



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

Processi e metodi del design

Prof. Jacopo Piccione

Il cliente al centro

17/11/2009

Estratto dalla lezione



Analisi QFD applicata al progetto di un CRIND (Card Reader IN Dispenser)



Prima cosa:
capire il progetto

Analisi della concorrenza



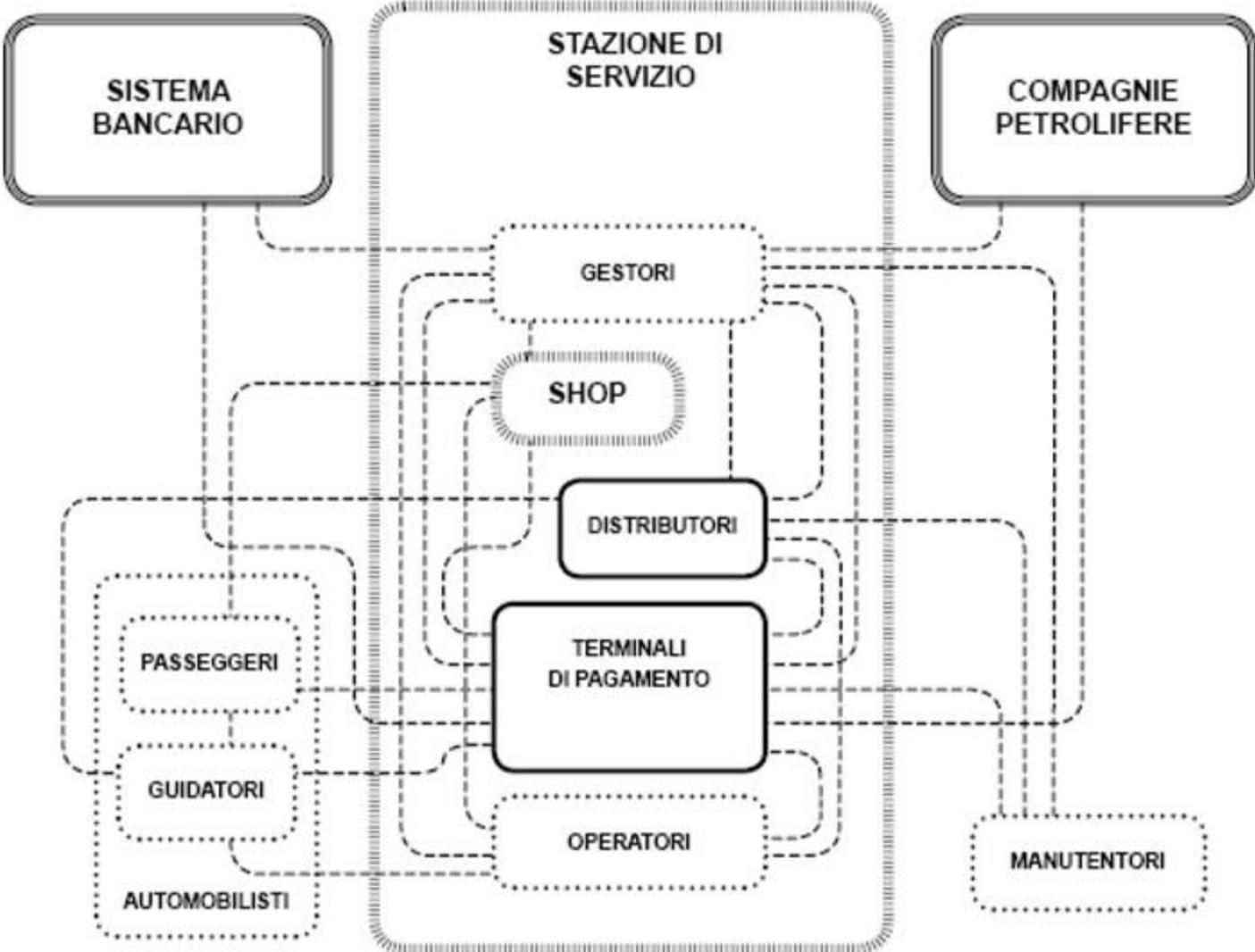
Competitive Position - Key Success Factors

