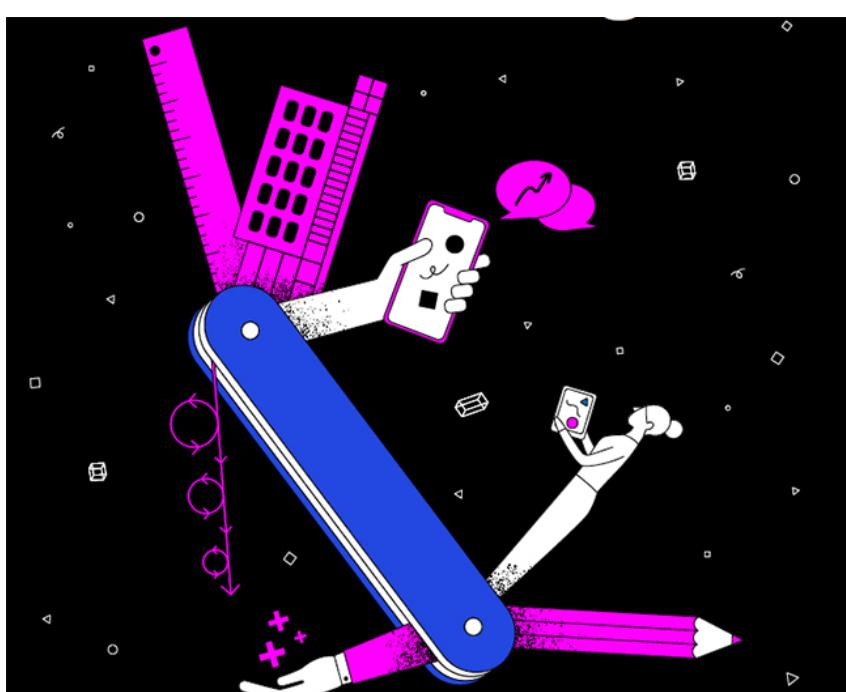


Forside (/) Samfund (/samfund) | Digital (/digital) | PR & branding (/pr-branding)

McKinseys nye rapport om design

McKinsey: Design = \$\$\$\$



McKinsey-rapporten "The Value of Design" er baseret på en lang række undersøgelser, der ved hjælp af mønsterkendelsesanalyser placerer de udvalgte virksomheder på det såkaldte McKinsey Design Index (MDI). Foto: Screenshot af McKinsey-rapportens forside

Skrevet af



Christian Villum (/Christian-Villum)
Iværksætter & digital strategikonsulent (/Christian-Villum)
Autofunkt (/Christian-Villum)
5 artikler
51 indlæg
(/Christian-Villum)

Med umådelig god timing - idet ugen her har budt på interessant kritik af designtænkningbegrebet (eller strategisk design, som det ofte også kaldes) - har det anerkendte amerikanske managementkonsulentfirma McKinsey, hvis erhvervsanalyser og -rapporter generelt ses som økonomiske milepæle i mange industrier, netop udsendt deres seneste af slagsen. Den bærer titlen "The Business Value of Design".

Bølgerne går altid højt, når talen falder på netop værdien af design. Der er næsten ikke den kreative meningsdanner, der kan sige sig fri for at kaste alskens argumenter i manegen; både til angreb på eller



til forsvar for den hellige designgral. Kan det virkelig betale sig med alle de eksperimenter, prototyper, iterationsrunder, brugerdrevne processer og fanden og hans pumpestok?

Måske kan vi endelig komme et stort skridt nærmere en afklaring, fordi endelig træder én af de erhvervsøkonomiske sværvægtene på podiet og trykker pilen et massivt stykke henimod et stort og rungende JA: hele finansverdenens darling, McKinsey. Og dét vel at mærke i vanligt grundige stil uden ret meget slinger i valsen. Lad os kigge på det.

Hvad er det, de har målt?

I denne rapport har McKinsey kortlagt designpraksisser i 300 børsnoterede virksomheder over en 5-årig periode i forskellige lande og på tværs af tre forskellige brancher (forbrugsvarer, sundhedsteknologi og detailbankvirksomhed). Undersøgelsen fokuserer på både virksomhedernes vækstkurver og designpraksisser, og på tværs af disse er mere end to millioner finansielle og designmæssige datapunkter kortlagt og indsamlet.

