



Daten



statt Worte.

Nutzen von digitalen Serviceportalen

Ralph Sonderegger

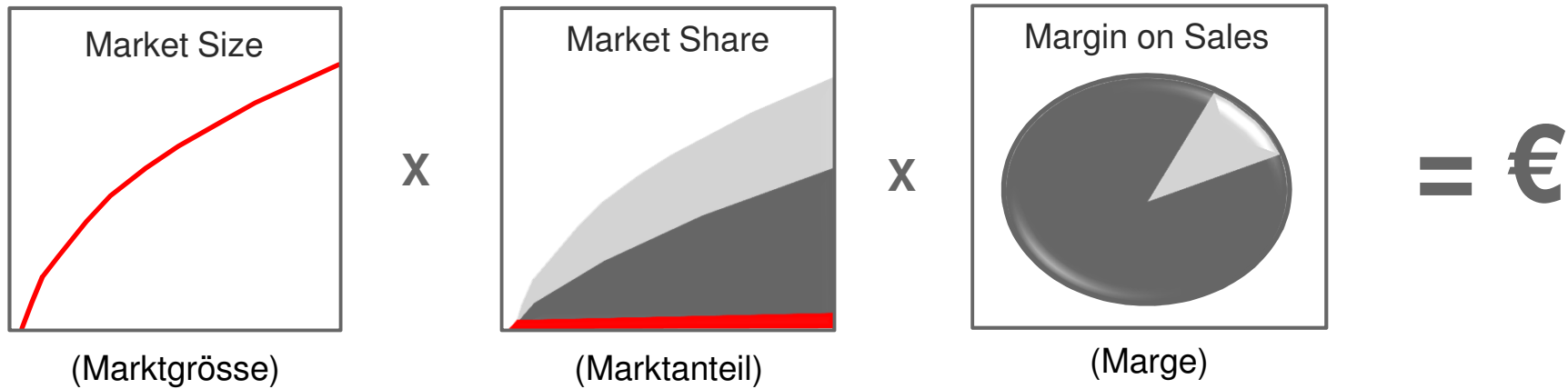
Online Group

Wil | Luzern | PL-Wroclaw

info@online.ch, www.online.ch

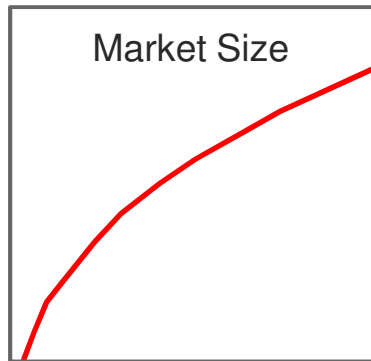
Verständnis der geschäftlichen Ergebnisse

Geschäftsgleichung - MS³



MS³ geht zurück auf Arbeiten von Peter Marks

Wie kann der Service helfen die Unternehmenszielsetzungen zu unterstützen?

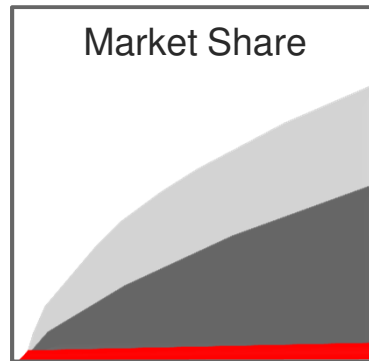


(Marktgrösse)



Neue Segmente

Captive und
Non-captive Märkte

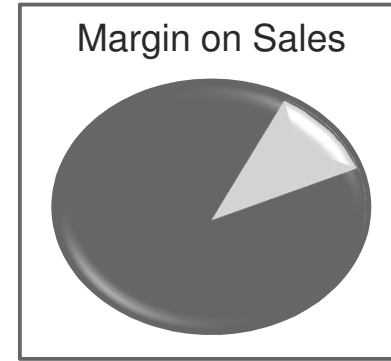


(Marktanteil)