| Key Success Factors | weight (%) | competitor 1 | competitor 2 | competitor 3 | competitor 4 | competitor 5 | competitor 6 |
|----------------------------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| prezzo | 19% | 6 | 7 | 6 | 5 | 7 | 8 |
| presenza mercato | 19% | | | | | | |
| USA | 2% | 9 | 1 | 9 | 1 | 2 | 1 |
| EMEA + SA | 10% | 5 | 3 | 7 | 7 | 3 | 5 |
| FAR EAST | 7% | 3 | 9 | 4 | 4 | 7 | 5 |
| competenza specifica nel settore | 14% | 5 | 8 | 7 | 4 | 8 | 7 |
| design/styling | 14% | 5 | 6 | 6 | 5 | 5 | 3 |
| flessibilità di offerta | 14% | 5 | 7 | 6 | 4 | 7 | 8 |
| qualità/affidabilità prodotti | 10% | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 3 |
| brand | 5% | 9 | 4 | 9 | 7 | 4 | 2 |
| completezza portafoglio prodotti | 5% | 8 | 6 | 8 | 8 | 5 | 3 |
| average score | | 5,6 | 6,3 | 6,4 | 5,1 | 6,0 | 5,5 |

Market Attractiveness - Drivers Scoring

| drivers attrattività mercato target | weight | competitor 1 | competitor 2 | competitor 3 | competitor 4 | competitor 5 | competitor 6 |
|---------------------------------------|--------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| obsolescenza prodotti installati | 20% | 6 | 4 | 6 | 6 | 4 | 4 |
| n° di competitori | 20% | 7 | 4 | 7 | 7 | 4 | 3 |
| barriere normative e brevetti | 20% | 6 | 5 | 6 | 6 | 5 | 3 |
| costi migrazione (up-grade) | 10% | 4 | 6 | 4 | 4 | 6 | 6 |
| effetto catena fra i clienti | 10% | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| riduzione costi operativi | 10% | 5 | 7 | 5 | 5 | 7 | 7 |
| nuove installazioni (distributori) | 5% | 6 | 7 | 6 | 6 | 7 | 5 |
| nuove applicazioni (vending m., etc.) | 5% | 7 | 6 | 7 | 7 | 6 | 4 |
| average score | | 5,8 | 5,1 | 5,8 | 5,8 | 5,1 | 4,2 |

Definire il layout di sistema



| Bisogni operatore | |
|-------------------|---------------------------------------|
| B01 | Deve essere facile da installare |
| B02 | Installabile su pompe diverse |
| B03 | Deve essere sicuro |
| B04 | Deve essere facile da trasportare |
| B05 | Deve essere maneggevole |
| B06 | Non deve rompersi |
| B07 | Deve resistere alle intemperie |
| B08 | Deve essere facile da mantenere |
| B09 | Non deve rovinarsi al contatto |
| B10 | Deve resistere ai carburanti |
| B11 | Non deve sporcarsi |
| B12 | Deve essere facile da usare |
| B13 | Deve aiutarmi nella vendita |
| B14 | Installabile nello spazio disponibile |



| Bisogni cliente interno | |
|-------------------------|---|
| B01 | Si deve montare facilmente |
| B02 | Devo poter raggiungere con gli strumenti qualsiasi punto dell'oggetto |
| B03 | Non deve ferirmi |
| B04 | Deve essere facile da trasportare |
| B05 | Deve essere maneggevole |
| B06 | Deve essere facile da confezionare |
| B07 | Le confezioni devono essere facili da impilare |
| B08 | Non deve rovinarsi al contatto |
| B09 | Non deve farmi sbagliare |
| B10 | Deve essere riconoscibile |
| B11 | Deve resistere agli urti |



| Bisogni utilizzatori | |
|----------------------|---------------------------------------|
| B01 | Non deve sporcarmi |
| B02 | Deve essere accessibile |
| B03 | Deve garantire la privacy |
| B04 | Deve avere un uso amichevole |
| B05 | Deve essere facile da comprendere |
| B06 | Devo poter usare le carte contactless |
| B07 | Deve essere affidabile |
| B08 | Deve essere bello |
| B09 | Non mi deve ferire |



