

Ramverk för:

# Teknisk dokumentation

Del 1: Produkt

Datum: \_\_\_\_\_

Företag: \_\_\_\_\_

Produktgrupp: \_\_\_\_\_

Kontaktperson: \_\_\_\_\_

Uppgjord av: \_\_\_\_\_

# Teknisk kommunikation som konkurrensmedel

Eftermarknadskommunikation är ett eftersatt kapitel, ofta delegerat till konstruktionsavdelningen som, förutom att utveckla produkten, också ska ha kompetens och tid att presentera dess funktion på ett användarvänligt sätt.

Förutom att den tekniska dokumentationen enligt EUs produktansvarslag anses vara en del av produkten (och därigenom rimligen borde hålla samma kvalitet som produkten i övrigt), så bör eftermarknadskommunikationen betraktas som ett viktigt konkurrensmedel i säljarbetet.

I dagens snabbväxande värld är produktens hårdvara sällan ett konkurrensmedel. Och är den det, så är försprånget snabbt upptaget av konkurrenterna.

Istället söker de flesta företag konkurrensfördelar genom mjukvara – att bygga in produkten i system, erbjuda garantier och kringtjänster, etc, och på så sätt skapa ett mervärde jämfört med konkurrenterna.

I dessa sammanhang lyfter man ofta fram användarvänlighet som en produktfördel. Den är ett viktigt konkurrensmedel i alla länder där användaren har en direkt påverkan på inköpsbeslutet.

Användarvänligheten styrs av produktens design och dokumentation. Och självklart ska det ställas samma krav på dokumentationen som på all annan kommunikation. Den ska vara anpassad efter målgruppens informationsbehov och vara pedagogiskt utformad.

Tyvär är verkligheten annorlunda. Ofta bifogas en 250-sidig manual på engelska, med små eller inga bilder alls. Ingen orkar läsa den, vilket leder till att produkten inte utnyttjas fullt ut och många onödiga frågor kommer in till serviceavdelningen.

Att uppgradera eftermarknadskommunikationen är ett enkelt sätt att skaffa sig en konkurrensfördel. Med moderna produktionstekniker, där en stor del av produktionen kan automatiseras, är det idag betydligt lättare att förse kunderna med skräddarsydd information på ett kostnadseffektivt sätt.

## Ramverk för...

Pyramid har lång erfarenhet av branding inom b2b, och den vill vi gärna dela med oss av.

Detta dokument summerar frågeställningar värda att beakta vid utvecklingen av en brandingstrategi. Förvänta dig således inga färdiga lösningar. Det finns inga generella sådana, utan framgångsrika lösningar är resultatet av ett målmedvetet arbete baserat på rätt förutsättningar och fakta.

Vi utnyttjar själva en kundanpassad version av denna struktur vid den strategiska projektgenomgången, så använd gärna materialet som en checklista och diskussionsunderlag.

Om det väcker din nyfikenhet och du vill diskutera marknadsföringsstrategi på ett djupare plan, är du alltid välkommen att kontakta oss på [info@pyramid.se](mailto:info@pyramid.se)

# Produkt

## Produkt →

Beskriv den produkt som ska dokumenteras.

- A Serieprodukt  
 B Serieprodukt, kundanpassad  
 C OEM-produkt  
 D Enstyckstillverkad, special

- E Inbyggnadskomponent  
 F Självständig funktionsenhet  
 G Komplet anläggning  
 H \_\_\_\_\_

## Egenskaper →

Bedöm produktens egenskaper jämfört med de största konkurrenternas produkter. Sätt in siffrorna 1-5 med 5 som mest positiva bedömning.

- \_\_\_\_\_ Säkerhet mot personsador  
 \_\_\_\_\_ Användarvänlig  
 \_\_\_\_\_ Lätt att installera  
 \_\_\_\_\_ Driftsäkerhet

- \_\_\_\_\_ Litet underhållsbehov  
 \_\_\_\_\_ Servicevänlig  
 \_\_\_\_\_ Bra teknisk information  
 \_\_\_\_\_

## Felfunktion →

Vilka är de vanligaste orsakerna till att produkten inte fungerar som den ska?

- Handhavandefel  
 Bristande underhåll  
 Mekaniska fel, slitage

- Elektroniska fel  
 Programfel  
 \_\_\_\_\_

## Underhåll →

Hur sker underhållet av produkten? Skillnaden mellan olika marknader?

- Kunden gör allt själv  
 Kunden gör enklare åtgärder, vår serviceorganisation de mer avancerade

- Vi gör allt  
 Tredjeparts-service

---



---

## Utbildning →

Vilken produktutbildning erbjuder ni era kunder?

---



---



---

## Personskador →

Kan oaktsamhet eller felaktigt handhavande av produkten leda till personsador?

---



---



---

## Risker →

Kan produkten, vid felaktig funktion, orsaka andra skador?

---



---



---

## Myndigheters krav →

Gäller för produkten speciella, av myndigheter, utfärdade krav?

---



---



---

## Produktändringar →

Utför ni förändringar/modifieringar på de levererade produkterna? Om svaret är ja, hur förändras den tekniska informationen?

---



---



---

## Programvara →

Om produkten är databaserad, kan kunden/slutanvändaren ändra programvaran och i så fall, förändrar det sättet att handha eller underhålla produkten?

