

”80% av
mätningarna
blir fel”

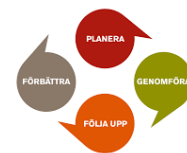
HAR VI RÄTT
UNDERLAG FÖR
BESLUT?



STEG 1
MÄT PÅ FÄRRE
BRUKARE



STEG 2
NÅ DE DOLDA
BEHOVEN



STEG 3
REGELBUNDEN
UPPFÖLJNING

VÅRA DOLDA BEHOV



Forskning från 2007 ger lösningen

”Ingen mening att göra kundundersökningar för att kunderna vet ändå inte vad de vill ha”

Wallenberg var en av instiftarna i Marknadstekniskt Centrum. Syftet var att få svenska forskare och svenskt näringsliv att närma sig varandra. Detta har resulterat i KIT Modellen som visar brukarnas dolda behov. De behov som ligger till grund för brukarens agerande. Metoden har använts i produkt och tjänsteutveckling. **Resultaten har varit att tjänsten/produkten möter brukarens behov.**

Pulsgeneratorn hjälper företagen med enkla frekventa Webb-mätningar i syfte att ge rätt information i rätt läge och kunna följa utvecklingen i Företaget och hos kunderna. Vi vill starta ett projekt i syfte att utvärdera hur dessa två metoder kan generera affärsnytta och medarbetarvärde för er.

Vad innebär detta för er:

- Utvecklingsavd.
- Försäljningsavd.
- Marknadsavd.
- HRavd.