Neue Kunden

Mehrumsatz mit
bestehenden Kunden
Neukunden gewinnen
Piraten verdrängen



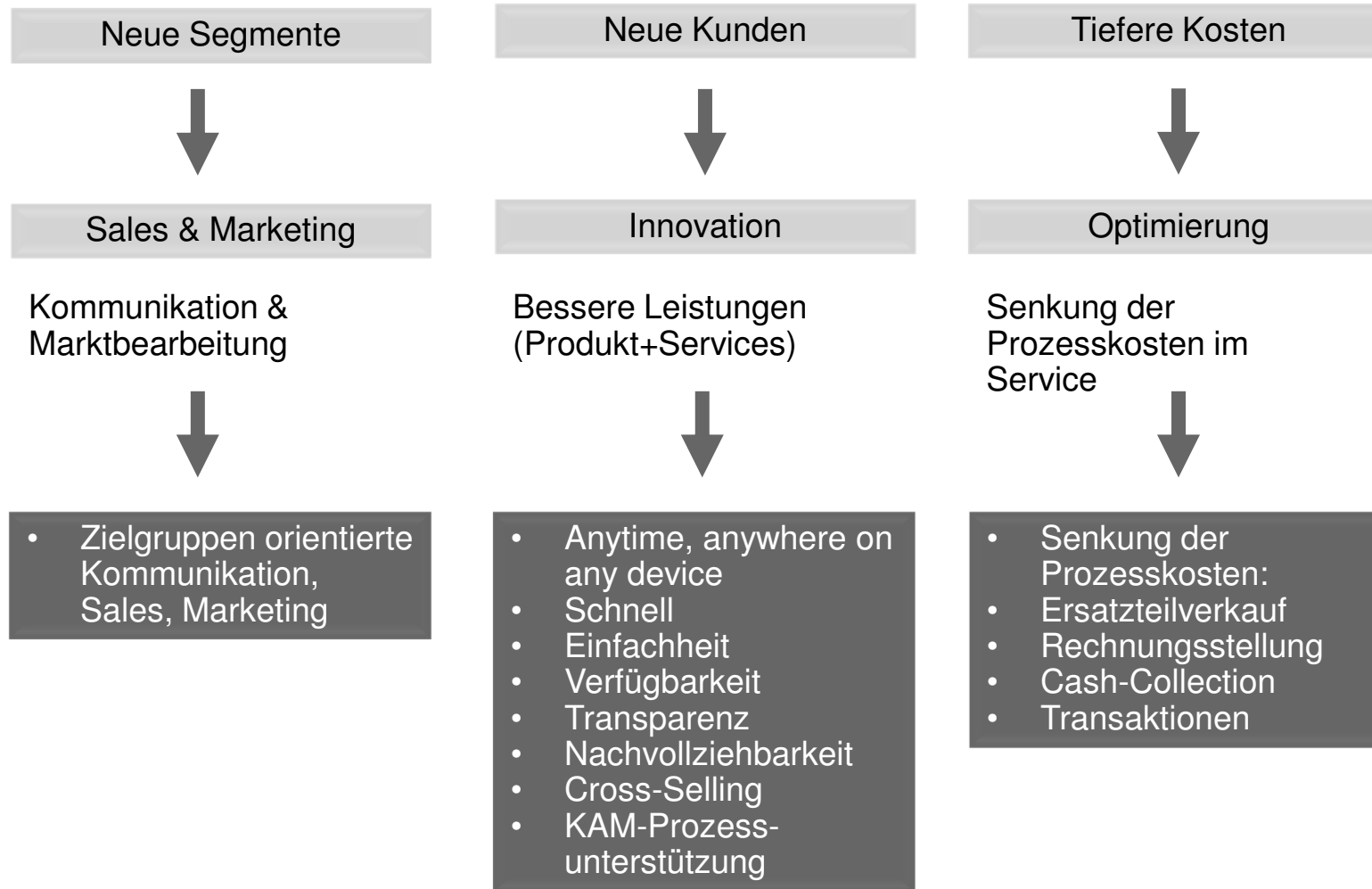
(Marge)



