

HVORFOR LAVE ET
DESIGNBRIEF

Designing the
right things

Designing the
things right

HVAD ER ET **DESIGNBRIEF?**

*Et designbrief danner grundlaget for **designarbejdet**.*

*Det er unikt fra projekt til projekt, og indeholder de **overordnede** informationer, der skal bruges for at kunne planlægge og udføre et designprojekt.*

Designbriefet er et levende dokument, som udbygges undervejs i projektet, efterhånden som man bliver klogere.

HVORFOR LAVE DETTE PROJEKT?

Når man som designer kender den sande motivation for, hvorfor et projekt er igangsat, er det lettere at opstille (og udfordre) rammerne for et projekt.

Gør vi det for at følge med konkurrenterne? Er der nye trends, der skal forfølges? Har markedet ændret sig? Er der kommet ny teknologi, som kan gøre vores produkter endnu bedre? Motivationerne kan være mange, men de er vigtige at italesætte!

HVILKET
PROBLEM
SKAL PRODUKTET LØSE?

Hvilke problemer og udfordringer forsøger vi at løse i dette projekt? Hvad er de væsentligste og hvorfor er de relevante?

HVEM ER BRUGGEREN?

*Hvem er den **primære bruger**? Altså dén bruger, der oftest anvender produktet.*

*Der kan være andre brugere som vi kalder **sekundære brugere**. Glem f.eks. ikke servicepersonale, reparatører og lignende.*

*Brug metoder som bl.a. **Customer Journeys** eller **product timelines** til at finde alle de bruger-grupper, der er relevante for udformningen af produktet.*

HVILKEN KUNDE KØBER PRODUKTET?

Hvem er det, der køber/bestiller produktet?

Husk at kunde og bruger ikke nødvendigvis er de samme. De har ofte forskellige behov, krav og ønsker til produktet, som ikke altid trækker i samme retning.

PRODUKTET I EN STØRRE KONTEKST

Hvis produktet indgår som en del af et system eller en service, så beskriv, hvordan produktet skal tænkes ind i dette.

Skal produktet integreres med andre produkter eller systemer? Er der nogen eksisterende standarder løsningen skal følge osv.

BESKRIV DE VIGTIGSTE USE CASES & SCENARIER

Ved brug af use cases og scenarier kan man beskrive hvordan løsningen skal anvendes, hvornår og af hvem. Det er også her der brainstormes på alle de ting der kan gå galt - Alt sammen for at kunne udvikle et bedre produkt som ikke bliver anvendt forkert.

BESKRIV HVORDAN BRUGERENS INTERAKTION MED PRODUKTET FOREGÅR

Allerede på et tidligt tidspunkt i designfasen kan man forestille sig, hvordan man interagerer med produktet. Skal det holdes i hånden? Er der knapper på? Hvilke funktioner bruger man oftest? Har man handsker på? Bruges det udendørs? Skal det paires med en mobiltelefon? Hvordan gør man dét?

Der er mange situationer, der skal tages hensyn til.

BEHOV, KRAV & ØNSKER SOM PRODUKTET SKAL TILGODESE

*Formentlig de vigtigste parametre, når et produkt skal udvikles. Derfor er det også essentielt at identificere de "rigtige" behov og omsætte dem til reelle, konkrete krav og ønsker. Det gør vi ofte gennem **workshops, brugerinvolvering og inddragelse af eksperter og specialister.***

WHAT'S IN THE BOX?

Et lavpraktisk spørgsmål, men en god reminder.

Hvad er der i kassen når kunden/brugeren modtager produktet?

Manual, kabler, ledninger, stik, reservedele, poser, stropper, opbevaringskasse mv. Tænk det ind i designprocessen og de krav der er til anvendelsen.

HVILKET UDTRYK SKAL PRODUKTET HAVE?

Brug styleboards og shapeboards til at facilitere samtalen om form. Det er lettere at forholde sig til eksempler end det er at sige: "Jeg vil godt have en meget enkel og funktionel form, som skal udtrykke robusthed og på samme tid skal passe ind i dagligstuen".

ER DER EN BESTEMT
**PRODUKT-
ARKITEKTUR**
DER SKAL TAGES HØJDE FOR?

