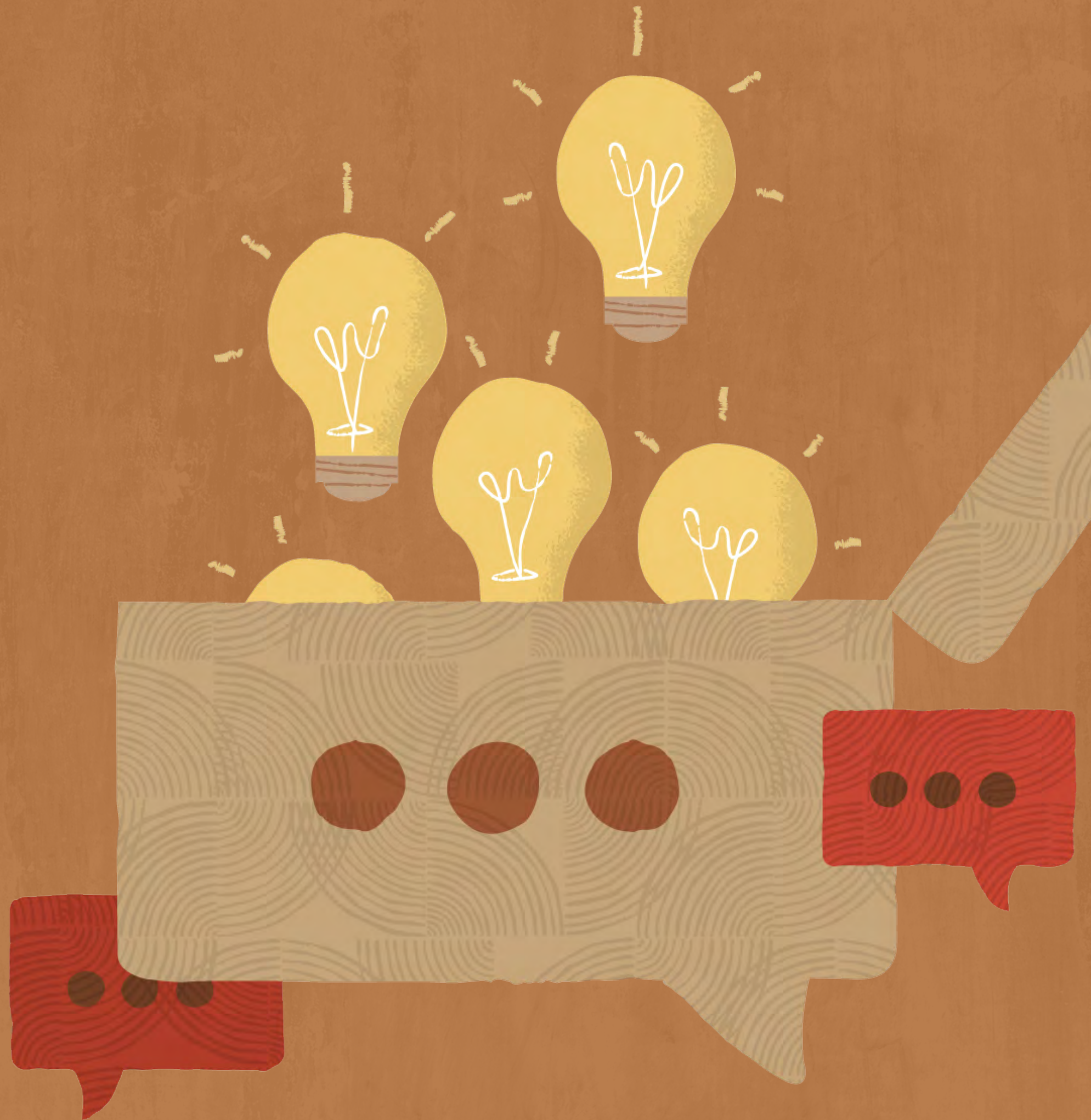


LEITFADEN

—
So profitieren
Sie von neuen
serviceorientierten
Geschäftsmodellen



Jetzt für mehr Wachstum sorgen (Einführung)

In allen Branchen entstehen neue Serviceangebote, die bisherige Geschäftsmodelle verändern. Ganz gleich, ob es sich um Musik (Spotify), Fitness (Peloton) oder komplexe Produkte wie Fahrzeuge oder Flugzeugtriebwerke (John Deere, Rolls-Royce) handelt: Jede Leistung kann als Dienstleistung erbracht werden. Allerdings ist es gar nicht so einfach, neue Geschäftsmodelle profitabel zu gestalten. Sämtliche Prozesse und Abteilungen müssen neu am Kunden ausgerichtet werden, und veraltete Systeme können das oft nicht leisten.