Analisi dei bisogni delle tre diverse tipologie di clienti.

Valutazione dei bisogni

IMPORTANZA ASSOLUTA DEI BISOGNI - IAB

| | | |
|-----|---|---|
| B01 | modularità | 4 |
| B02 | accessibilità moduli per manutenzione | 3 |
| B03 | costi riparazione (logistica/scorte) | 3 |
| B04 | installabilità su pompe di vari fornitori | 5 |
| B05 | espandibilità/scalabilità (low-end vs high performaces) | 4 |
| B06 | compattezza | 3 |
| B07 | idoneo per ambienti severi | 4 |
| B08 | privacy | 2 |
| B09 | possibilità di personalizzazione cliente | 2 |
| B10 | interfaccia user friendly | 4 |
| B11 | qualità visione | 4 |
| B12 | contactless | 3 |
| B13 | affidabilità | 5 |
| B14 | robustezza | 4 |
| B15 | single - dual | 5 |
| B16 | costo primo | 5 |
| B17 | stile | 4 |
| | | |

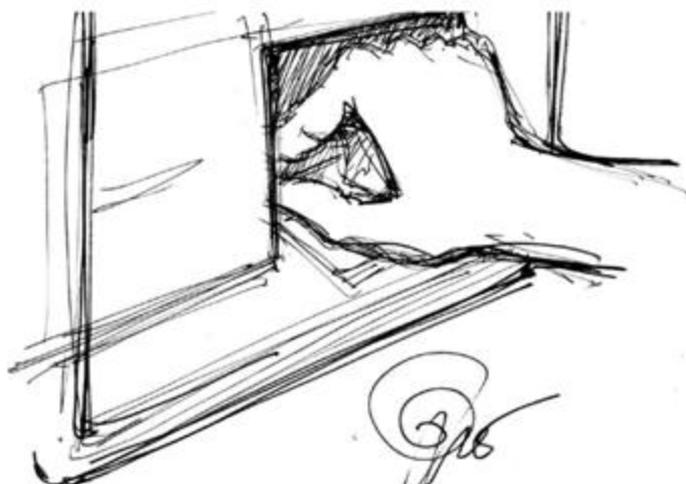
LIVELLO ASSOLUTO DI IMPORTANZA DEI BISOGNI IAB: Importanza Assoluta dei Bisogni

- 1 = trascurabile
- 2 = preferibile
- 3 = importante
- 4 = molto importante
- 5 = indispensabile

