

Marktwensen vertalen naar product eisen



**Quality Function  
Deployment**

Ontwikkelen = 80% communicatie

**QFD is een communicatie gereedschap**

QFD creëert een gemeenschappelijk beeld van:

- de markt
- het gewenste product resultaat

## Wat QFD doet

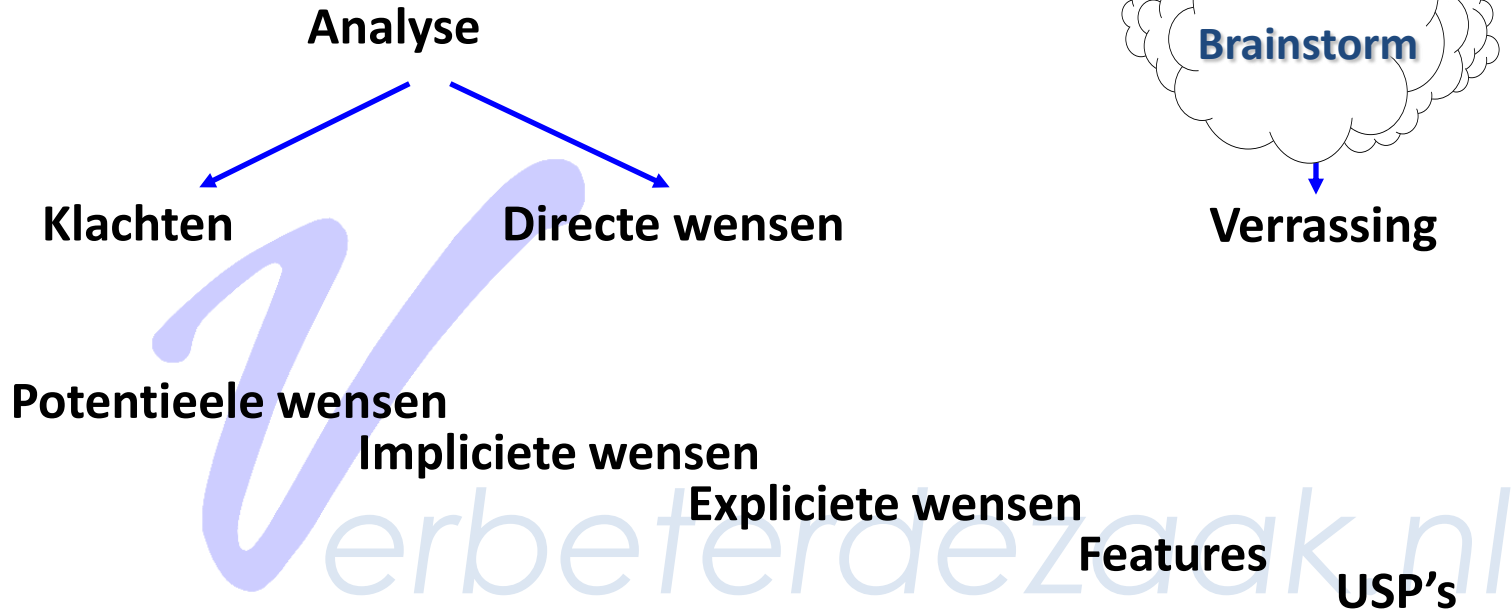
QFD vertaalt kwalitatieve klantenwensen in gekwantificeerde technische specificatie punten. Deze punten kunnen op hun beurt weer worden doorvertaald met dezelfde methode naar component en proces specificaties.

Voorbeeld:

Moet in mijn laatje passen → L x B x H

Makkelijk schoon te maken → ?

# Typen klantenwensen



## Clusters van klantenwensen

- Makkelijk in het gebruik
- Makkelijk schoon te maken
- Eenvoudig op te bergen
- Prestaties
- Kwaliteit
- Design
- Features
- Service

## Bronnen voor klantenwensen

Enquetes onder gebruikers

Enquetes onder mogelijke gebruikers

Test criteria van consumenten organisaties

“eigen ervaring”

Service (Klachten zijn verborgen wensen)

Winkel personeel

Kwaliteits afdeling

Zelf kijken in de winkel

Diepte interviews met gebruikers

## Consumenten organisaties

Een bron van klanten wensen?