Tiefere Kosten

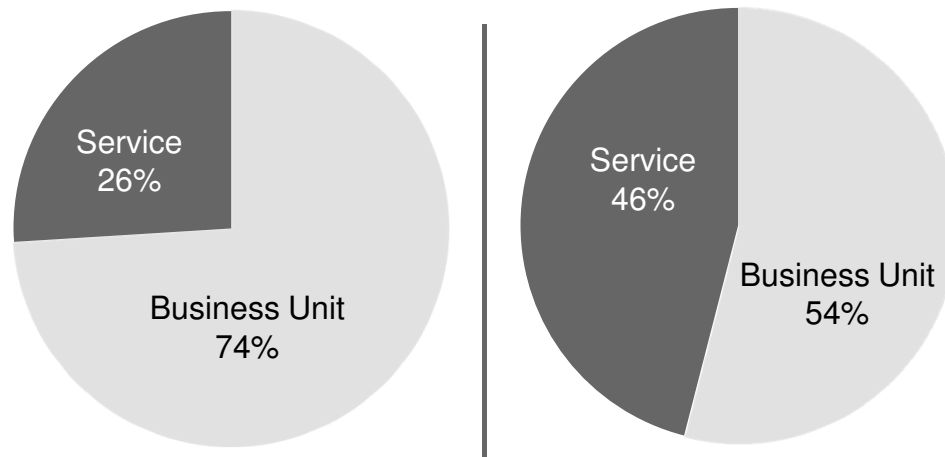
Prozesskosten senken

Was bedeutet dies für die Serviceprozesse?



Market Size - Was sind Treiber für die Wachstumspläne im Service?

MANUFACTURERS ARE DRIVING REVENUE AND PROFITS THROUGH THE SERVICE BUSINESS



- Mit 26% Umsatzanteilen 46% des Profits
- Zielsetzung vieler Industrieunternehmen: Steigerung des Umsatzanteiles des Service Richtung 50%

Quelle: Deloitte Research based on the Global Service and Parts Management Benchmark

Market Share - Welche Dienstleitungen wünschen sich Ihre Kunden?

Katalog möglicher e-Service-Support-Leistungen	Bedeutung aus Kundensicht (wichtig bis sehr wichtig) Angaben in %
Online-Ersatzteilkatalog	76 %
Online-Verfügbarkeitsprüfung für Ersatzteile	66 %
Online-Handbuch / Dokumentation	62 %
Internetbasiertes Software-Update (Steuerung etc.)	62 %
Online-Bestellung von Ersatzteilen	59 %
Modem-/Internetbasierte Fehlerdiagnose	55 %
Elektronischer Zugriff auf Störfalldatenbank	52 %
Modem-/Internetbasierte Störungsmeldung	50 %
Modem-/Internetbasierte Fehlerbehebung	48 %
Modem-/Internetbasierte Maschinen-/ Prozeßüberwachung	38 %
Modem-/Internetbasierte Instandhaltung	34 %
Internetbasierte Einsatzanforderung/-planung Service- Techniker	33 %
Internetbasiertes Projektmanagement	31 %
Modem-/Internetbasierte Inbetriebnahme	25 %
Internetbasierte Unterstützung von Engineering / Entwicklung	25 %
Internetbasierte Schulung	21 %
Modem- /Internetbasierte Prozeßführung / Telemanufacturing	21 %

Studie bei 141 Unternehmen
der Investitionsgüterindustrie

Quelle: VDI Nachrichten, ebc
consult GmbH

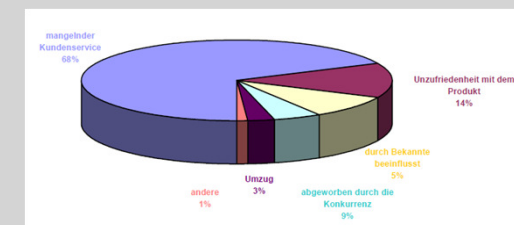
Abb. 1-1: Bedeutung der e-Service-Leistungen aus Kundensicht¹

Market Share – Kundenbindung- Dynamisches Umfeld – Wo bringt die Investitionen am meisten?

1. Neukundengewinnung kostet 5 mal mehr als eine gute Bestandskundenpflege
2. 68% der Kundenverluste wegen mangelndem Kundenservice
3. Die «Digital Natives» sind schon in den Unternehmen
 1. Ab 2021 stellen die «Digital Natives» die Mehrheit
 2. Sie werden auch die Mehrheit der Entscheider stellen

Wie viel investiert Ihr Unternehmen in die Pflege der Kundenbeziehung?