Die Umstellung auf ein Servicemodell bringt grundlegende Veränderungen für die Erfolgsmessung und die Kundenbeziehungen mit sich: Jetzt liegt die Verantwortung für die Produkt- und Servicequalität direkt beim Serviceanbieter, der für die maximale Verfügbarkeit zu minimalen Kosten sorgen muss. Bestimmte Faktoren bilden die Grundlage für ein erfolgreiches Servicemodell; etwa die Fernüberwachung und -steuerung über das Internet der Dinge (IoT), Funktionen mit Machine Learning sowie ein effizienter Kundendienst und eine optimierte Servicelogistik.

Führende Innovatoren erfassen und analysieren jede Art von Feedback—Kundenstimmen, Produktrückmeldungen und Einblicke aus der Fertigung. Dieses Wissen nutzen sie, um kontinuierlich die Innovationen zu priorisieren, die sich ihre Kunden wünschen und die Kundenbindung stärken.



Wussten Sie schon?

Vier von fünf Unternehmen, die 2021 große Veränderungen planen, erwägen neue Geschäftsmodelle.¹

¹ MIT Technology Review Insights „[New Business Models, Big Opportunity](#)“, 2021.

² McKinsey & Company „[How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever](#)“, 5. Oktober 2020.

³ Frost & Sullivan „[Your Next Car Could Be a Flexible Subscription Model](#)“ erstmals erschienen auf Forbes.com am 30. Juli 2018.

⁴ Digitalist Magazine „[5 Technology Trends to Build Resilience in Challenging Times](#)“ 23. März 2020.

- **37 % aller Führungskräfte** planen laut einer MIT-Umfrage die **Einführung neuer „As-a-Service“-Modelle** und 52 % haben vor, die Verkaufsstrategie für Produkte und Dienstleistungen zu verändern.¹
- **62 % aller Unternehmen** gaben an, dass sie mit neu implementierten Lösungen auf die wachsende Nachfrage nach Online-Interaktionen und -Diensten reagieren. Und mehr als die Hälfte (53 %) der Befragten geht davon aus, dass die Veränderungen auch nach Abklingen der Pandemie Bestand haben werden, weil Verbraucher und Kunden sich auf die „neue Normalität“ eingestellt haben.²
- Bis 2025/2026 könnten **Auto-Abos fast 10 %** aller Neuwagenverkäufe in den USA und in Europa ausmachen. Diese Auto-Abos könnten 16 Millionen Fahrzeuge umfassen.³
- **82 % der Umsätze** aus digitalen Geschäftsmodellen werden durch Plattformen generiert.⁴



Fragen Sie sich, ob eines der folgenden Szenarien auf Sie zutrifft:

- ① Die Entwicklung und Gewinnoptimierung von neuen Geschäftsmodellen ist eine große Herausforderung.
- ② Produktions- und Serviceabläufe können nicht rationalisiert und die Lieferkette nicht optimiert werden. Wartungskosten können nicht gesenkt, Erfolg und Rentabilität nicht gemessen werden, während gleichzeitig die Kunden zufriedengestellt werden müssen.
- ③ Produkte, Anlagen und Geräte im Außendienst können nur schwer betriebsbereit gehalten werden, um einen kontinuierlichen Mehrwert für Kunden zu gewährleisten und Einblicke in den Verbrauch, Serviceanalysen und Ersatzteile in Echtzeit zu erhalten.
- ④ Die Komplexität der Abläufe im Rahmen Ihrer Angebote und der Umstellung des Geschäftsmodells hat zugenommen, und die Produkte, innovativen Dienstleistungen und Back-End-Systeme sind nicht mehr miteinander verbunden.
- ⑤ Entwickeln Sie profitable Produkte und Dienste und bringen Sie diese auf den Markt, damit Kunden weiterhin Ihre Angebote nutzen und ihre Verträge verlängern, und minimieren Sie die Abwanderungsrate.