Ved hjælp af mønstergenkendelsesanalyser står det klart, at der er fire temaer, som kendtegner graden af succes i de undersøgte virksomheder, som McKinsey har placeret i det såkaldte McKinsey Design Index (MDI). Indekset viser virksomheders styrke inden for design, og – som det allermest interessante – hvordan disse styrker hænger sammen med vækstmæssig performance.

De fire temaer er:

1) "Design er ikke blot en handling; det handler om analytisk lederskab"

Det er absolut afgørende, at virksomheden anerkender, at design er et topledelsesansvar, og det skal analyseres og udvikles med samme ildhu, som man gør det med eksempelvis indtjening og minimering af omkostninger.

2) "Design er mere end et produkt; det handler om brugeroplevelser"

De højest placerede virksomheder i indekset er dem, som har formået at udvise højeste grad af brugerorientering, og hvor virksomheden dels skaber værdi med både produkt og service, dels har øje for, at brugerens oplevelse ofte bevæger sig uden for virksomhedens egne økosystemer – og derfor etablerer samarbejder med andre virksomheder, der bidrager til brugerrejsens infrastruktur.



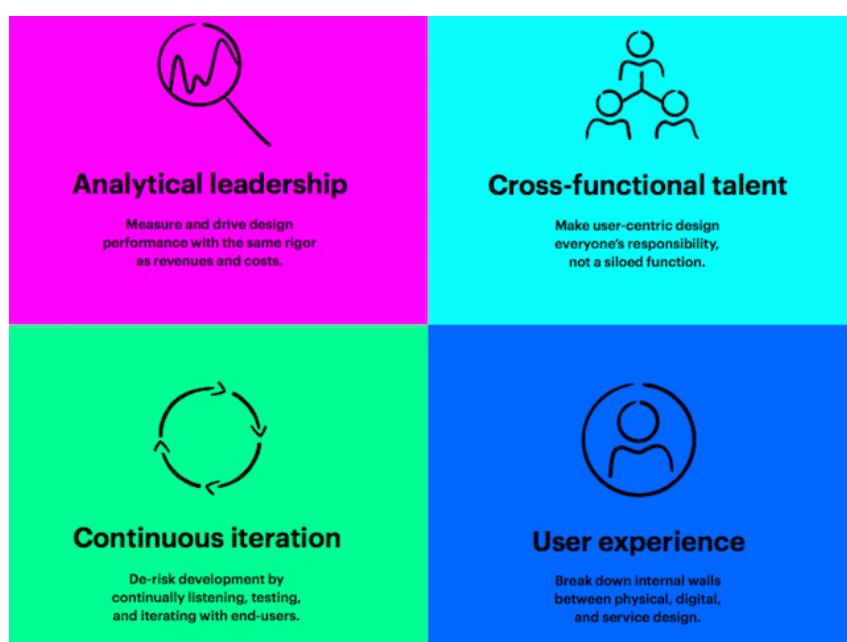


Foto: Screenshot fra McKinsey-rapporten

3) "Design er mere end en afdeling; det handler om tværfagligt talent"

Virksomheder, hvor design bliver en del af alle medarbejdernes ansvar, scorer generelt højest. Med andre ord er det klassiske billede af en designafdeling med tatoverede hipsters, som alene udgør virksomhedens kreative muskel, efterhånden ved at være en karrikeret cliché. En pointe her er, at hvis design er isoleret i en silo i virksomheden, så er silomekanismen sikkert også udbredt inden for mange andre felter i virksomheden.