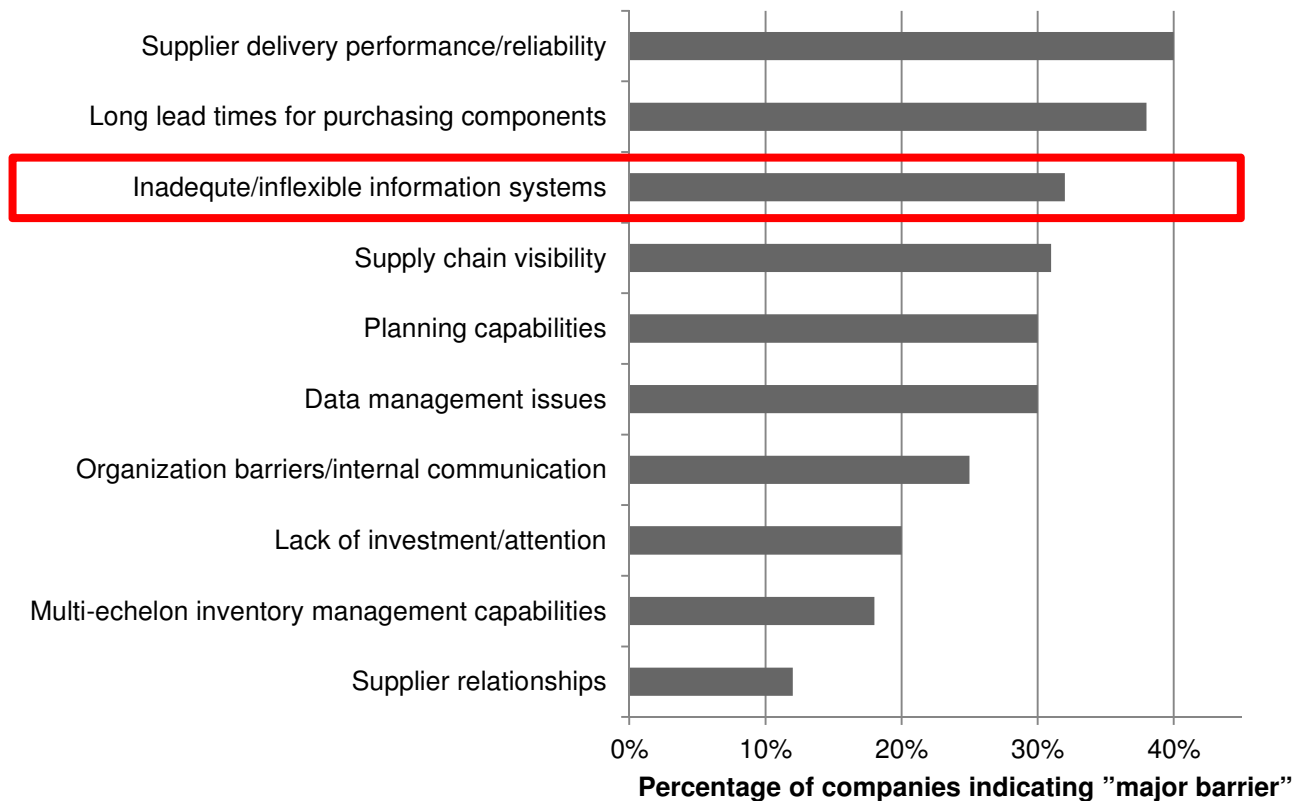
Gründe für den Verlust von Kunden: 68% mangelnder Kundenservice



Meier, R.: Customer Care Excellence, in: Engelbach, W.; Meier, R.: Customer Care Management (2001), S.14

Hürden auf dem Weg zu mehr Profit im Service Business

TOP TEN BARRIERS TO SERVICE EXCELLENCE



- Ungeeignete IT-Lösungen wird von 33% aller Unternehmen als grosses Hindernis zur Service Excellence genannt

Quelle: Deloitte Research based on the Global Service and Parts Management Benchmark

Ihre Herausforderungen

- **Profitables Wachstum** der Service-Dienstleistungen
- Zukünftige Position durch **Innovation** sichern
- Vom Produzenten zum **Problemlöser mit Produktionskompetenz**
- Positive Impulse für das **Neugeschäft** generieren
- Das **Wissen** im Service systematisieren