Wie sähe Erfolg aus mit serviceorientierten Geschäftsmodellen?



Die Vorteile für Ihr Unternehmen

- Sie binden Ihre Kunden besser ein und lernen sie besser kennen. Dadurch können Sie durch gezieltes Up-Selling und Cross-Selling zusätzliche Umsätze generieren.
- Sie können neue Einnahmequellen erschließen und Investitionen und ROI auf der Basis von Echtzeitdaten abstimmen.
- Sie können Ihre Produkte über den gesamten Kundenlebenszyklus hinweg besser steuern.

Die Vorteile für Ihre Kunden

- Höhere Zufriedenheit und bessere Servicequalität.
- Finanzielle Flexibilität und bessere Möglichkeiten, Investitionsausgaben in Betriebsausgaben umzuwandeln.
- Flexibilität, um Assets und Services einfach hinzuzufügen, zu bearbeiten und zu optimieren, um schnell auf veränderte Anforderungen reagieren zu können.

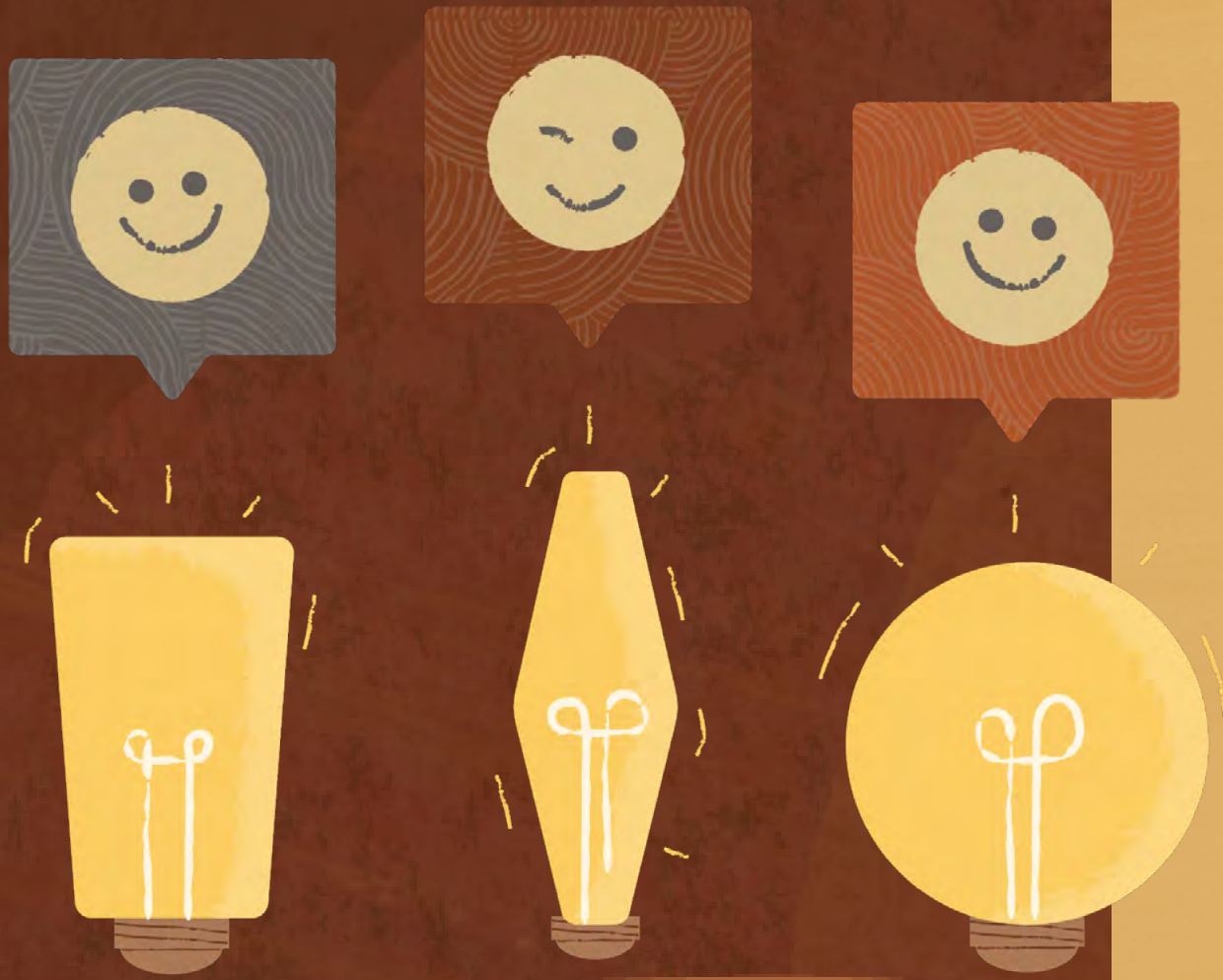
Was kann Oracle für Sie tun?

