

Kostnadsoptimera redan i ett tidigt stadium



En av Goovinns kunder såg en stor potential för befintliga produkter inom ett nytt marknadssegment. Men för att lyckas skulle det krävas en produktkostnadsreducering. Var det möjligt? Goovinn hjälpte kunden att utvärdera strategin med kostnadsoptimering som verktyg.

Kostnadsoptimering kan ses som dels en kontinuerlig förbättring av ett företags vinstmarginal dels som ett sätt att skapa ökad konkurrenskraft. För att lyckas optimera kostnaderna måste man utgå från en beprövad metodik och göra rätt från början. Här nedan beskrivs först Goovinns process och sedan hur vi tillsammans med kunden gick tillväga för att uppnå en reducereing av produktkostnaden. Trevlig läsning.

GOOVINNS PROCESS FÖR KOSTNADSOPTIMERING:

1. Mobilisera och sätt mål
2. Samla in data och analysera
3. Generera och validera potentialer
4. Prioritera och starta implementering
5. Följ upp och mitigera

Processen för kostnadsoptimering är generisk och kan appliceras i produktutvecklingens samtliga stadier. Dock visar vår erfarenhet att kostnadsoptimering är som mest effektiv i produktutvecklingens inledande stadium.

01. MOBILISERA OCH SÄTT MÅL

Kunden hade identifierat möjligheten att gå in i ett marknadssegment där produkterna generellt är mindre komplexa och har en lägre specifikationsnivå jämfört med bolagets befintliga produkter. Utmaningen och målsättningen var att hitta en lösning till betydligt lägre kostnad utan att ge avkall på prestanda och kvalitet.

02. SAMLA IN DATA OCH ANALYSERA

En tvärfunktionell grupp sattes samman för att genomföra workshops där Goovinn agerade diskussionsledare. Data samlades in från referensproduktens *Bill of Material* och systemet bröts ned i moduler. Pålitlig data samt identifierade kostnadsdrivare är vitalt för framgångsrik kostnadsoptimering.

03. GENERERA OCH VALIDERA POTENTIALER

Att eliminera icke-värdeskapande funktioner var nyckeln för denna kostnadsoptimering. Genom interaktion och ifrågasättande av befintliga funktioner gentemot kraven i det nya segmentet genererades en mängd nya idéer.

För ökat fokus genomfördes arbetet utanför kundens ordinarie arbetsmiljö. Vidare vävde Goovinn in ett antal övningar för att öka kreativiteten. Som exempel fick gruppen i uppgift att bygga Legobilar med det givna kravet: Använd så få komponenter som möjligt, men behåll samtidigt huvudfunktionerna för en bil.

04. PRIORITERA OCH IMPLEMENTERA

Samtliga idéer verifierades och validerades för att uppskatta eventuell kostnadsreducering. Idéerna analyserades vidare med avseende på risk och genomförbarhet vilket ledde fram till en prioritering. Goovinn strukturerade arbetet samt utsåg ansvariga för genomförande av respektive idé.

05. FÖLJ UPP OCH MITIGERA

Utifrån över 100 genererade idéer nåddes en kostnadsreducering på drygt 35 procent jämfört med referensprodukten. Vidare resulterade arbetet i indirekta kostnadsoptimeringar avseende effektiv kommunikation mellan anläggningar och avdelningar.

TACK FÖR ATT DU TOG DIG TID ATT LÄSA VÅRA TIPS. LYCKA TILL.

Har du frågor kring lyckad kostnadsoptimering? Kontakta vår VD Lars Idmyr på 0707-35 97 55 eller maila till honom på lars.idmyr@goovinn.se så hör han av sig till dig snarast.

TILL:



Plats för frimärke

Strategy into action.

Vi är Goovinn. Vi är länken mellan strategi och implementering. Aktiveringslänken som håller ihop det och får det att hända. Vi som går från ord till handling. Eller som vi säger: *Strategy into action*. För vi vet att det i slutändan bara handlar om två saker – långsiktiga resultat och sista raden.

Vi vänder oss till företag som har behov av att snabbt och effektivt genomföra strategiska förändringar. Med unika arbetsmetoder, erfarna specialister och ett unikt personligt engagemang levererar vi mätbara och bestående verksamhetsförändringar.



goovinn[®]
strategy into action

Goovinn AB, Kvarnbergsgatan 2, 411 05 Göteborg, Sweden
info@goovinn.se, www.goovinn.se