



Pressmeddelande
5 mars 2018

Ny rapport från Adobe samlar tips och insikter från de främsta designcheferna

Dagens konsumenter är otåliga och skoningslösa. Därför är det A och O att ha rätt designprocesser på plats för att säkerställa en bra upplevelse som sätter kunden i första rummet. Tillsammans med Creative Review släpper Adobe nu rapporten Working Lives, med tips och insikter från designchefer som jobbar för några av världens starkaste varumärken.

Många av oss har någon gång laddat ner en app i telefonen för att strax därefter radera den. Om en app eller produkt inte omgående är smidig att använda tappar vi intresset. Och det ska mycket till för att vi ska förlåta ett företag som gett oss en dålig upplevelse.

Men vad krävs för att skapa välfungerande designprocesser som lägger grunden för bättre kundupplevelser och nöjdare kunder? I rapporten "Working Lives" har Adobe och tidskriften Creative Review intervjuat en rad designchefer som gett sin syn på vad som utgör en bra designprocess. Här kommer fyra insikter från mobiloperatören 3, fin tech-bolaget iZettle, vitvarujätten Electrolux och designbolaget Bang & Olufsen.

#1 Tillsammans – Ta dig till kontoret

Hos mobiloperatören 3 ser designchefen Martin Samuelsson gärna att medarbetarna jobbar tillsammans – på kontoret. För vissa kan detta säkert uppfattas som en hållning som går stick i stäv med moderna visioner om den mobila arbetsplatsen, där medarbetarna gärna får befinna sig lite var helst de vill så länge de finns tillgängliga via digitala lösningar. Så varför samla teamet på en och samma plats? Det är inte en fråga om disciplin. I stället handlar det enligt Martin Samuelsson om att finnas där för sina kollegor och bidra med kompetens och kunskap, även om det bara skulle vara på ett passivt plan genom blotta närvaron. Vi må befinna oss i en digital tidsålder, men team bestående av fysiska människor tjänar fortfarande på fysisk närvaro.

Läs mer om Martin Samuelssons tankar och syn på design på sidan 22 i rapporten.

#2 Testa – Ge konsumenterna makten från start

Svenska iZettle har haft stora framgångar med sin kortterminal för smarta telefoner som möjliggör privata överföringar och låter företag acceptera kortbetalningar utan att använda sig av en vanlig kortterminal. Enligt Jason Gregory, chef för produktdesign, har användartester varit till stor hjälp i utvecklingen av iZettles lösningar. Förutom att designers kan ge varandra feedback när produkten utvecklas, får de också värdefulla insikter genom testerna. För att snabbt hitta fel och förbättra produkten använder sig iZettle av alfa- och beta-tester.

Läs mer om Jason Gregorys tankar och syn på design på sidan 24 i rapporten.

#3 Tryck – Sätt människan i fokus

På den svenska vitvarujätten Electrolux vill man ge designers svängrum så att de kan skapa kreativa lösningar som gör livet enklare för konsumenterna. Designers på Electrolux fokuserar på att göra funktionalitet till en upplevelse som talar till alla sinnen. Produkterna ska bidra till att förbättra det vardagliga livet och därför måste designers ge dem en "mänsklig touch" där människan står i centrum, säger designchefen Thomas Johansson.

Läs mer om Thomas Johanssons tankar och syn på design på sidan 20 i rapporten.

#4 Tid – Prototyper får upp produkterna snabbare på hyllan

Hos den danska designikonen Bang & Olufsen är man väl medveten om att den snabba digitala utvecklingen innebär att företaget måste arbeta i än snabbare takt för att vara med i matchen. I synnerhet handlar det om att minska tiden från konceptutveckling till att produkterna står på hyllan. Här är arbetet med digitala prototyper en stor fördel då det tar väsentligt kortare tid att införa löpande justeringar digitalt, förklarar Kresten Bjørn Krab-Bjerre, chef för Sound Concept på Bang & Olufsen. Även 3D-printing av tidiga prototyper har hjälpt den danska designkolenoden att spara tid. Under de senaste tre till fem åren har företaget lyckats minska tiden från koncept till färdig produkt med 30-50 procent.

Läs mer om Kresten Bjørn Krab-Bjerrres tankar och syn på design på sidan 16 i rapporten.

Ladda ner hela rapporten Working Lives [här](#).

För ytterligare information, vänligen kontakta

Jes Schyum, kommunikationschef Adobe Systems, telefon +45 26 70 46 70, jschyum@adobe.com

Daniel Nord, konsult Spotlight PR, telefon +46 704 584 371, adobe@spotlightpr.se

Om Adobe

Adobe förändrar världen genom digitala upplevelser. För mer information besök www.adobe.com