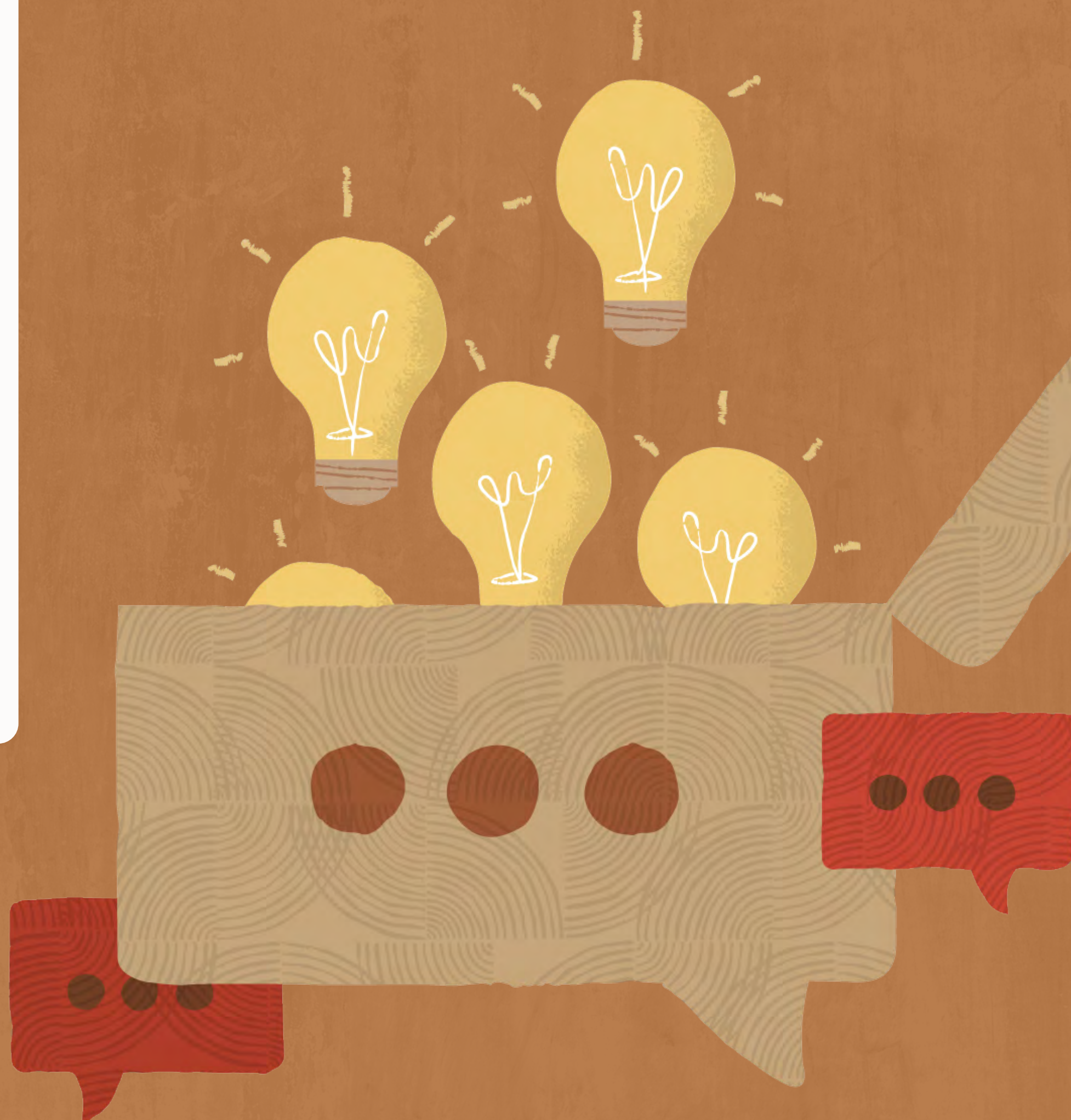


GUIDE

Comment favoriser
la réussite et la
rentabilité des
modèles économiques
axés sur le service ?



Favoriser la croissance

Les offres de services redéfinissent les modèles économiques dans tous les secteurs. La quasi-totalité des offres peuvent être disponibles sous forme de services, qu'il s'agisse de musique (Spotify), de remise en forme (Peloton) et de produits complexes tels que des moteurs de voiture et d'avion (John Deere, Rolls-Royce). Mais assurer la rentabilité de ces modèles économiques n'est pas chose facile. Il faut pour cela revoir le fonctionnement et l'orientation de vos processus et de vos équipes en plaçant le client au cœur de vos préoccupations, ce que les systèmes existants ne permettent généralement pas.

Cette évolution vers un modèle de service s'accompagne de changements majeurs de vos indicateurs clés de réussite mais aussi de vos relations avec les clients. En effet, la qualité des produits et des services repose désormais directement sur le fournisseur de services qui doit garantir une disponibilité maximale au coût le plus bas. La surveillance et l'intervention à distance (facilitées par l'Internet des objets et les fonctionnalités de machine learning) ainsi que l'efficacité sur le terrain et la logistique jouent un rôle fondamental dans la réussite d'une activité basée sur le service.