Consumenten organisaties hebben hetzelfde probleem als wij:

Hoe moeten we klantenwensen vertalen naar meetbare test criteria

Om te begrijpen hoe zij tegen de consument aankijken moet je dus hun test programma met weegfactoren terug vertalen naar hun perceptie van de klantenwensen

## De voorbereiding van een QFD sessie:

1. Beschrijf de doelgroep(en)
2. Inventariseer marktinformatie en vat het samen
3. Stel vast welk deel van het product beïnvloed kan worden:

Het business model

Het systeem waarop het product gebaseerd is

Het design concept

Een deel van het concept

Een aspect van het concept



Stap 1: Klanten wensen inventariseren en belang voor de doelgroep scoren

Consumer language ! Consumer requirements	Not concept related Design requirements							A	B	C			C/B	DxA			
								Consumer A priority	Consumer B priority	Present product	Competitor 1	Competitor 2	Competitor 3	Target for new prod.	Improvement rate (D)	Weight factor	
Strong airflow								5	2								
Good temp. control								4	3								
Easy to use								2	5								
Beautiful design								3	3								

Stap 2: De concurrentie producten ook vergelijkend scoren met het eigen huidige product

Consumer language ! Consumer requirements	Not concept related Design requirements							A	B	C			C/B	DxA		
								Consumer A priority	Consumer B priority	Present product	Competitor 1	Competitor 2	Competitor 3	Target for new prod.	Improvement rate (D)	Weight factor
Strong airflow								5	2	2	4	5				
Good temp. control								4	3	4	5	3				
Easy to use								2	5	5	4	1				
Beautiful design								3	3	3	3	5				

Stap 3: Specificatie punten zoeken bij de klantenwensen en de interrelaties scoren op basis van in hoeverre de vervulling van deze klanten wens hierdoor beïnvloed wordt.

Consumer language ! Consumer requirements	Not concept related Design requirements						A	B	C	C/B	DxA				
	Airflow [L/S]	Outflow opening [cm2]	#Temp. settings	#Knobs	Actuating force [N]	%Best in face val. test	Consumer A priority	Consumer B priority	Present product	Competitor 1	Competitor 2	Competitor 3	Target for new prod.	Improvement rate (D)	Weight factor
Strong airflow	◆	◆					5	2	2	4	5				
Good temp. control	○		◆				4	3	4	5	3				
Easy to use			○	◆			2	5	5	4	1				
Beautiful design		●	●	●		◆	3	3	3	3	5				

**Als een eis niet meteen meetbaar gemaakt wordt, gaat het daarna heel veel tijd en discussie in het project opleveren.**

**Als de meetmethode erg veel tijd kost of erg duur is, ligt die activiteit bijna altijd op het kritisch pad in de planning.**



Stap 4: Doelscore voor het nieuwe product vaststellen, de resulterende weegfactor (laten) uitrekenen en dan de prioriteit voor de verbetering van de verschillende specificatie punten vaststellen (dit is een rekenslag; niet getoond)

Not concept related Design requirements								A	B	C	C/B	DxA					
Consumer language ! Consumer requirements	Airflow [L/S]	Outflow opening [cm2]	#Temp. settings	#Knobs	Actuating force [N]	%Best in face val. test		Consumer A priority	Consumer B priority	Present product	Competitor 1	Competitor 2	Competitor 3	Target for new prod.	Improvement rate (D)	Weight factor	
	Strong airflow	◆	◆						5	2	2	4	5		4	2	10
	Strong airflow	○		◆					4	3	4	5	3		4	1	4
	Easy to use		○	◆	○				2	5	5	4	1		5	1	2
	Beautiful design		●	●	●		◆		3	3	3	3	5		4	1.33	4

