

# Case: Højteknologisk ingeniørvirksomhed styrker servicekoncept gennem design thinking

## Resume

JLI Vision har - trods coronakrise – haft stærk vækst i 2020. Det skyldes bl.a. mere intelligent og datadrevet marketing samt flytning til lokaler med bedre faciliteter.

Den største udfordring under coronakrisen har været, at JLI Vision ikke kan yde on site service ved installation af deres udstyr. Virksomheden har derfor brugt genstartNU til at udvikle et koncept for "remote service", der betyder, at udstyret nu kan tages i brug, uden at JLI er til stede fysisk. Afsættet var et forløb, hvor JLI Vision blev introduceret til "Design Thinking". Forventningen er, at designværktøjerne vil blive anvendt i mange andre udviklingsprojekter og løfte kreativiteten i JLI Vision.

## JLI Vision

Fokus for forretningstilpasning

Remote servicekoncept

Branche

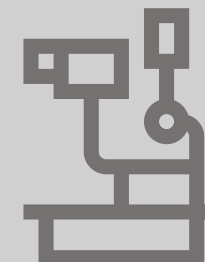
Maskiner og udstyr

Antal ansatte

25

Geografisk placering

Herlev



## Baggrund og motivation

JLI Vision er en ingeniørvirksomhed med ca. 25 medarbejdere, der udvikler højteknologisk visionsudstyr (kamerateknologi) til brug for kvalitetskontrol i industrien. JLI Vision er markedsførende inden for sit teknologiområde – udstyret kan kontrollere emner for fejl helt ned til nanometerniveau.

Slutkunderne er store danske virksomheder inden for bl.a. pharma, møbelindustri og legetøj.

JLI Vision står for udvikling, produktion, installation og service af det kundetilpassede udstyr (der består af et specialdesignet kamera og tilhørende software, kabler, mv.). Det monteres på maskiner produceret af industrielle samarbejdspartnere til brug for produktionslinjer i Danmark og udlandet.

Virksomheden har for nylig gennemført et generationsskifte og flyttede i 2019 i nye lokaler med bedre testfaciliteter og attraktive rammer for at tage imod kunder. Det har medvirket til et stort opgave-inflow. Forventningen er en vækst på 60 pct. i 2020 i forhold til 2019 – trods coronakrise.

### Ny tilgang til marketing

JLI Visions succes hænger også sammen med en mere intelligent tilgang til markedsføring. Det traditionelle opsøgende salg gav sjældent pote, da der ifølge ejer Jan Dall Christensen skal meget held til at ramme en potentiel kunde på det rigtige tidspunkt. Det vil sige, når behovet for bedre kvalitetskontrol opstår.

I stedet arbejder JLI Vision med såkaldt "Inbound Marketing". Gennem søgemaskineoptimering og LinkedIn-kampagner arbejder virksomheden for at tiltrække flere potentielle kunder til website og LinkedIn-profil. JLI Vision har udviklet en fast procedure for at følge op på digitale leads gennem bl.a. nyhedsbreve og blogpost, der sigter på at gøre interesserede virksomheder til en del af JLI Visions "community". Strategien har medvirket til at tiltrække flere kunder.