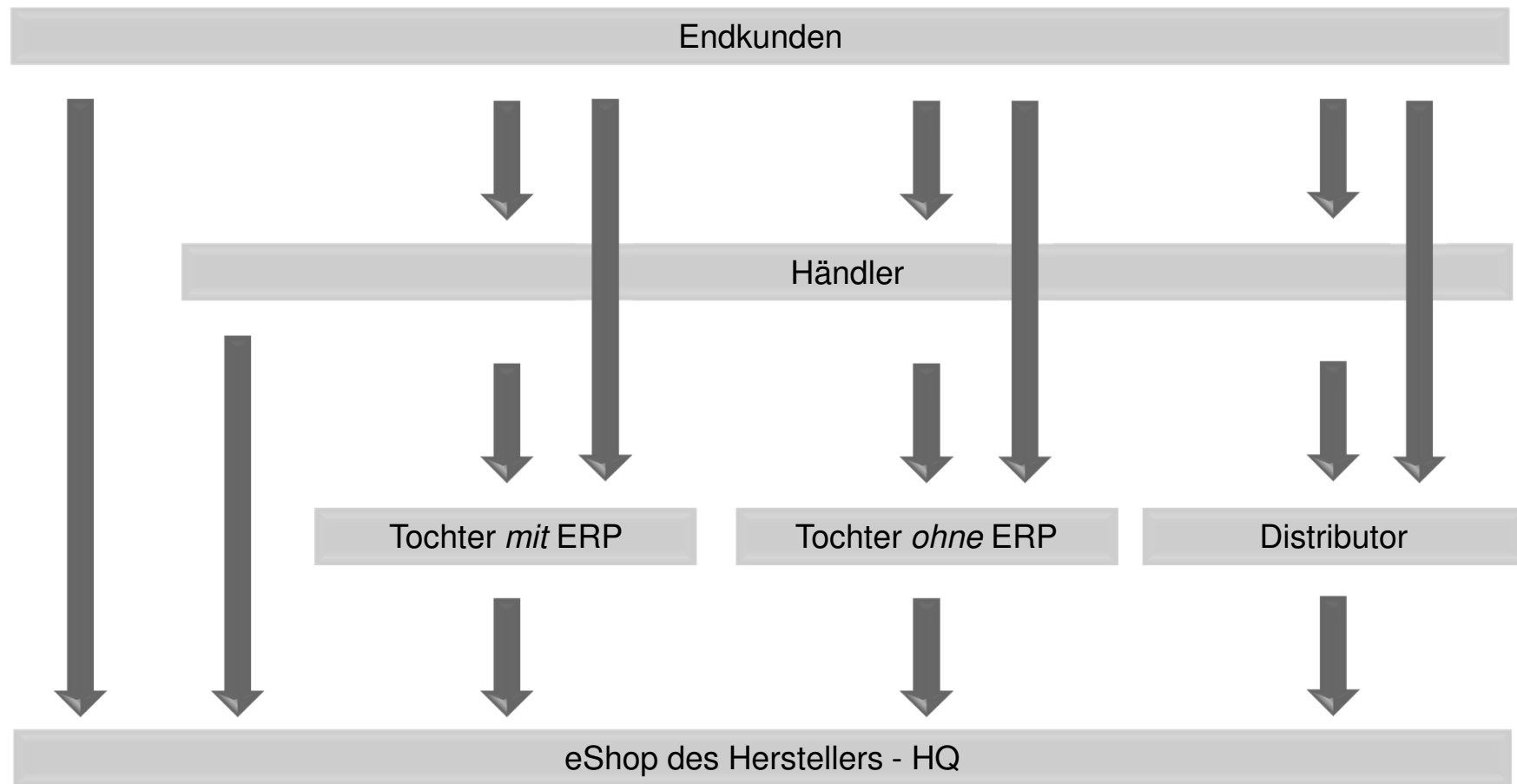
Konkret:

- Manuelle Prozesse dominieren > Effizienzsteigerung möglich
- Manuelle Teilsysteme für Teilprozesse, Gesamtsicht fehlt
- Kunden erwarten eine Gesamtlösung wie im Consumerbereich (eBanking) bereits üblich
- ERP deckt das Stammhaus ab, die Wertschöpfung wird aber von mehreren Partnern erbracht
- Welche ist die sinnvolle IT-Unterstützung für den mittelfristigen Erfolg?

Service ist der Erfolgsfaktor der kommenden Jahre. Der durchschnittliche Umsatzanteil des Service wird bis 2015 bis zu 40% betragen.

