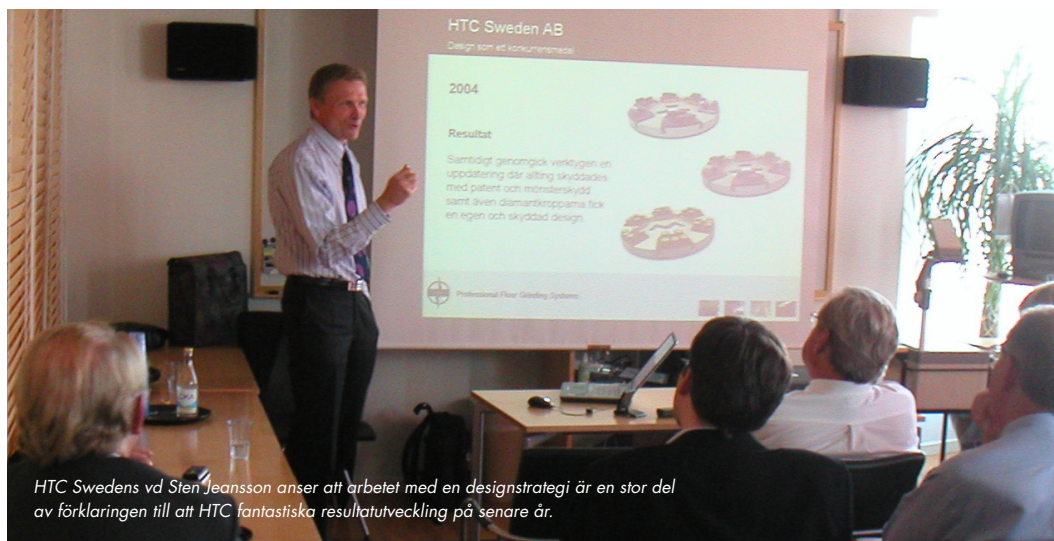


Designen kan avgöra affären



DiA LOG – ett elektroniskt nyhetsbrev för Design i Affärsutveckling
– en SVID-produkt som ingår i det nationella projektet Design för Entreprenörskap.
Ansvarig utgivare: hans.tell@svid.se, 0708-727 720.



HTC Swedens vd Sten Jeansson anser att arbetet med en designstrategi är en stor del av förklaringen till att HTC fantastiska resultatutveckling på senare år.

Att industridesign gör en produkt snyggare och mer lättanvänd är nog de flesta överens om. Men att designen kan var helt avgörande för affären och i slutändan för bolagets resultat, det fick deltagarna vid det seminarium om industridesign, som Industrifonden och Stiftelsen Svensk Industridesign (SVID) ordnade i september, helt klart för sig.

Om industridesign är en naturlig del av affärsutvecklingen kan detta bli en avgörande konkurrensfördel. Om det vittnade Håkan Thysell och Sten Jeansson, grundare respektive vd vid HTC Sweden.

HTC är ett företag baserat i Söderköping som producerar och säljer professionella slip- och städsystem bestående av både verktyg och maskiner för sanering, betong, granit, natursten och trä. Bolaget har funnits i 15 år och har varit marknadsledande i 10, www.htc-sweden.se. Men det är sedan ledningen började tänka på designen av sina slipmaskiner som försäljningen tog fart på allvar.

Sedan 2003 har företaget gått från 30 till cirka 70 anställda, ett bolag har startats i USA och försäljningssiffrorna har skjutit i höjden.
– Vi sticker ut i förhållande till våra konkurrenter, säger Sten Jeansson. Det beror på att våra maskiner, förutom att vara bäst i funktionen, dessutom är snygga och häftiga att titta på.

Fredrik Magnusson, grundare av Propeller, en av Sveriges främsta designbyråer, berättade om hur de arbetar med design som ett strategiskt medel i samverkan med andra specialister för att göra

företagen ledande i sina affärsområden.

– För att göra bästa möjliga jobb måste vi vara inne från början i en utvecklingsprocess, berättade han.

Dessutom deltog representanter för tre andra toppbyråer inom svensk industridesign: No picnic, frank etc och Ergonomidesign.

- Detta var en viktigt tankeställare för oss, som dagligen arbetar med att utveckla bolag, säger Anders Eklund, affärsområdeschef på industrifonden www.industrifonden.se och en av deltagarna i seminariet.

Detta seminarie belyste att investering i design är en ledningsfråga och sker i samverkan mellan olika ledningsfunktioner. Både riskkapital och design behövs lika tidigt i ett utvecklingsskede för att skapa långsiktig tillväxt i företagen.

Seminariet var ett av många inom ramen för projekt Design för entreprenörskap för att ge kunskap om att design skall vara en naturlig och medveten del i företagens affärsstrategier.



DESIGNÅRET 2005
WWW.DESIGNARET.SE

Hitills har 1500 personer deltagit i kurser och informationer, 45 företag har fått Designgenomgångar, CD-baserade DiA-biblioteket har utvecklats, Designrörelsen är en ny kurs i baskunskap om design, Varumärkeskurs har utvecklats tillsammans med ALMI,

Svensk designsatsning i Hong Kong med nybildat designföretag. Vill du veta mera om projekt Design för entreprenörskap och DiA, kontakta projektledaren hans.tell@svid.se. Föregående nyhetsbrev hittar du på www.svid.se under projekt.