

Møbelvirksomheden

Brødrene Andersen har i flere år samarbejdet tæt med Innovationsnetværket og fået øjnene op for, at det betaler sig at spørge kunderne om produkterne. Dette fokus på brugerdreven innovation har blandt andet ført til et givtigt samarbejde med designfirmaet byKATO; et makkerskab, som satte en ny møbelserie i verden, der nyder international opmærksomhed.

Det nye produkt i byKATO-serien fra Brødrene Andersen er The Andersen Chair, som har fået Red Dot Award 2013.

Dialog med brugerne skabte helt nye produkter

Da møbelvirksomheden Brødrene Andersen i foråret 2012 udstillede byKATO spisebord og byKATO sideboard på Milano-messen, blev det en succes, som straks gav internationale ordrer.

”Vi har ikke tidligere oplevet noget lignende – det var en fantastisk god oplevelse,” fortæller salg & marketingsansvarlig Jørgen Andersen, som fik konkrete nye kunder med sig hjem og interessante kontakter, der kunne arbejdes videre med. Interessen kom ikke kun fra Europa; der blev også knyttet værdifulde kontakter til Venezuela, Hong Kong, Japan og Kina.



Den målgruppe, Brødrene Andersen hidtil har henvendt sig til, er på tilbagegang. De 54-årige er anderledes, end de var før. De går med hattetroje, spiser tapas og ser X-faktor. Udfordringen var at forny virksomheden uden at ændre den.

PARTNER TONNY GLISMAND / BYKATO

Målrettet kommunikation

Siden er nye produkter kommet til som The Andersen Chair; en stol med glasfibersæde, der har fået Red Dot Design Award 2013. Nye metoder, værktøjer og samarbejdspartnere har kort sagt ført til en spændende udvikling.

”Vi har udspurgt vores kunder om deres forventninger, og derigennem fået aha-oplevelser. Eksempelvis ved vi nu præcis, hvilke produkter, der appellerer til kunderne,” forklarer Jørgen Andersen og fortæller, at virksomheden er blevet meget mere aktivt kommunikerende.

”Det kræver, at man er ude i god tid, og den proces har vi skullet lære os. I gamle dage rev vi næsten prototyperne ud af hænderne på designerne, når vi var på vej på messe. Men det går ikke. Vi skal sørge for at arbejde med længere horisonter, så vi grundigt kan kommunikere til vores målgrupper.”

Udvidelse af kundegrundlaget

Et af de første udviklingsprojekter, som Brødrene Andersen samarbejdede med Innovationsnetværket om, var det brugerdrevne innovationsprojekt ULD, hvor møbelvirksomheden fandt ud af, at den er stærk, når det gælder møbler til forbrugere på 50+. Det satte tanker i gang om at udvide kundegrundlaget og sammen med en af Innovationsnetværkets konsulenter lavede man en plan med design- og produktudviklingsfirmaet byKATO.

”De havde en anden indgangsvinkel til design, segmenter og kundegrupper og kunne derfor skubbe til os. Vi vil jo stadig tilbyde produkter krydret med snedkerdetaljer, men byKATO har erfaringer med

både dyre møbler og kædesalg og kunne pege på en ny retning,” siger Jørgen Andersen.

”Fremover skal møbelhandleren også kunne tilbyde noget til 35+, som ofte forventer en lavere pris end den ældre generation. Derfor skal kompleksiteten i vores produkter ned, uden vi går på kompromis med kvalitet. Det er lykkedes at forene det gode fra byKATOs verden med vores høje krav til kvalitet og finish.”

SKAB GOD KOMMUNIKATION

byKATO har sammen med Brødrene Andersen skabt produkter til en ny målgruppe uden at gå på kompromis med, hvad møbelvirksomheden er kendt for.

”Jeg vil sammenligne det med en kok, som kigger på råvarerne og overvejer, hvordan de kan bruges på en ny måde,” forklarer partner i byKATO, Tonny Glismand.

INNOVATION KRÆVER TID – MEN BETALER SIG

Innovation og udvikling tager tid, men det er Brødrene Andersen klar til at investere.

”ULD-projektet blev en øjenåbner, som gjorde os fokuserede. I dag laver vi ikke projekter uden at have kundegrupper inde over til at give deres besyv med,” siger Jørgen Andersen.

EKSTERN KONSULENTBISTAND TIL UDVIKLINGSORIENTEREDE VIRKSOMHEDER

Innovationsnetværkets sekretariat har i flere år administreret et udviklingsprogram for Vækstforum i Region Midtjylland, som støtter vækst- og udviklingsorienterede bolig- og beklædningsvirksomheder til yderligere vækst. Formål: At øge den enkelte virksomheds indtjening, innovation og/eller eksport – og at øge produktivitet og beskæftigelse.