4) "Design er mere end en fase i produktudviklingen; det er kontinuerlig iteration"

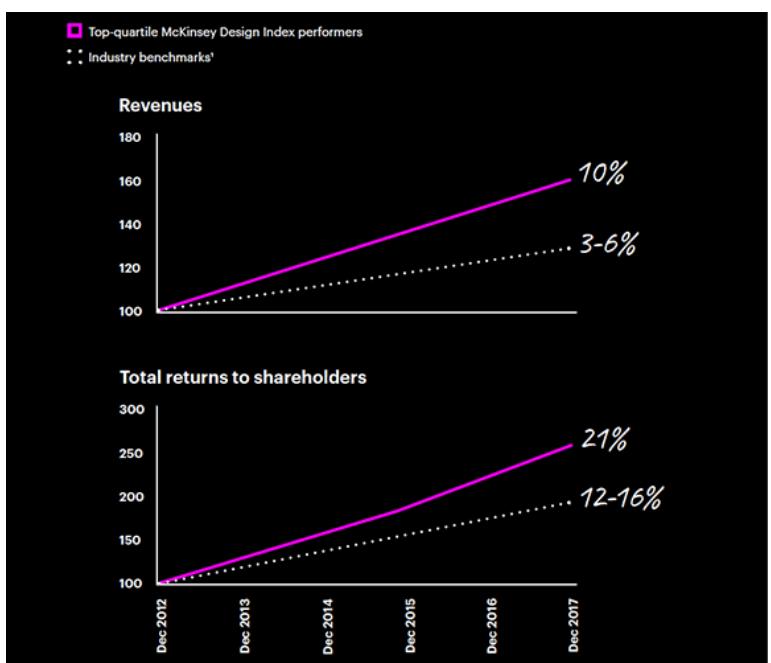
Design blomstrer bedst (og giver dermed mest værdi) i miljøer, som opmuntrer læring, test og iteration med brugere; en praksis, som kraftigt forbedrer mulighederne for skabelsen af nye, slagkraftige produkter og samtidig reducerer risikoen for store, dyre fejllanceringer. Det betyder med andre ord, at alle stadier af produktets tilblivelse er en mulighed for kontinuerlig forbedring og nysgerrighed.

Hvad viser rapporten så?

Hovedpunkterne fra rapporten er som følger:

1. De øverste 25 % af virksomhederne i indekset – altså, de, som har mest succes med deres designindsats – overgår den gennemsnitlige vækstrate for deres branche med helt op til 100 %.





2. Høje scores i indekset korrelerer generelt med højeste afkstrater og – for den øverste fjerdedels vedkommende – havende højeste afkast til aktionærer.

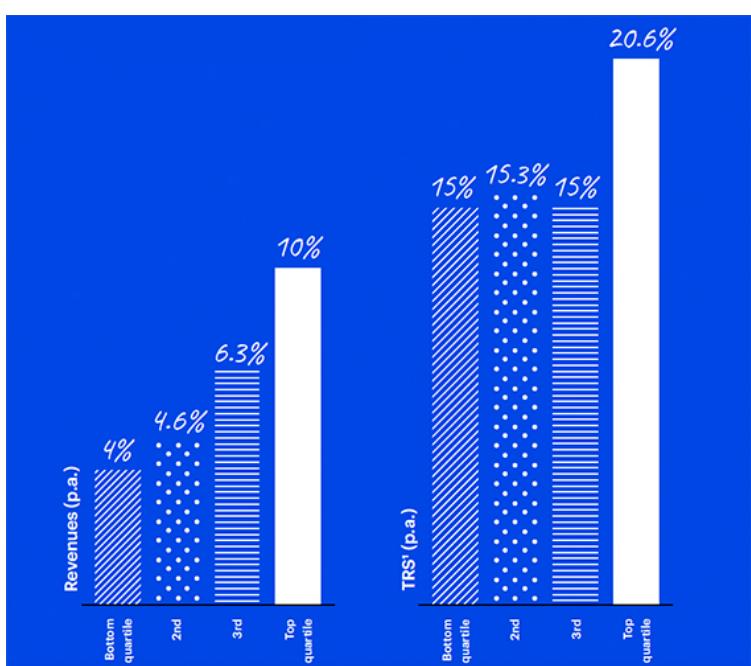


Foto: Screenshot fra McKinsey-rapporten

3. Den finansielle excellence i de øverste 25 % af virksomhederne i indekset gør sig gældende på tværs af de tre brancher.

