaper. Man låter produktspecen växa fram parallellt med konceptutvecklingen. Det är ungefär så vi uppfattar att Toyotas Chief Engineer arbetar när han kör en minibuss genom USA för att lära sig "fotbollsmammors" behov och levnadsmönster.

Detta är anpassning till skiftande förhållanden som resulterar i bättre produkter mer i samklang med användares behov. Konceptet "ägs" av Konceptgruppen som också är projektets styrgrupp. Styrgruppens medlemmar är med i teamet genom hela projektet, vilket undviker Allen Wards: slöseri pga hand-offs. Styrgruppen bildar teamets kärna som bär projektets historia och identitet.

Veckans bok

Detta är Dr Smiths uppföljare till *Developing Product in Half the Time* som han skrev ihop med Don Reinertsen.

I början av boken säger Smith att detta är den första bok som behandlar flexibel produktutveckling. Vilket inte är riktigt sant eftersom dynamiska metoder är just flexibla, och sådana böcker har publicerats tidigare.

För den som är väldigt kunnig och väl påläst har Smiths senaste kanske inte så mycket att erbjuda. Den består mest av referat av andras böcker och i några fall artiklar. Men det som står i boken är inte fel utan tvärtom, den innehåller mängder av tips och nyttigheter, så om du känner behov av att lära dig mer om produktutveckling så kan du med fördel läsa boken.

En sak måste man ge Smith erkännande för, och det är att han påtalar att flexibilitet är viktigt därför att det inte alltid är time-to-market mätt från projektstart till marknadsintroduktion som är avgörande utan tiden från fryst design till marknadsintroduktion, något som vi känner igen från Mike Kennedys beskrivning av Toyotas PD-process.

Slutomdömet blir att om du är väl påläst på dynamiska och flexibla metoder så klarar du dig utan denna bok. Men om du är nyfiken, novis eller känner till enbart statiska/klassiska metoder, såsom IPD, SE, CE, eller SG så gör du klokt i att köpa *Flexible Product Development* och läsa den noggrant och med eftertanke.

Boken får ★★★★★.



Preston G. Smith,
**Flexible Product Development:
Building Agility for Changing
Markets,**
(Hardcover), Jossey Bass, 2007,
ISBN-10: 0787995843,
ISBN-13: 978-0787995843,
(304 pages, 231 x 155 x 30 mm)