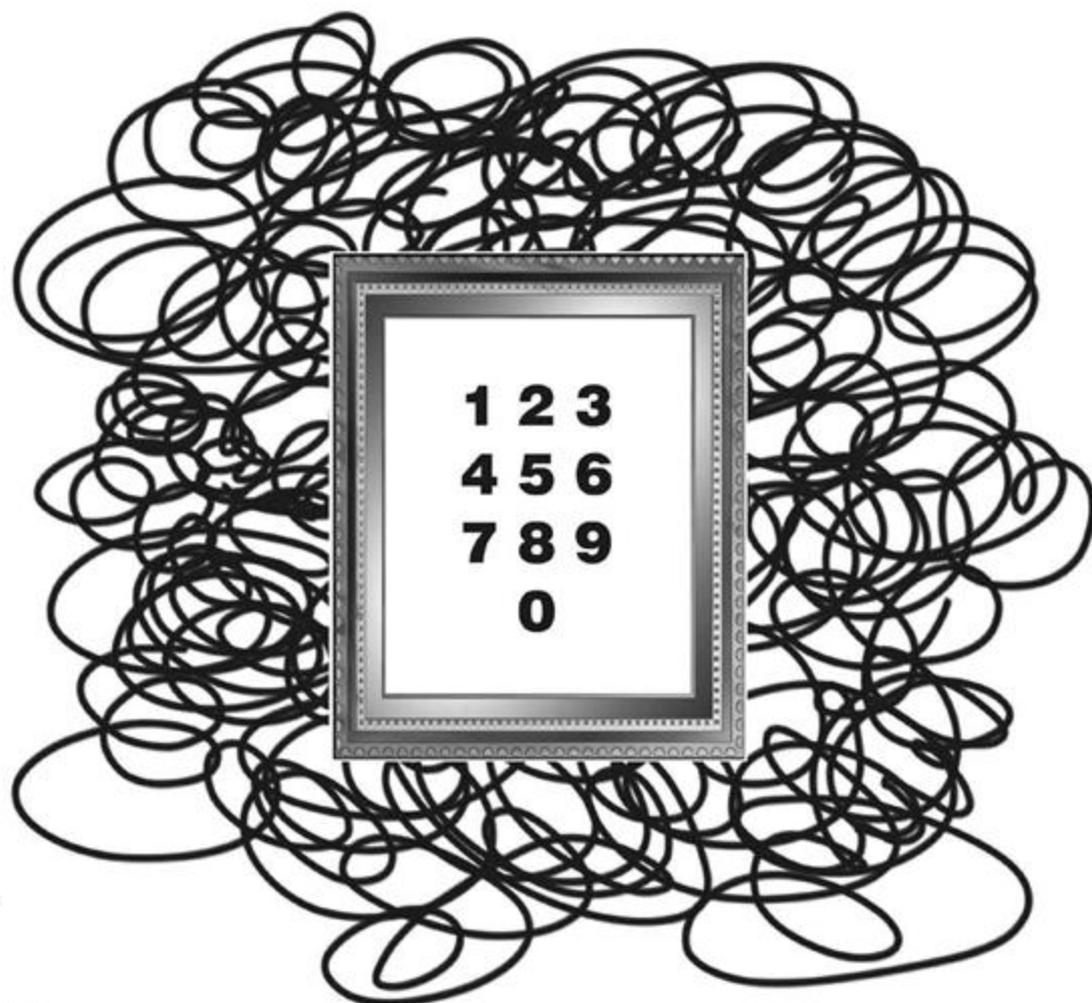
“Uso amichevole”



La digitazione su piano verticale è molto scomoda, piani inclinati possono ben risolvere il problema.