- ✓ **Optimieren Sie die Wertschöpfung, indem Sie alle Ihre Daten und Prozesse für Innovation**— von der Idee bis zur Dienstleistung—auf einer einheitlichen Cloud-Plattform zusammenführen. So wird Innovation effizienter und Kunden sind dauerhaft zufrieden. Das Unternehmen wächst, selbst wenn Disruptionen auftreten.
- ✓ **Erfassen und analysieren Sie jede Art von Feedback**—Kundenstimmen, Produktrückmeldungen und Einblicke aus der Fertigung. Nutzen Sie dieses Wissen für erstklassige Serviceleistungen, die sich Ihre Kunden wünschen und die die Kundenbindung stärken.
- ✓ **Transformieren Sie zügig Ihr Unternehmen, um jede Leistung als Dienstleistung anzubieten.** Liefern Sie im Rahmen von abonnement— und verbrauchsorientierten Geschäftsmodellen „Alles-as-a-Service“ und steigern Sie damit die Kundenzufriedenheit.

„Für uns ist es wichtig, die Arbeitsabläufe der mobilen Mitarbeiter in Echtzeit zu sehen. Nur so können wir den Umsatz sichern, Kosten einsparen und dauerhafte, positive Kundenbeziehungen aufbauen.“

— **Enrique Blanco**
Global CTO, Telefónica

3 Schritte, mit denen neue, serviceorientierte Geschäftsmodelle profitabel werden



Rücken Sie den Kunden in den Mittelpunkt.

Lösen Sie Silos auf und verbinden Sie Ihre Prozesse und Mitarbeiter mit den Anforderungen Ihrer Kunden.

Transformieren Sie Dienstleistungen und Abonnementmodelle.

Optimieren Sie Prozesse, um neue Geschäftsmodelle zu etablieren und flexibel auf veränderte Kundenbedürfnisse zu reagieren.

Hören Sie zu und passen Sie sich kontinuierlich an.

Priorisieren Sie das Feedback Ihrer Kunden. So können Sie Dienstleistungen kontinuierlich betreuen, anbieten und rentabel machen und durch schnelle Verfügbarkeit und Effizienz für wachsende Kundenzufriedenheit sorgen.

Wenn Sie mehr darüber erfahren wollen, wie Sie von neuen Geschäftsmodellen profitieren können, die sich an den Anforderungen Ihrer Kunden orientieren, dann besuchen Sie unsere Seite „Der Schlüssel zu kontinuierlicher Innovation“.

Copyright © 2021, Oracle und/oder seine Tochtergesellschaften. Die Inhalte dieses Dokuments dienen ausschließlich zu Informationszwecken und können sich ohne vorherige Ankündigung ändern. Dieses Dokument ist nicht garantiert fehlerfrei und unterliegt keinen sonstigen mündlichen oder gesetzlich festgelegten Garantien oder Bedingungen, einschließlich impliziter Garantien oder Bedingungen zur Marktfähigkeit oder Eignung für einen bestimmten Zweck. Wir lehnen ausdrücklich jegliche Haftung in Bezug auf dieses Dokument ab, und es ergeben sich keinerlei direkte oder indirekte vertragliche Verbindlichkeiten aus diesem Dokument. Dieses Dokument darf ohne vorherige schriftliche Genehmigung in keiner Form vervielfältigt oder verbreitet werden, weder elektronisch noch mechanisch. Oracle und Java sind eingetragene Marken von Oracle und/oder seinen verbundenen Unternehmen. Andere Produktnamen sind möglicherweise Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.