### Corona-krisen skaber udfordringer ved installation af udstyret

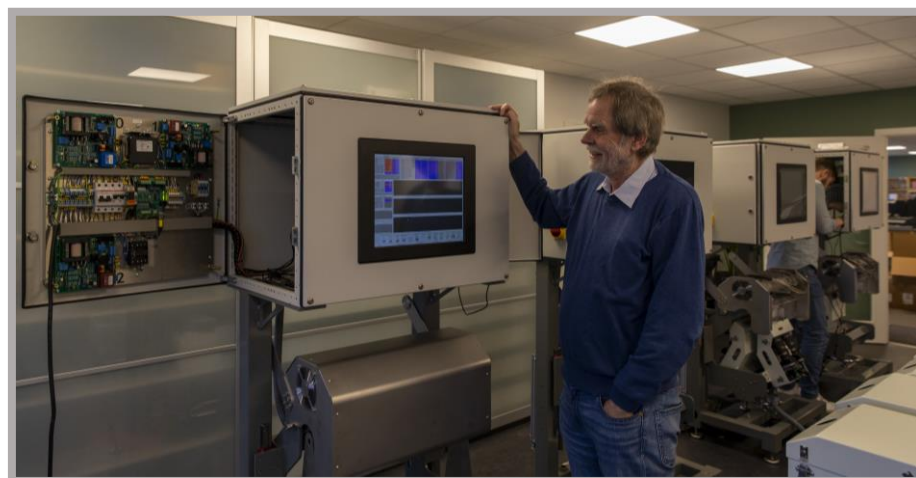
Corona-krisens største udfordring har været, at JLI Vision ikke kan være til stede ved installation af udstyret i andre lande. Den hidtidige praksis har været, at JLI sender en montør og en serviceingeniør til fabrikken, der installerer udstyret og sikrer, at alle protokoller bliver overholdt.

Der er tale om komplekse maskiner og komplekst udstyr, der er nedpakket under transport og skal samles igen ved installationen. Samtidig stiller en effektiv anvendelse af udstyret meget høje krav til validering.

### Ønske om at tænke mere kreativt

JLI Vision har som ingeniørvirksomhed også haft et ønske om at tænke mere kreativt under udviklingsprojekter. Da de blev kontaktet af virksomheden Designit med invitation til at deltage i et forløb under genstartNU med fokus på Design Thinking, sagde virksomheden derfor hurtigt ja.

Håbet var at få inspiration til bedre udviklingsprojekter og samtidig løse udfordringen med ikke at kunne rejse ud og hjælpe med installation af nyt udstyr på produktionslinjer i udlandet.



## Tilpasning af forretningsmodellen

Designits forløb blev døbt "Business as Unusual". Målet var at hjælpe SMVer til at retænke produkter, koncepter, forretningsgange og processer med afsæt i værktøjer inden for Design Thinking.

JLI Vision deltog i to af projektets tre faser. Begge faser bestod af en hel-dagsworkshop med ca. 15 virksomheder. De to workshops skulle have været fysiske, men blev gennemført online pga. Covid-19. På begge workshops deltog fra JLI Vision udviklingsdirektøren og ejeren.

### Designmetoder skaber klarhed over vigtigste udfordring

Det vigtigste formål med workshoppen i fase 1 var at få deltagerne til at blive skarpere på deres hovedudfordringer, og hvordan de kan løse dem. Workshoppen omfattede en kombination af inspirationsoplæg om Design Thinking, individuelle øvelser i hver virksomhed og fælles refleksion.

Inspirationsoplæggene tegnede også et billede af det ændrede markeds-landskab under Covid-19, nye trends og forandringer i forbrugeradfærd – samt hvordan virksomheder kan arbejde med at forstå implikationerne.

I de individuelle øvelser skulle virksomhederne – i hvert sit digitale rum – kigge på sig selv med afsæt i nye trends og Covid-19. Design Thinking handler om at sætte brugerne i centrum, og et centralt tema i øvelserne var derfor at segmentere kunderne og drøfte, hvordan kundeoplevelsen havde ændret sig under Covid-19 for nøglekunder. Samtidig skulle JLI og de øvrige deltagere forholde sig til, hvordan de selv kunne justere kommunikation, service, produktudvikling mv. for at styrke kundeoplevelsen.

Med afsæt i designværktøjet "Miro" – en digital workshop og samarbejds-plattform – identificerede JLI Vision "remote service i en coronatid" som virksomhedens største udfordring. Øvelsen hjalp også JLI til at indkredse idéer til løsninger, og hvad den skulle undersøge og kortlægge for at komme videre med remote service.

## Tænk som Lego, Google og Airbnb

Formålet med workshop 2 var at arbejde videre med den udfordring, der blev identificeret i fase 1. Deltagerne blev præsenteret for nye designværktøjer, som de efterfølgende arbejdede med.