---



---



---

## Produkten i systemet →

Om produkten ingår i ett större system; hur ser gränssytan ut, fysiskt och funktionsmässigt? Vem ansvarar för hela systemets tekniska information?

---



---



---

## Seriestorlek →

Hur stor serie beräknar ni kunna sälja?

---



---



---

## Priset →

Vad kostar produkten?

---



---



---

## Garanti →

Lämnar ni garanti på produkten och i så fall, hur är den utformad?

---



---



---

## Underhåll →

Kräver underhåll och reparation särskild behörighet?

---



---



---

## Tillförlitlighet →

Kan man bedöma kostnaderna för ett driftstopp på er produkt i t.ex. kr/tim, inräknat följdfel och konsekvenser i angränsande systemdelar?

Med driftstopp menas här felaktig eller utebliven funktion orsakad av produktfel eller handhavandefel.

---



---



---



---



---



---

# Dokumentation idag

## Vad får kunden? →

Vilken teknisk information om dina produkter får köparen?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Datablad               | <input type="checkbox"/> Programmeringshandbok |
| <input type="checkbox"/> Teknisk beskrivning    | <input type="checkbox"/> Mekaniska ritningar   |
| <input type="checkbox"/> Monteringsinstruktion  | <input type="checkbox"/> Elschema              |
| <input type="checkbox"/> Installationsanvisning | <input type="checkbox"/> "Produktnyheter"      |
| <input type="checkbox"/> Bruksanvisning         | <input type="checkbox"/> _____                 |
| <input type="checkbox"/> Felsökningsinstruktion | <input type="checkbox"/> _____                 |
| <input type="checkbox"/> Underhållsinstruktion  | <input type="checkbox"/> _____                 |
| <input type="checkbox"/> Reservdelskatalog      | <input type="checkbox"/> _____                 |

## Organisationen →

Beskriv kortfattat hur er organisation ser ut och var ansvaret för den tekniska informationen finns. Ange namn på ansvariga.

---



---



---



---

## Mål och strategi →

Finns inom företaget någon fastställd strategi, formulerade mål eller annat som styr produktionen och användningen av den tekniska informationen?

---



---



---



---

## Standarder →

Finns några interna företagsstandarder eller andra normer och krav som styr innehåll i och utformning av den tekniska informationen?

---



---



---



---

## Reklam – teknisk information – utbildning →

Finns inom ert företag någon samordning mellan olika informationsaktiviteter, t.ex. mellan teknisk information och reklam eller mellan teknisk information och kundutbildning?

---



---



---



---

## Produktion. Hur? →

Vilka tekniska hjälpmedel finns för produktionen? Vilka datorprogram används internt?

---



---



---



---

## Produktion. Vem? →

Vem eller vilka i eller utanför företaget är engagerade i informationens framtoning, t.ex. text, översättningar, bild, original etc?

---



---



---



---

## Produktion. När? →

När görs den tekniska informationen för en produkt alternativt en kundleverans?

---



---



---



---

## Produktion. Vad? →

Har någon utvärdering av kvaliteten på den tekniska informationen gjorts?

---



---



---



---

## Produktion. Var? →

Görs all teknisk information i Sverige även för produkter som tillverkas utomlands? Om inte, beskriv hur arbetet sker och vilka inflytanden moderbolaget har.

---



---



---



---

## På vilka språk finns den tekniska informationen? →

- Svenska  
 Engelska  
 Tyska  
 Franska

- Spanska  
 Italienska  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

## Media →

Vilka media används för den tekniska informationen?

---



---



---



---

## Leverans →

När och hur får kunden den tekniska informationen?

---



---



---



---

Bra kan bli bättre →

Vilka brister anser du att er tekniska information har idag?

---

---

---

---

Priset →

Hur täcks och redovisas kostnaderna för framtagning av teknisk information internt i företaget?

---

---

---

---

Ändringar →

Förser ni era kunder med ändringsmeddelanden eller motsvarande? I så fall, hur går det till?

---

---

---

---

Registrering →

Registrerar ni vem som har er tekniska information? I så fall, på vilket sätt?

---

---

---

---

*Pyramid bygger varumärken och skapar uppseendeväckande lönsam, gränsöverskridande kommunikation för internationella företag med höga ambitioner och entreprenöranda.*

*Hur bär man sig då åt för att stå ut, nå fram, och göra det med bibehållen trovärdighet. Vi har beprövade metodiker som leder fram till svaret.*

**Tillsammans kan vi:**

- skapa gränsöverskridande kommunikation, bortom det förväntade
- attrahera en global marknad, över nationsgränser
- med öppet sinne utnyttja alla media, digitala och analoga
- överbrygga kulturella barriärer och nå yrkesmänniskan
- korsbefrukta kunskap och erfarenhet från olika branschområden
- integrera våra kompetenser tvärvetenskapligt och samordna kommunikationen

**I Pyramid får du en partner som:**

- sparrar dig affärsstrategiskt
- fokuserar din organisation
- marknadsanpassar dina erbjudanden
- positionerar ditt företag
- differentierar dina produkter och tjänster
- bygger starka varumärken
- stimulerar din säljkår
- attraherar rätt målgrupper
- får dina affärer att växa globalt
- optimerar ditt utbyte av Internet, d.v.s. lyfter din tillväxt och lönsamhet.