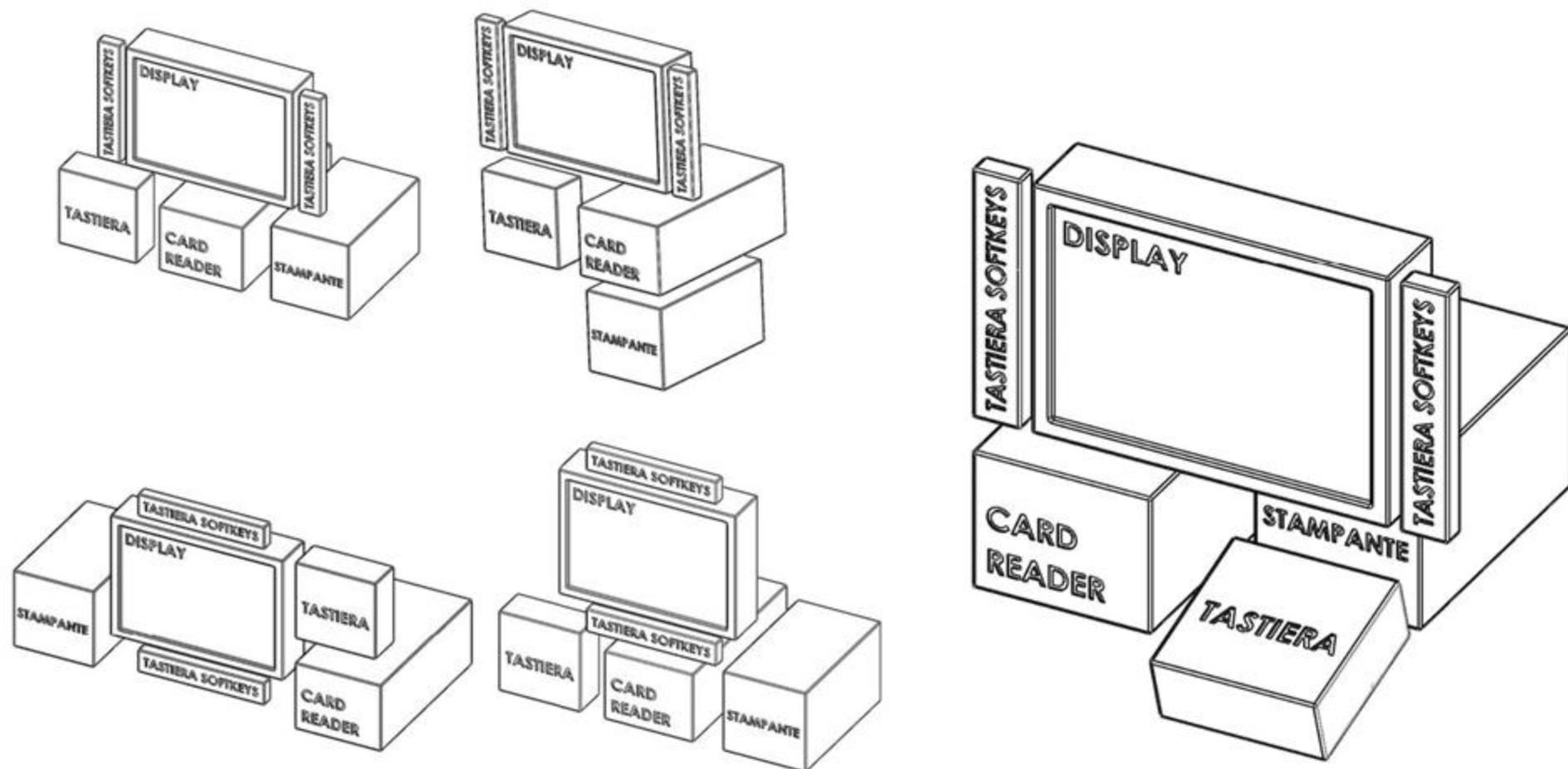


“Deve essere bello”



La cornice come elemento d'ordine, può separare il “rumore” estetico generato dalla pompa di benzina e della sua grafica .

