



Corso di Laurea in Design del prodotto industriale
A.A. 2009/2010

Processi e metodi del design

Prof. Jacopo Piccione

La ricerca della Qualità

11/11/2009

Estratto dalla lezione



Qualsiasi lavoro tu faccia, se trasformi in arte ciò che stai facendo, con ogni probabilità scoprirai di essere divenuto per gli altri una persona interessante e non un oggetto. Questo perché le tue decisioni, fatte tenendo conto della Qualità, cambiano anche te. Meglio: non solo cambiano anche te e il lavoro, ma cambiano anche gli altri, perché la Qualità è come un'onda. Quel lavoro di Qualità che pensavi nessuno avrebbe notato viene notato eccome, e chi lo vede si sente un pochino meglio: probabilmente trasferirà negli altri questa sua sensazione e in questo modo la Qualità continuerà a diffondersi.

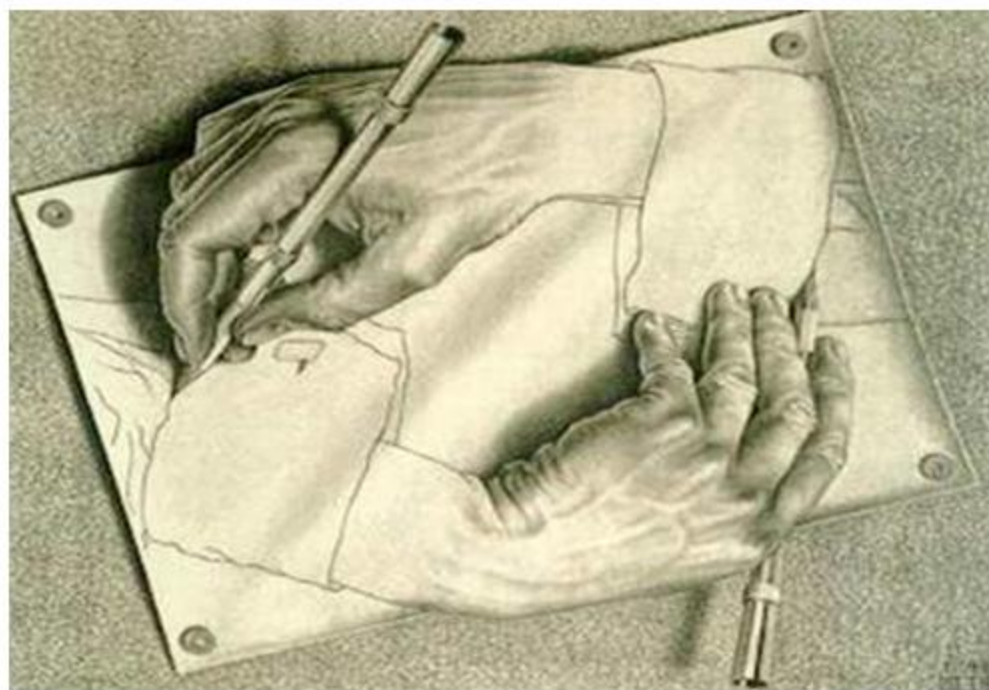


Pirsig sostiene che definire la qualità in termini oggettivi non è facile, mentre è facile rilevarne la mancanza. Quando manca la qualità, infatti, ce ne accorgiamo subito.

La qualità può essere intesa come caratteristica (la conformità alle specifiche tecniche) o come valore (l'adeguatezza all'uso). È un concetto relativo che si compone di una parte fortemente oggettiva (gli aspetti tecnici che devono soddisfare le specifiche del cliente), ma anche di una parte assolutamente soggettiva (gli aspetti che devono soddisfare le aspettative e i desideri del cliente).



Si può dire che la qualità esprime il livello di corrispondenza tra le aspettative del cliente e il prodotto/servizio offerto: più le aspettative e il prodotto/servizio si sovrappongono, più questi saranno giudicati prodotti/servizi “di qualità”.



Maurits C. Escher – Mani che disegnano, 1948

Alla base della “produzione snella” sta l’identificazione del valore sostanziale per il **cliente**.

Deve essere il cliente a “tirare” il progetto con i suoi **bisogni**, la sua voce deve essere portata all’interno dell’azienda.



Uno dei metodi studiati per individuare e gerarchizzare tali bisogni è il **QFD**.

Il metodo Q.F.D.