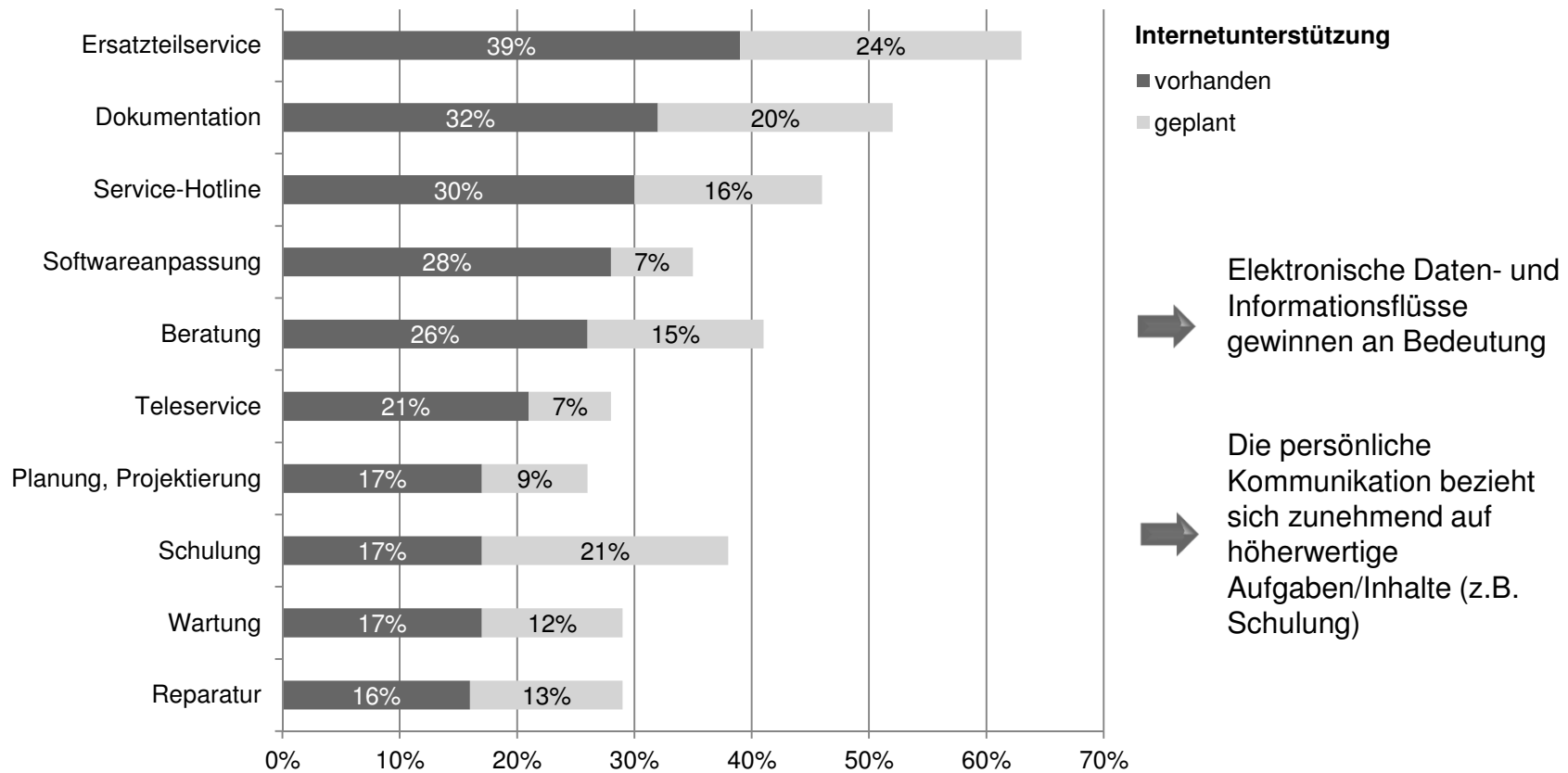
*Matthias Mahnel
Impuls Management Consulting,
München*

Market share - Alle Kunden sollen vom erweiterten Serviceangebot profitieren



Market Share – Verpassen Sie den Anschluss nicht! - Internet gestützte Leistungen im Service

Für welche Services ist heute bereits eine weitgehende Unterstützung durch das Internet vorhanden bzw. geplant?