Les principaux acteurs de l'innovation capturent et analysent les données issues des clients, des produits et de l'usine, puis les exploitent pour privilégier les innovations continues qui contribuent à la satisfaction et à la fidélisation des clients.



Le saviez-vous ?

Quatre entreprises sur cinq réfléchissent à de nouveaux modèles économiques pour leurs projets en 2021.¹

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 octobre, 2020.

³ Frost & Sullivan, [Your Next Car Could Be A Flexible Subscription Model](#), publié initialement sur Forbes.com, 30 juillet 2018.

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

- Une enquête du MIT **révèle que 37 % des dirigeants prévoient de lancer de nouveaux modèles « en tant que service »** et 52 % envisagent de modifier le mode de commercialisation de leurs produits et services.¹
- **62 % des entreprises** ont mis en œuvre des solutions pour répondre à une demande croissante en matière d'interactions et de services en ligne. Et plus de la moitié des personnes interrogées (53 %) sont convaincues que l'évolution perdurera une fois la pandémie terminée, à mesure que les consommateurs et les clients s'adapteront à la « nouvelle norme ».²
- D'ici 2025-2026, **le leasing automobile pourrait représenter près de 10 %** de l'ensemble des nouvelles ventes de véhicules aux États-Unis et en Europe. 16 millions de véhicules pourraient être concernés par ces programmes.³
- **82 % du chiffre d'affaires** issu des modèles économiques numériques seront générés sur des plateformes.⁴



Êtes-vous concerné par l'un des scénarios suivants ?

- ❓ Difficultés à développer et à assurer la rentabilité des nouveaux business models.
- ❓ Incapacité à rationaliser les opérations de production et de service, à optimiser la Supply Chain, à réduire les coûts de maintenance et à mesurer les performances et la rentabilité tout en assurant la satisfaction clients.
- ❓ Difficultés à gérer le bon fonctionnement des produits, des biens et des équipements sur le terrain afin d'apporter en permanence une valeur ajoutée à vos clients et à bénéficier d'une visibilité en temps réel sur l'utilisation, l'analytique des services et le stock de pièces de rechange.
- ❓ Complexité grandissante des opérations liées à l'évolution de vos offres et de votre modèle économique, à des produits déconnectés, aux innovations en matière de service et aux systèmes en back-end.
- ❓ Conception et lancement de produits et de services rentables qui incitent les clients à utiliser les services et à renouveler leurs contrats et contribuent à leur fidélisation.

La définition du succès selon ...



Les avantages pour votre entreprise

- Engager le dialogue avec vos clients et apprendre à mieux les connaître, tout en favorisant la vente incitative et la vente croisée pour générer des revenus supplémentaires.
- Ajouter de nouvelles sources de revenus, en adaptant en temps réel vos investissements et le ROI en fonction de vos données.
- Elargir le contrôle sur vos produits tout au long du cycle de vie du client.

Les avantages pour vos clients

- Meilleure satisfaction et amélioration de la qualité du service.
- Flexibilité financière et meilleure capacité à transférer les dépenses Capex vers les Opex.
- Possibilité d'ajouter, de modifier et d'adapter facilement les actifs et les services pour répondre rapidement à l'évolution des besoins.