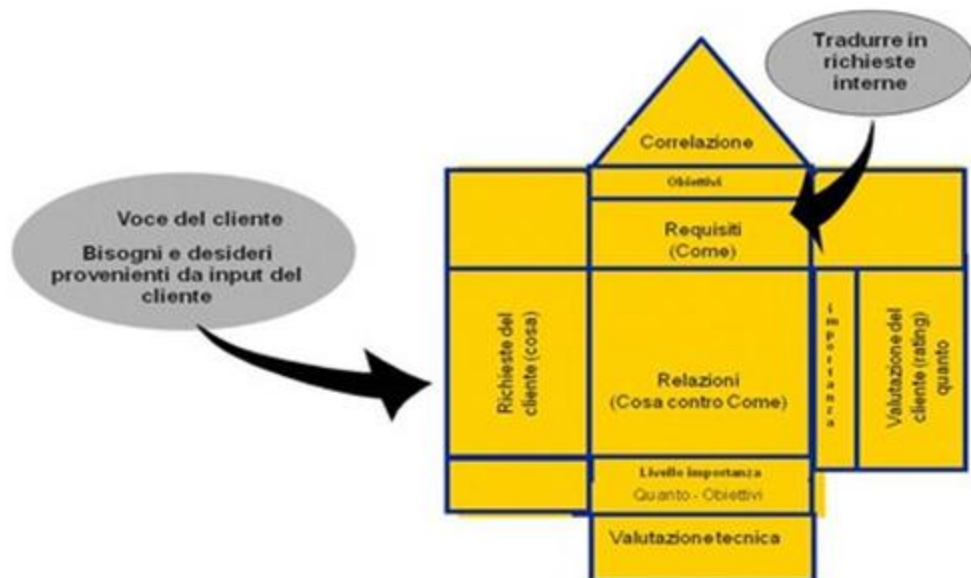
Quality Function Deployment è una traduzione letterale dal giapponese:

Hin-shitsu Ki-no Ten-kai

Hin-shitsu (qualità, caratteristiche, attributi, proprietà)

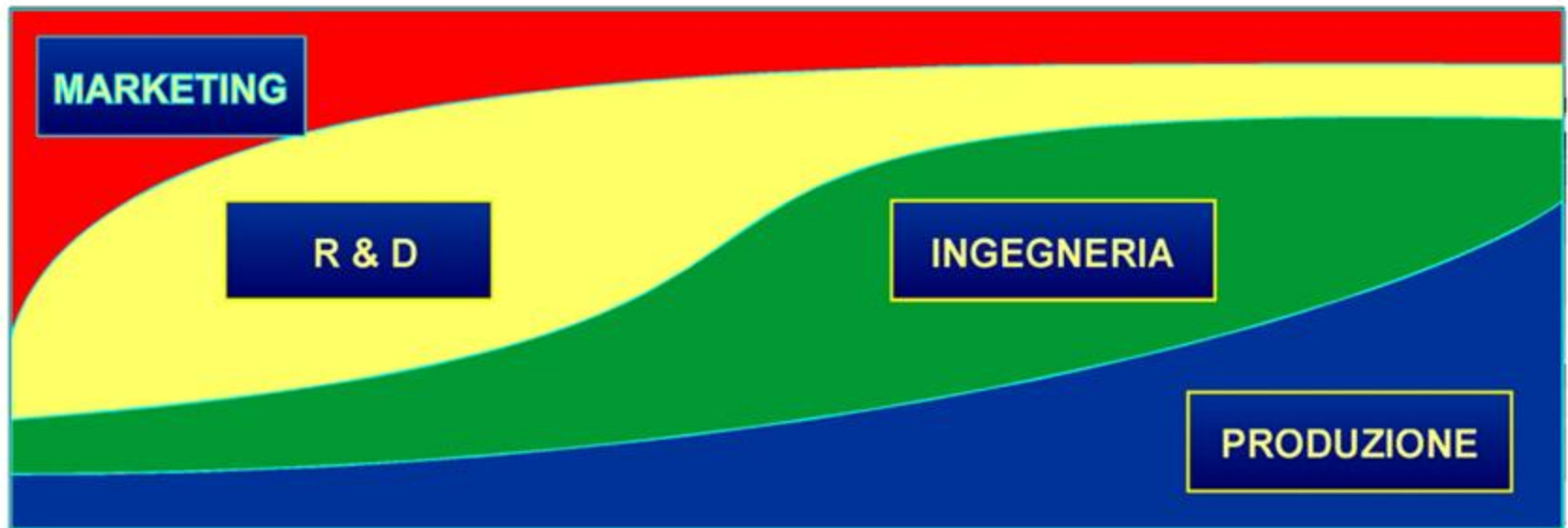
Ki-no (funzione, meccanizzazione)