## De procedure:

Klantenwensen verzamelen

Consensus over prioriteiten

Huidige product scoren

Concurrenten scoren

Verbeterdoel stellen voor het nieuwe product

Specificatie punten genereren op basis van de wensen

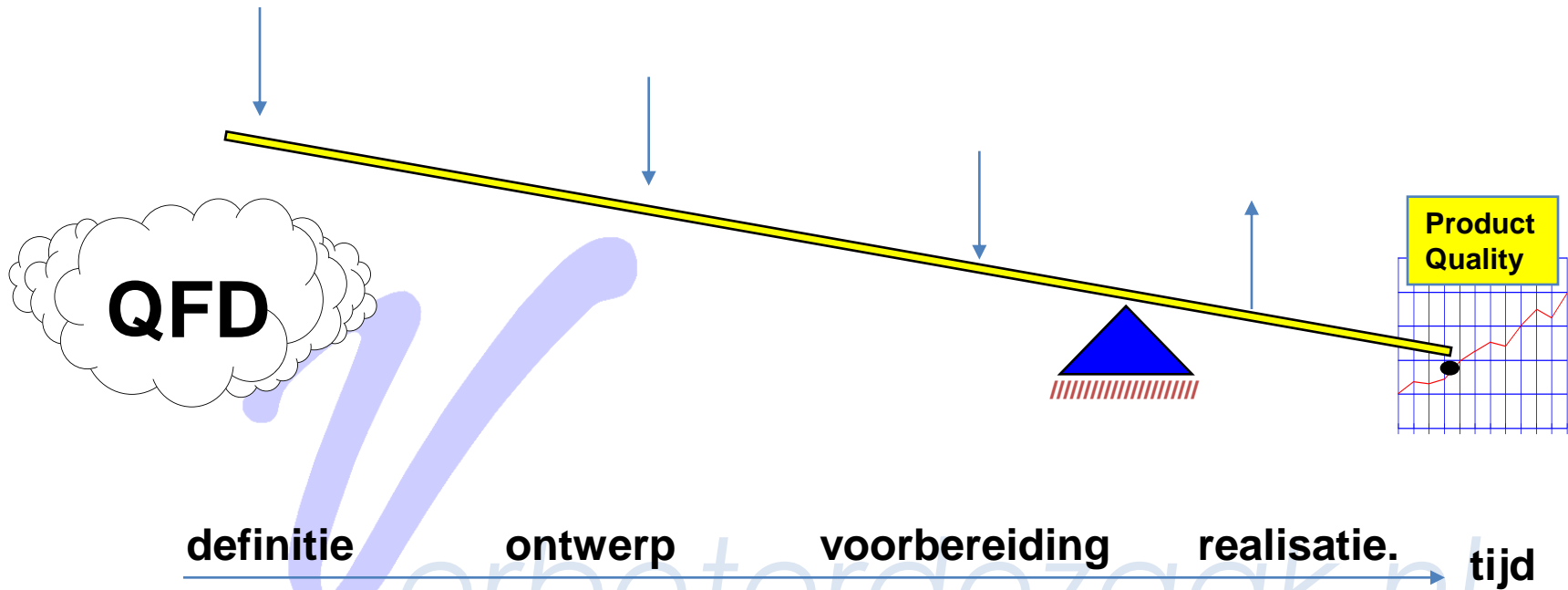
De relaties bepalen

De technische prioriteit berekenen

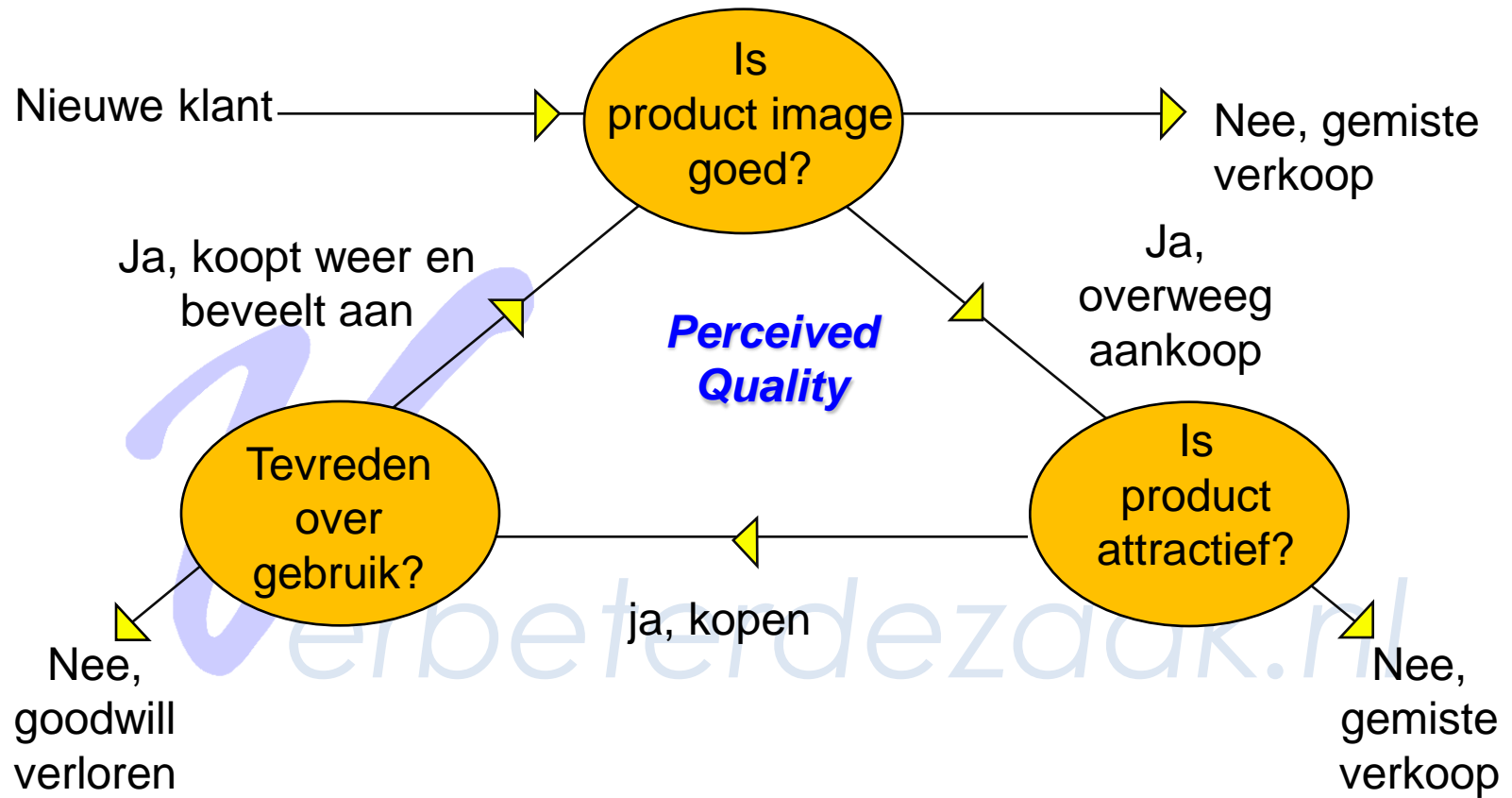
Benchmark technische performance van de producten