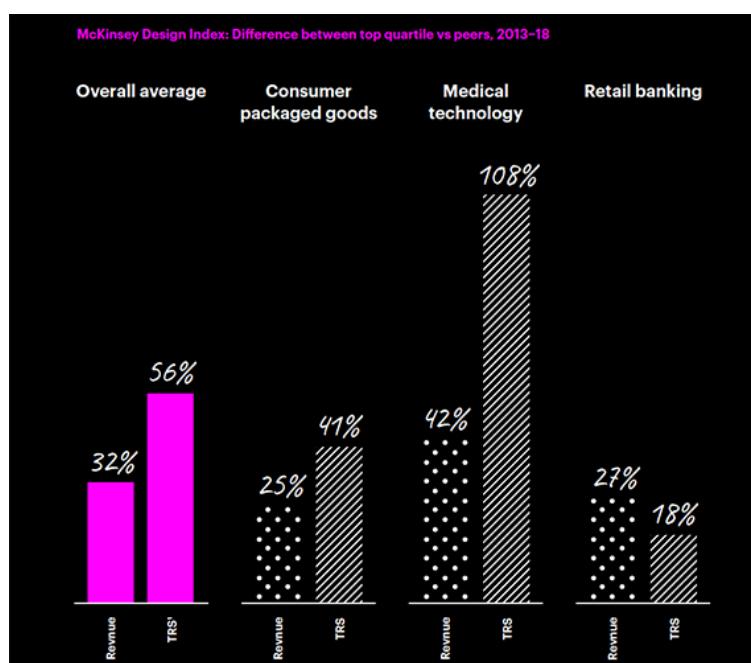


Foto: Screenshot fra McKinsey-rapporten

4. Når virksomhedernes design- og forretningsudviklingsmæssige ledelse i undersøgelsens interviews blev bedt om at nævne deres største designmæssige svaghed, indikerede deres besvarelser alle implicit, at de havde en grundlæggende forståelse for de fire temaer.



Foto: Screenshot fra McKinsey-rapporten

Hvordan står det så til i Danmark?

Virksomhedslisten bag McKinseys undersøgelse er så vidt vides ikke offentliggjort, så graden af dansk islæt i rapporten er desværre ikke kendt. Til gengæld har vi i Dansk Design Center også en enorm interesse i designs værdiskabelse. Således har vi netop gennemført en undersøgelse i samarbejde med Dansk Industri, hvor vi kortlægger danske virksomheders anvendelse og den værdi, design



skaber.

Undersøgelsen beror på interviews med 800 virksomhedsledere i såvel små som mellemstore og store virksomheder (et repræsentativt udsnit af danske virksomheder). Undersøgelsen resulterer ikke – som i McKinseys tilfælde – i hardcore økonomiske nøgletal, men er ledernes personlige vurdering af designs værdiskabelse.

Resultaterne flugter med McKinseys konklusioner og viser bl.a, at:

- 75 % af de virksomheder, der bruger design, oplever, at design har positiv indflydelse på deres bundlinje – heraf oplever 43 %, at design har positiv indflydelse i meget høj eller i høj grad.
- 15 % af danske virksomheder anvender design som strategi, dvs. design er et centralt og styrende element i virksomhedens forretningsgrundlag (svarende til McKinseys første tema).
- Det er særligt virksomhederne, der anvender design som strategi, der oplever, at design i meget høj grad har en positiv indflydelse på bundlinjen. Dvs. jo mere strategisk anvendelse af design, jo højere oplevet værdi på bundlinjen.
- 64 % af virksomhederne, der bruger design, forventer, at design vil blive et endnu vigtigere konkurrenceparameter i de næste fem år.
- Design skaber værdi på flere måder. Af de virksomheder, der anvender design, vurderer 79 %, at design styrker virksomhedens brand, mens 67 % vurderer, at design øger virksomhedens konkurrenceevne, og 65 %, at design øger kundetilfredsheden.



Dansk Design Center har med henblik på designs værdiskabelse i danske virksomheder gennemført en undersøgelse i samarbejde med Dansk Industri. Foto: Screenshot af forsiden på Design Delivers 2018

Undersøgelsen publiceres under titlen *Design Delivers 2018* på mandag d. 5/11 og kan downloades her (<https://danskdesigncenter.dk/>). McKinsey-rapporten, *The Value of Design*, kan downloades her (<https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-design/our-insights/the-business-value-of-design>).