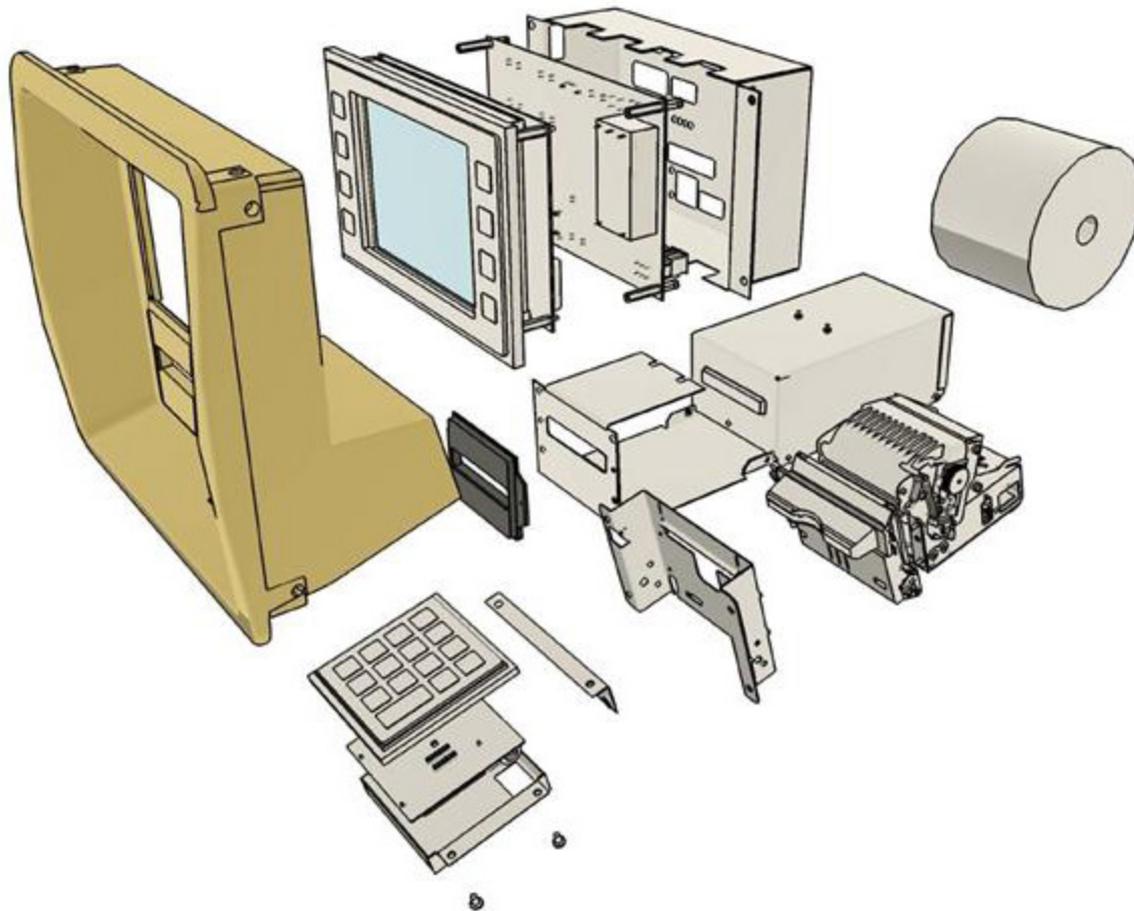
“Contenimento delle dimensioni”