Technische targets voor het nieuwe product vaststellen

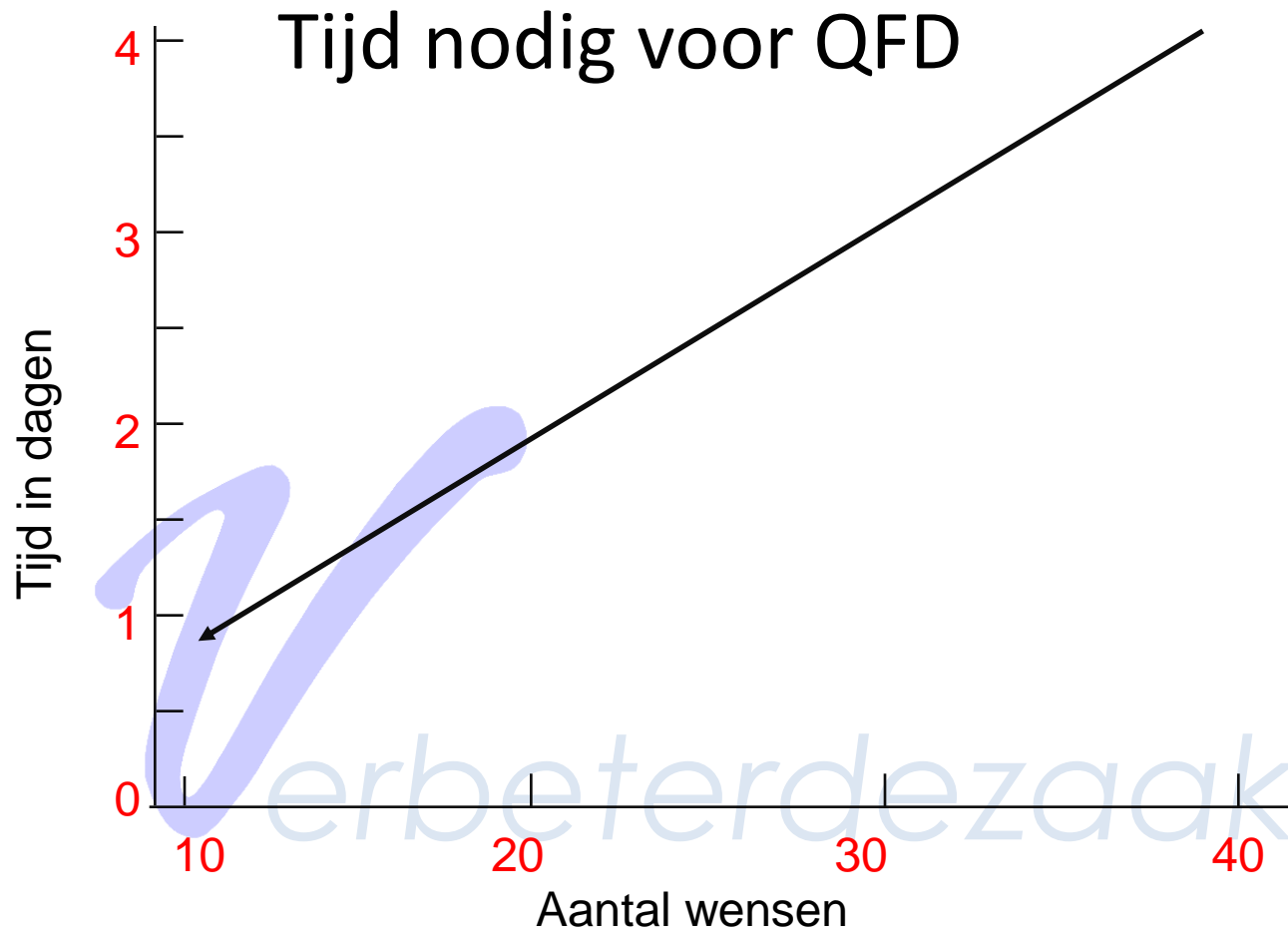
In het begin kun je nog makkelijk dingen veranderen...



## Product management = optimalizeren van “perceived quality”







## Regels van het spel

- Zoek de feiten
- Streef naar consensus
- Luisteren > praten
- We hebben geen specificatie nodig maar

We hebben een gemeenschappelijke visie nodig!

[verbeterdezaak.nl](http://verbeterdezaak.nl)

Back up en score sheets



*v*erbeterdezaak.nl

## **WHATs**

**Check:**

- Begrip**
- Geschikt om te benchmarken**
- Kunnen we het testen?**
- Zitten ze allemaal op hetzelfde niveau**
- Klantentaal**

## **HOWs**

**Worden afgeleid van de Whats**

**Check:**

- Duidelijke maat voor de What**
- Meetbaar**
- Non redundant**
- Beïnvloedbaar**
- Complete representatie van de WHATs**
- Niet concept gerelateerd**

## **Scores:**

### **Klantenwensen**

- 5** - Erg belangrijk
- 4** - Belangrijk
- 3** - Leuk om te hebben
- 2** - Niet zo belangrijk
- 1** - Onbelangrijk

**V**erbeterdezaak.nl

## **Scores:**

### **De interrelaties**

- 9** - Deze eis is essentieel voor deze wens
- 3** - Deze eis beïnvloedt direct de mate van vervulling van deze wens
- 1** - Deze eis beïnvloedt indirect de mate van vervulling van deze wens
- 0** - Er is geen beïnvloeding

## ***Product scores:***

- 5 - Best in class**
- 4 - Goed**
- 3 - Me too**
- 2 - Slecht**
- 1 - Zeer slecht**

## ***Scores gebaseerd op:***

**Value for money evaluatie gedurende het aankoop proces en gedurende gebruik.**