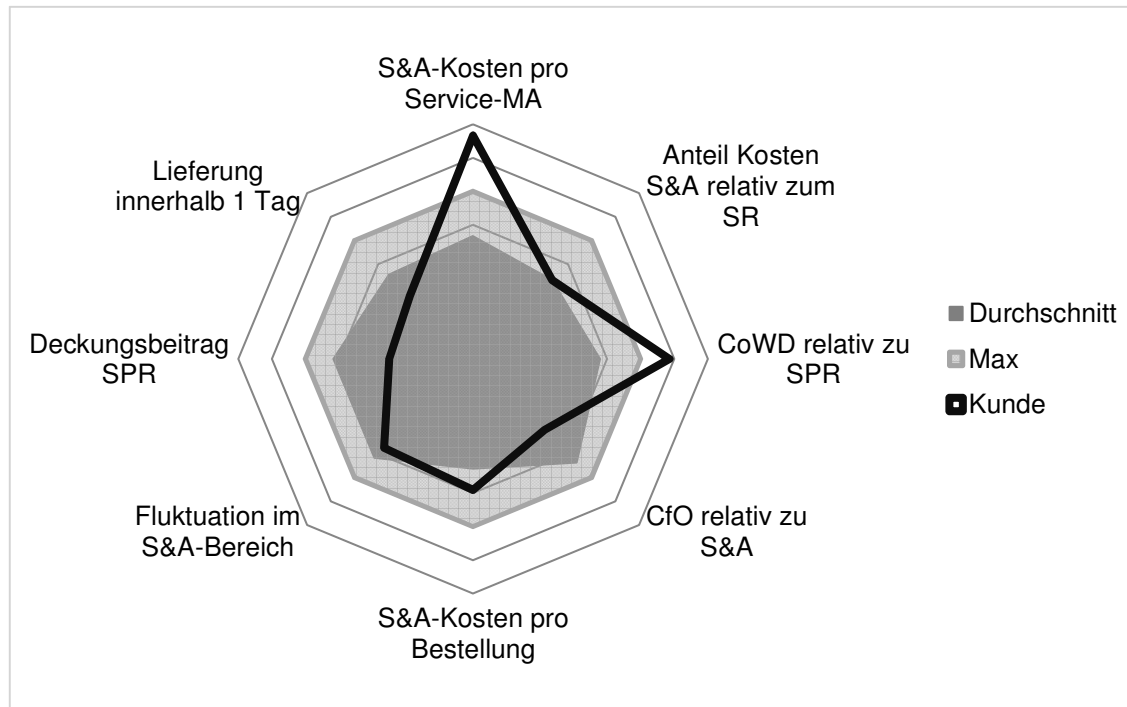


Quelle: Fraunhofer IAO, 2010

Margin- Serviceprozesse mit grossen Optimierungspotentialen?

- Nutzenpotentiale aus Herstellersicht:
 - Ersatzteilbestellprozess
 - Weniger Aufwand für die Auftragserfassung
 - Reduktion von Fehlerquellen in der Auftragsbearbeitung
 - Angebotserstellung (Kundenkonditionen, Lieferzeit, Preis)
 - Ramp-up Zeit für neue Mitarbeiter im Ersatzteilprozess
 - Ausbildungszeit bis der neue Mitarbeiter hohe Produktivität und Qualität bieten kann
 - Fieldservice Einsätze
 - Planung von Serviceeinsätzen
 - Erfassung der aufgelaufenen Aufwände (Ersatzteile, Reisekosten, Spesen)
 - Verrechnung
- Optimierungspotentiale aus Kundensicht:
 - Lieferzeit Ersatzteile
 - Einfache Zugang zu seinen spezifischen Information (meine Maschine, meine Bestellungen...)
 - Hohe Verfügbarkeit
 - Hohe Datenqualität und Zuverlässigkeit der Informationen
 - In verschiedenen Sprachen

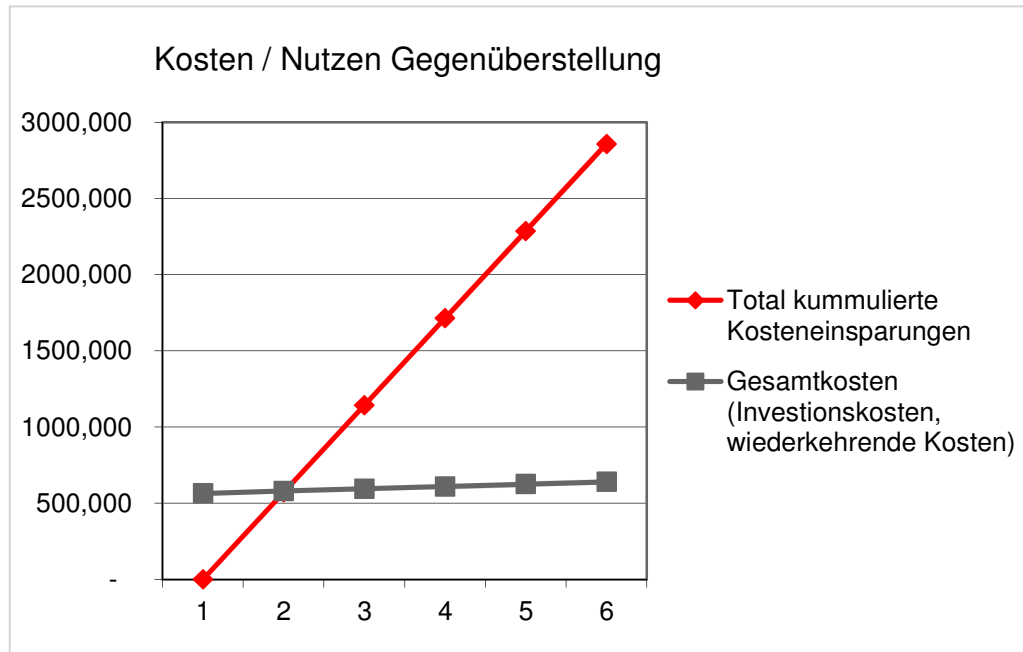
Gap-Analyse – Wo können Sie noch besser werden?