Ten-kai (dispiegamento, diffusione, evoluzione e sviluppo)



Approccio QFD

Composizione del gruppo di lavoro



start

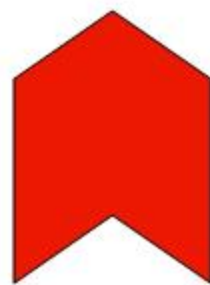


end

Bisogni del cliente



SPECIFICHE DI PRODOTTO



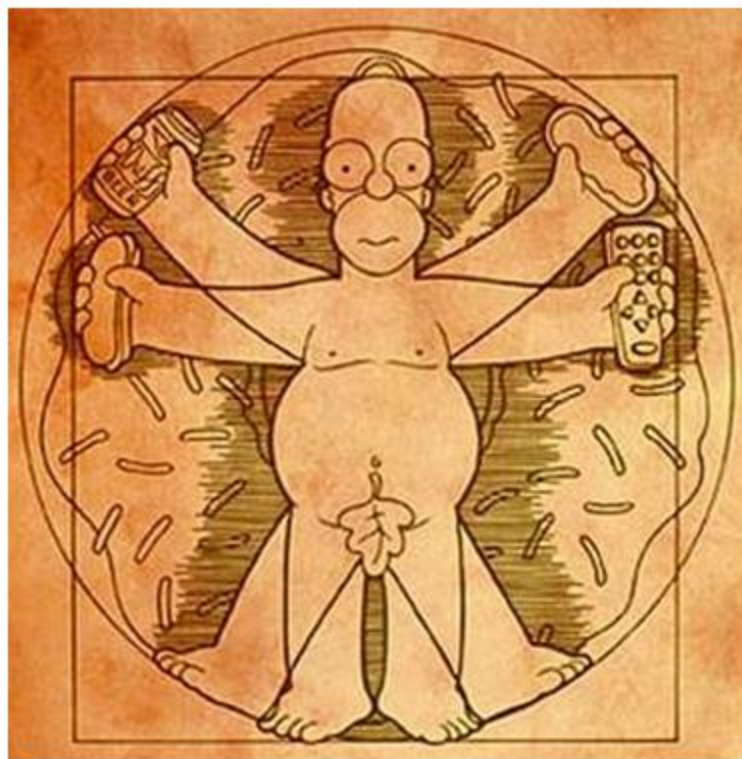
Caratteristiche funzionali

(traducono i bisogni del cliente in elementi descrittivi del prodotto)

Caratteristiche del prodotto

Descrivono le attese del cliente utilizzando aspetti concreti del prodotto.

Dovendo essere misurabili, sono più controllabili della descrizione del bisogno.



Si individuano i bisogni del clienti/dei clienti.
 Si valuta l'importanza dei bisogni per il cliente.

Si definiscono le caratteristiche.
 Si crea la Matrice delle relazioni.

	Temperatura alla quale viene servita	Quantità di caffeina	Componenti del gusto	Intensità del sapore	Componenti dell'aroma	Intensità dell'aroma	Prezzo di vendita	Volume	Temperatura dopo un certo tempo
Calda	MATRICE DELLE RELAZIONI ("WHATs" vs "HOWs")								
Mantiene svegli									
Ricca di sapore									
Di buon aroma									
Di basso prezzo									
In quantità adeguata									
Calda dopo un certo tempo									

Va verificata la relazione esistente tra i bisogni e le caratteristiche individuate (non sempre si ha corrispondenza biunivoca tra bisogni e caratteristiche).

Si assegna un valore che esprime il grado di interrelazione tra bisogni e caratteristiche.

Δ	: Relazione debole
○	: Relazione media
⊙	: Relazione forte

	Temperatura alla quale viene servita	Quantità di caffeina	Componenti del gusto	Intensità del sapore	Componenti dell'aroma	Intensità dell'aroma	Prezzo di vendita	Volume	Temperatura dopo un certo tempo
Calda	⊙								○
Mantiene svegli	○	○							
Ricca di sapore	Δ	Δ	⊙	○					
Di buon aroma					⊙	○			
Di basso prezzo							⊙	○	
In quantità adeguata							○	⊙	
Calda dopo un certo tempo	○								⊙