Antenner skal gerne sidde et sted, hvor de får et godt signal. En skærm skal vende mod brugeren. Knapper skal kunne betjenes med én hånd. De tungeste komponenter skal ligge i bunden. Batteriet skal kunne skiftes.

*Dette er eksempler på ting der kan påvirke produktets opbygning - eller **produktarkitekturen**.*

HVILKE ESSENTIELLE KOMPONENTER INDGÅR I PRODUKTET?

Nogle gange findes der allerede et produkt, eller der er allerede valgt nogle nøglekomponenter som skal indgå i produktet.

De skal gerne bringes på banen på et tidligt tidspunkt, da valget af komponenter i sig selv stiller krav til produktet. Bl.a. ift. hvor man kan sætte komponenterne i forhold til hinanden osv.

PRISER & ESTIMATER

Hvad er de forventede salgstal?

Hvor mange styk forventes bestilt i første ordre?

Hvad skal produktet koste for kunden og hvor meget må det koste at producere?

*Disse informationer er afgørende for **materialevalg, produktionsmetoder, tidshorisonter** mv.*

HVILKE KONKURRERENDE LØSNINGER TILGODESER SAMME BEHOV?

Der findes altid flere løsninger på samme problem. Derfor er det vigtigt at undersøge markedet for andre produkter der løser samme problemer. Hvad enten det er for at lade sig inspirere, eller for at innovere eller differentiere sit eget produkt.

Med andre ord: Få styr på, hvad der allerede findes på markedet og brug det i udviklingen.

HVILKE

USIKKERHEDER &

UDFORDRINGER

SKAL VI FORHOLDE OS TIL?

Der vil altid være usikkerheder og udfordringer når man udvikler noget nyt. Specielt hvis det er unikt og der ikke er andre der har gjort det tidligere. Husk at italesætte de usikkerheder og risici der er i projektet. Så er de lettere at imødekomme undervejs.

HVILKE ANTAGELSER ER DER LAVET?

Nogle gange bliver man nødt til at lave nogle antagelser før man kan gå igang med et projekt - Det er helt normalt! Men vær opmærksom på hvilke antagelser, der laves og efterprøv dem løbende. Det ville være ærgerligt at basere et helt projekt på en antagelse om et givent problem, som senere viser sig ikke at eksistere - Det er set før...

HVILKEN TIDSHORISONT OPERERES DER MED I PROJEKTET?

Tidshorizonten er essentiel for planlægningen af projektforløbet. Der er meget der skal koordineres.

Idéudvikling, design, produktion, prototyping, test og godkendelser, markedsføring, salg, transport, logistik, ferier osv.

Fra idé til marked på 12-18 måneder er ikke unormalt for et relativt enkelt produkt.

HVAD ER BUDGETTET?

*Det er et essentielt spørgsmål, som ligger til grund for mange **designbeslutninger og -prioriteringer**.*

Et tidligt estimat er et godt udgangspunkt. At lancere et helt nyt produkt på markedet kan koste lige fra 250.000 kr. til adskillige millioner. Dessignarbejde indgår som en del af dette.

BÆREDYGTIGHED

*Bæredygtighed påvirker alle aspekter af projektet og processen. Lige fra **materialevalg og produktionsmetoder til livscyklus, klimapåvirkning, genanvendelse, servicering og afskaffelse** - og meget mere.*

*Husk at ligesom alt andet i designprocessen handler det om at finde de rigtige **kompromisser**, ud fra de prioriteringer man har valgt.*

IDEER & MULIGHEDER

Det er naturligt at der kommer mange afledte idéer når man er igang med udviklingen. Nogle kan implementeres, andre skal bare noteres. Det kan være at dén gode idé til det næste produkt opstår undervejs.

Sørg for at projektet har et stærkt fundament, så det ikke pludselig bliver afsporet af en salgsmulighed, som "bare lige" kræver et par ændringer af produktet.

UAFKLAREDE SPØRGSMÅL

Der er altid ting man ikke ved og spørgsmål, der opstår undervejs i projektet. Det kan være småting, men også ting, der kan ændre hele projektgrundlaget.

Husk at stille spørgsmål undervejs.