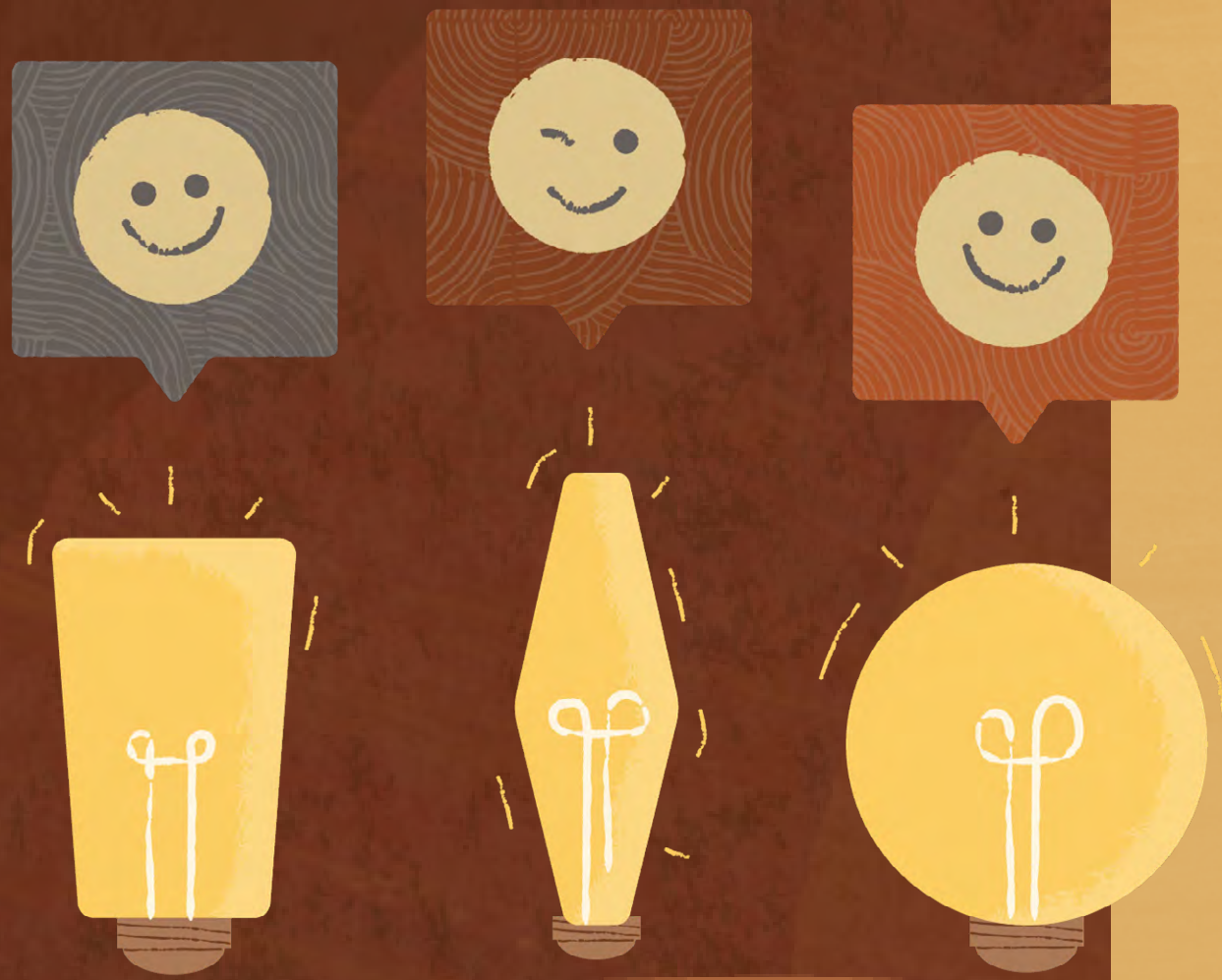
Comment Oracle peut-il aider ?

- ✓ **Optimiser vos gains en alignant l'ensemble de vos processus et données d'innovation (de l'idée au service) sur une plateforme Cloud unique.**
Cela vous permettra de gagner en efficacité d'innovation afin d'assurer la satisfaction clients et votre réussite commerciale, même en cas de perturbations.
- ✓ **Capter et analyser les données issues des clients,** des produits et de l'usine, et les exploiter pour proposer des services d'exception qui contribuent à la satisfaction et à la fidélisation clients.
- ✓ **Transformer rapidement votre entreprise pour proposer des offres sous forme de service.**
Optimiser les avantages pour les clients à l'aide de modèles économiques reposant sur l'abonnement et l'utilisation afin de proposer des offres en tant que service.

« Avoir une visibilité totale en temps réel sur les activités des collaborateurs mobiles est primordial pour garantir des revenus, économiser davantage et développer des relations constructives à long terme avec les clients. »

— **Enrique Blanco**
Directeur technique mondial,
Telefónica

3 étapes pour favoriser la rentabilité des nouveaux modèles économiques axés sur le service



Placer le client au cœur de votre stratégie.

Éliminez les cloisonnements et aligner vos processus et vos collaborateurs sur les besoins de vos clients.

Favoriser la transformation et les abonnements à des services.

Simplifier vos processus afin d'accompagner vos nouveaux business models et de vous adapter à l'évolution des besoins clients.

Etre à l'écoute et vous adapter en permanence. Privilégier les commentaires clients afin d'améliorer et de leur proposer en permanence les services qu'ils peuvent adopter et utiliser rapidement et efficacement tout en stimulant leur satisfaction.

Pour découvrir comment monétiser efficacement de nouveaux modèles économiques reposant sur les attentes de vos clients, consultez notre page: Favorisez l'innovation continue.

[En savoir plus](#)

Copyright © 2021 Oracle et/ou ses filiales. Ce document est fourni à titre informatif uniquement et son contenu est susceptible d'être modifié sans préavis. Ce document peut contenir des erreurs ; il ne fait l'objet d'aucune autre garantie ou condition, qu'elle soit exprimée oralement ou jugée implicite en droit, y compris les garanties et conditions implicites de qualité marchande ou d'adéquation à un usage particulier. Nous déclinons spécifiquement toute responsabilité concernant ce document et aucune obligation contractuelle n'est formulée directement ou non dans ce document. Ce document ne peut pas être reproduit ou transmis sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, électronique ou mécanique, à quelque fin que ce soit, sans notre autorisation écrite préalable. Oracle et Java sont des marques déposées d'Oracle et/ou de ses filiales. Les autres noms peuvent être des marques déposées de leurs propriétaires respectifs.