■ Ergebnisse

- Wie gut ist Ihr Unternehmen aufgestellt
- Was machen Sie heute schon gut
- Wo besteht noch Verbesserungspotential

Wie interessant ist die Investition für Ihr Unternehmen?



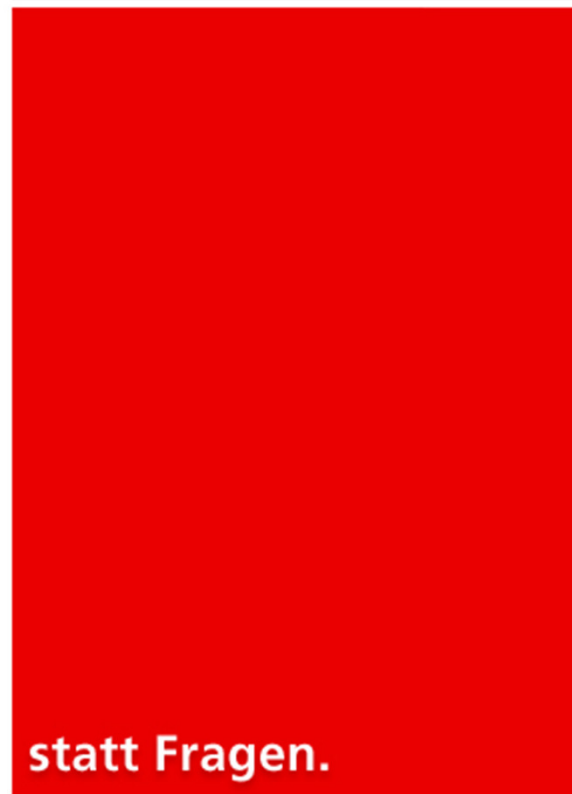
- **Bisherige Erfahrungen**
- Payback-Zeit: 1 bis 1.5 Jahre
- Net-Profit nach 5 Jahren: 1.5 bis 2.5 Mio

- **Kosten - Nutzenbetrachtung**
- In welchen Prozessschritten kann man wie viel einsparen?
- Wie gross sind die sonstigen Optimierungspotentiale?

online

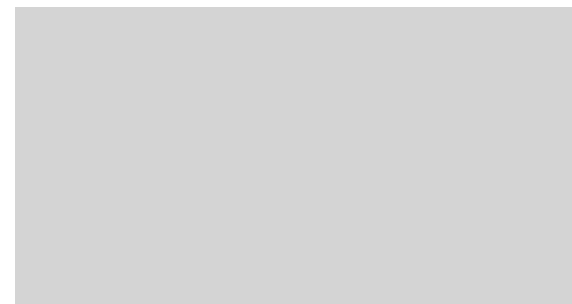


Antworten



statt Fragen.

Q&A



60 Mitarbeiter für Ihren Erfolg:

Prozessoptimierung – Konzeption – Realisation – Betrieb & Support



Es gibt 100 Gründe erst morgen zu beginnen, warum sollten Sie schon heute starten?

Nutzen Sie unsere Erfahrung.

Besten Dank

Ralph Sonderegger

Tel. +41 71 913 31 31

ralph.sonderegger@online.ch

Online Group

Wil | Luzern | PL-Wroclaw

info@online.ch, www.online.ch