



Käre läsare,

Här kommer veckobrev no 17 som är det trettonde sedan starten. Det representerar en viktig milstolpe i förståelsen av vad LPD är, egentligen.

Reservera den 26 maj i din kalender, för då anordnar Swerea IVF ett seminarium om Dynamic Product Development (DPD) tillsammans med prof Stig Ottosson som var den som hittade på det hela.

## Detta är LPD!

Många företag har börjat, eller avser att, införa LPD. I speciellt större företag har man redan investerat i, och bundit upp sig för olika metoder och verktyg som man nu säger är en del av LPD. Kombinerat med ett kanske undermedvetet tankesätt att, allt bra är lean och lean är alltid bra tenderar man att hänga på LPD allt som man uppfattar som bra och därför riskerar vi att få en stor mängd LPD-dialekter.

Låt oss därför gå tillbaka till källan och försöka förstå vad och varför Toyota Motor gör vad de gör.

Toyota har cirka 40 bilmodeller som förnyas ungefär vart fjärde år. Det betyder en ny bil varje månad. Toyota utvecklar i linjen, inte i projektet, varför man på varje avdelning har många parallella uppdrag som alltid hanteras av samma ingenjörer. Man blir snabbt mycket erfaren. Dessutom är det inte nya produkter utan en modifiering av en produkt som är i produktion. Man gör en ny Corolla, Avencis, Camry, Yari, eller vad det nu kan vara.

Allen Ward kallade det för "tailoring project" och vi känner det som "need projekt" eftersom projektets "driver" är need till skillnad från want och wish.

Bilprojekten på Toyota kännetecknas av repetitiva moment. Man har många gånger tidigare gjort samma sak och fört noggranna anteckningar om utfallet av sin planering. Därför kan man schemalägga aktiviteterna i slutet av projektet med stor noggrannhet. Om vi undantar konceptutveckling, så kan majoriteten av arbetet liknas vid produktion och det är denna majoritet som förbrukar de största resurserna. Därför är det oerhört viktigt att produktionsresurserna i PD utnyttjas effektivt. Vi får tes nummer ett:

1. Utnyttja resurserna effektivt

Tes nummer två strävar efter att förbättra tes nummer ett och dessutom minska resursförbrukningen i konceptutvecklingen:

2. Reducera mängden arbete

Dessa två teser kan sägas utgöra kärnan i LPD och kan kallas LPD core, eller helt enkelt LPDc. Men de räcker inte utan vi behöver också tes nummer tre för att utveckla rätt produkt:

3. Se till att utveckla rätt produkt

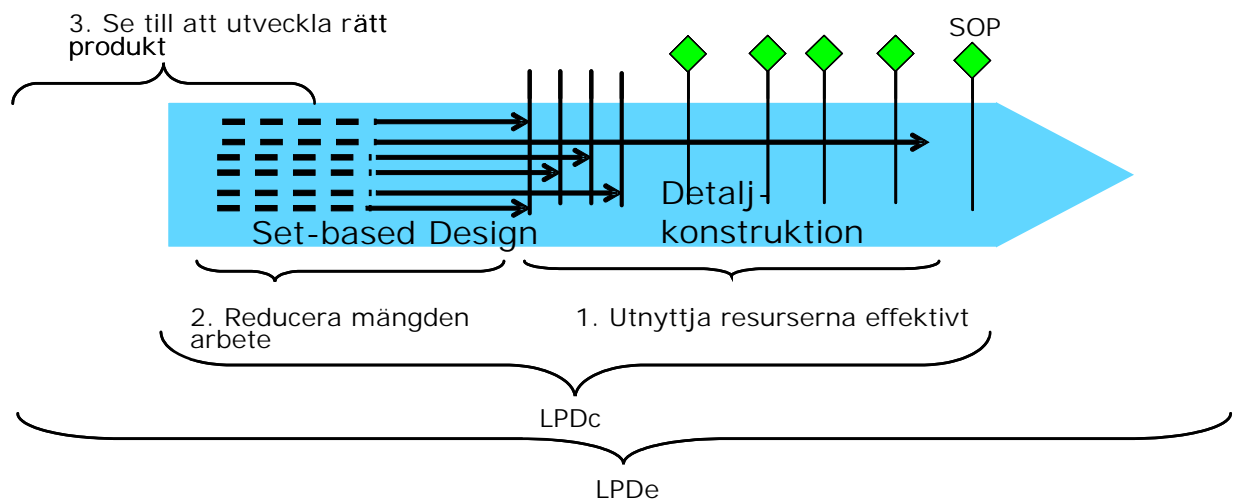
De tre teserna tillsammans kan ses som en utvidgning av LPDc och kan därför kallas LPD extended eller kort och gott LPDe. När Allen Ward talar om att utveckla företagets framtida värdeflöde så är det LPDe han har i tankarna. Medan de som främst ser PD som konstruktion + produktionsaspekter ser PD som LPDc.

Det är relativt lätt att inordna diverse LPD-begrepp under de tre teserna, vi får till exempel:

- 1. Utnyttja resurserna effektivt
  - Linjen utför arbetet—lastbalansering

- Flöde, takt, balansering
- Visuellt planering, projektrum
- Stabila processer
- 2. Reducera mängden arbete
  - Lärande, A3, trade-off kurvor, checksheets
  - Kunskapsbaserat beslutsfattande
  - Testa först, konstruera sedan
  - Modularisering
  - Set-based design
- 3. Se till att utveckla rätt produkt
  - Chief engineer
  - Genchi gemba, vara värdefokuserad, nära kunden
  - Roadmap

Det är enkelt att läsa och förstå Wards böcker mot denna bakgrund, men svårare med Liker. Hans 13 principer passar inte riktigt ihop med mina tre teser, vilket får mig att dra den något kaxiga slutsatsen att Liker inte förstått grunden i LPD. Vidare kan man se att Kennedys böcker i huvudsak sysslar med tes två, reducera mängden arbete. Om man vill kan man illustrera med en figur.



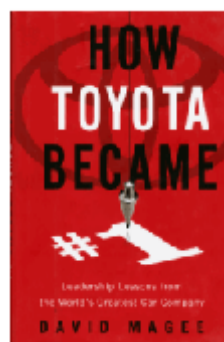
## Veckans bok

**D**et finns här och där i boken uppgifter, som om de är korrekta, är mycket intressanta. Men det är en lång ökenvandring mellan de intressanta styckena.

För det mesta är boken en tröttsam upprepning av superlativ. Toyota beskrivs så översvallande positivt att man ibland undrar om författaren menar allvar.

Den här boken kan du mycket väl vara utan, om det inte vore för de små ljusglimtarna. Men då får man vara ruskigt intresserad av Toyota.

Boken får ☆☆.



David Magee,  
**How Toyota Became #1**,  
Portfolio, 2007,  
ISBN 978-1-59184-179-1  
(239 pages, 235\*152mm)

Lars Holmdahl • +46 708-77 53 16 • lars@larsholmdahl.com