RELATEDEDE ARTIKLER

3.096 k-folk tror ikke på fake news ([/artikler/European-Communication-Monitor-2018](#)) - Den nyeste undersøgelse blandt 3.096 europæiske kommunikationsfolk i 48 lande viser, at opbygning og fastholdelse af tro...

Pressechefernes årlige karakterbog er landet ([/artikler/Aalunds-PR-Barometer-2018](#)) - Farvel, Danske Bank – velkommen til SAS og Københavns Lufthavne. Journalisternes tilfredshed med pressecheferne i den da...

Dystre tanker om Design Thinking ([/artikler/Common-sense-sat-paa-formel](#)) - Ofte hører man begrebet "Design Thinking" (eller DT) brugt om en særligt kreativ metode, der kan få selv de mest konserv...

Du er ikke bedre end dit data ([/artikler/Guide-til-databranding](#)) - Data kommer der kun mere af. Og anvendelsesmulighederne stiger tilsvarende. Reguleringen følger haltende med. Men hvor m...

Designtænkning: Glasset er stadig halvt fyldt ([/artikler/Christian-Basons-syn-paa-design-taenkning](#)) - Mads Bødker, forsker ved CBS, deler i Kforum i sidste uge en række "dystre tanker om designtænkning". Jeg deler ikke pes...

WTF er Growth Hacking? ([/artikler/Growth-hack-dig-til-sucess](#)) - Thomas Edison gjorde det, og du burde også gøre det. Grundprincippet i growth hacking handler om at teste en masse - sel...

Designtænkning: et banalt innovationsteater? ([/artikler/Nuancering-af-designtaenkningbegrebet](#)) - Tak til Mads Bødker, lektor ved CBS, for at rejse en debat om "designtænkning" i Kforums spalter. Som Christian Bason de...

Recessionen kommer: Her er dit survival-kit ([/artikler/10-gode-raad-til-recessionsmarkedsfoering](#)) - Recessionen kommer! Måske ikke i næste uge, måske ikke i 2019, men den kommer. Det er lige så sikkert, som at din virkso...

Giv din stemme

4,6/5

7 stemmer

KOMMENTARER



 DuckDuckGo

DuckDuckGo blocked these Facebook comments

We blocked Facebook from tracking you when the page loaded. If you unblock this comment, Facebook will know your activity. [Learn More](#)

(<https://help.duckduckgo.com/duckduckgo-help-pages/privacy/embedded-content-protection/>)

[Unblock comments](#)

UDVALGTE JOB (/KOMMUNIKATION-JOB)



Kommunikationspraktikanter
(/kommunikation-

Frist: 3. november



Pressechef (/kommunikation-job/dm-pressechef)

Frist: 7. november



Rigshospitalet

(/kommunikation-job/region-

Kommunikationskonsulent
(/kommunikation-job/region-

Frist: 5. november



Ministeriet for Fødevarer,
Landbrug og Fiskeri
Fødevarestyrelsen
(/kommunikation-inh/fødevarestyrelsen-

Kommunikationsmedarbejder
(/kommunikation-

Frist: 7. november



Presserådgiver (/kommunikation-job/dm-presseraadgiver)

Frist: 7. november



(/kommunikation-job/bloddonorerneidanmark-

Kommunikationsmedarbejder og
projektleader (/kommunikation-

Frist: 8. november kl. 12.00

FØLG OS

Facebook (<https://www.facebook.com/Kforum>)

Twitter (<https://twitter.com/kforum>)

LinkedIn (<http://www.linkedin.com/company/kommunikationsforum-a-s>)

Instagram (<https://instagram.com/kforum/>)

Youtube (https://www.youtube.com/results?search_query=kforum)

Pinterest (<https://www.pinterest.com/kforum/>)

AKTIVITETER

Oplå job
(/kommunikation-job/danmarks-bedste-jobbank-for-kommunikationsjob)

Indryk banner
(/banner-annonce)
Indsend jobhop
(/jobhop)

Skriv for Kforum
(/skrifforkforum)
Om Kforum
(/om)
Privacy policy
(/privacy)

KONTAKT OS

Kommunikationsforum A/S
GL. Kongevej 3E, 4. sal, Baghuset
1610 København V

Telefon: 33 42 21 60
E-mail: info@kforum.dk
(mailto:info@kforum.dk)