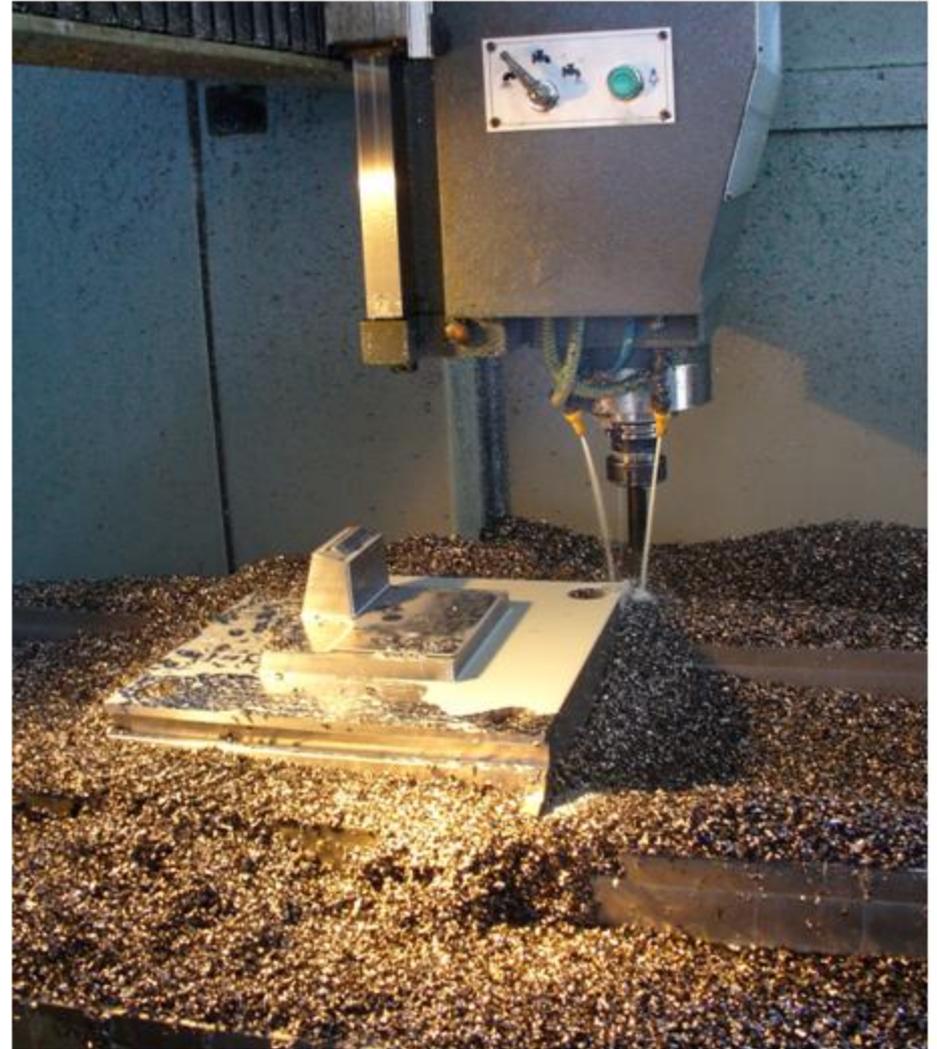
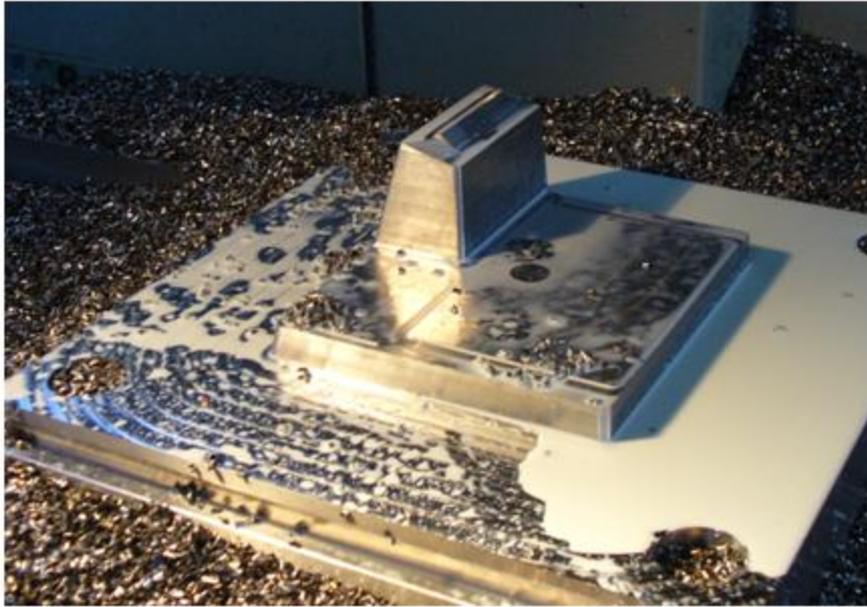
È impossibile contenere le dimensioni mantenendo tutti gli elementi su di un unico piano

Arretramento della stampante e rotazione della tastiera sono state le soluzioni scelte nel concept.

DESIGN



INDUSTRIALIZZAZIONE



Supervisione durante la
realizzazione degli stampi.