JLI Vision fandt specielt et værktøj, hvor de skulle tænke som en anden virksomhed, værdifuldt og lærerigt. I øvelsen skulle JLI forestille sig, hvordan de ville løse deres problem med remote service, hvis de var Lego, Google og airbnb. Ved at skifte perspektiv til virksomheder med helt andre forretningsmodeller kom JLI til at tænke i nye sammenhænge og fik nye idéer. Øvelsen skabte en erkendelse af, at den samme problemstilling kan tackles på flere forskellige måder.

Efterfølgende skulle deltagerne designe en brugerrejse relateret til remote service – ved brug af både ord og visuelle elementer.

### Om forløbet

Tilpasning af forretningsmodellen	Udvikling af remote servicekoncept – installation af udstyr uden fysisk tilstedeværelse.
Output	Introduktion til designværktøjer samt brugerrejse relateret til remote service.
Ressourcer	Team hos Designit organiserede og forberedte to workshops og individuel dialog.
Bidrag fra virksomheden	To ledende medarbejdere har afsat tre arbejdsdage til forløbet
Varighed	Forløb over ca. tre måneder

## Resultater

JLI Vision har gennem forløbet fået en række nye perspektiver på, hvordan de kan levere remote service – herunder hvordan remote service kan indtænkes allerede i designfasen. Der er bl.a. skabt en bevidsthed om at kigge både på kunden, producenten af maskinen og selve pakningen/transporten. JLI arbejder således med en række praktiske greb, der skal muliggøre remote installation og service, herunder:

- Fixtur og montering, så dele ikke flytter sig under transport (vil blive indtænkt allerede, når JLI Vision designer og bygger udstyret).
- Produktdesign omkring indstilling af skalaer, automatisk justering af software samt videoklip/billeder, der gør installationen nemmere.

Problemstillingen er relateret til Covid-19, men JLI Vision har en klar forventning om, at remote service bliver en vigtig konkurrenceparameter i fremtiden. Dels fordi det sikrer kunderne mod produktionsstop ved nye nedlukninger. Dels fordi der spares tid på rejser, der kan bruges på udviklingsaktiviteter. Endelig kan der installeres flere maskiner på kortere tid.

JLI vil arbejde med designværktøjerne i andre projekter. I første omgang har udviklingsdirektøren og ejeren holdt oplæg for de øvrige medarbejdere om, hvad de har lært. Men JLI Vision er ikke afvisende over for at købe rådgivning mhp. at integrere principperne bedst muligt i organisationen.



”Projektet skaber større sikkerhed for, at når en kunde køber en maskine for 20 mio., så kommer den op at køre, selv hvis der kommer en ny bølge eller en ny pandemi. Det giver større fleksibilitet og vil give en stor konkurrencefordel i fremtiden.”

- Ejer Jan Dall Christensen, JLI Vision

## Læringspunkter

- Hvis din virksomhed producerer maskiner og udstyr, der kræver service, rådgivning om installation, mv., kan du overveje tiltag, der gør jer mindre afhængige af at være fysisk til stede hos kunderne. Sådanne tiltag kan omfatte alt fra nyt produktdesign til manualer baseret på videos, billeder, mv.
- Remote service kan blive en vigtig konkurrenceparameter. Ikke blot i forhold til at kunne sikre service under en pandemi. Men også i relation til at reducere ressourceforbrug og rejseudgifter.
- Hvis I er lidt låste og rutineprægede i jeres problemløsning og udviklingsaktiviteter, kan designmetoder være af stor værdi og fremme kreativiteten i virksomheden. Overvej rådgivning eller relevante kurser på området!



”Dybest set vil projektet bidrage til, at vi i JLI Vision bliver bedre til at tænke ud af boksen og arbejde kreativt ved at bruge de værktøjer, vi er blevet introduceret til. Vi har som ingeniørvirksomhed det problem, at vi er låst i vores måde at gøre tingene på – og alt for hurtige til at gå i løsningsmode.”

- Ejer Jan Dall Christensen, JLI Vision

Erfaringsopsamlingen på genstartNU gennemføres i et samarbejde mellem IRIS Group, Syddansk Universitet, PHA Consult og AMind. Casen gennemgår et samarbejde mellem JLI Vision og rådgivningsvirksomheden Designit.