

Whitepaper

Van producten naar services: de voordelen van servitization voor uw bedrijf

Bedrijven moeten zich aanpassen en evolueren om concurrerend te blijven in het snel veranderende zakelijke landschap van vandaag. Een opkomende trend is "servitization" - het toevoegen van diensten aan het productaanbod. In dit artikel onderzoeken we de voordelen van servitization voor uw bedrijf, waaronder hogere inkomsten, verbeterde klantloyaliteit en een duurzamer bedrijfsmodel.

INHOUDSOPGAVE

Servitization begrijpen	3
De voordelen van servitization	3
Voorbeelden van succesvolle Servitization	4
Hoe u Servitization in uw bedrijf implementeert	4
Belangrijkste overwegingen bij de overstap van producten naar services	4
Uw diensten effectief op de markt brengen	5
Servitization in het digitale tijdperk	5
Het succes van uw Servitization-strategie meten	6
Veelvoorkomende uitdagingen en hoe ze te overwinnen	6
Conclusie	7
Over Selas & Partners	7

Servitization begrippen

Servitization is een strategische verschuiving van een productgericht naar een servicegericht bedrijfsmodel. Het omvat het toevoegen van diensten aan het traditionele productaanbod van een bedrijf om meer waarde voor klanten te creëren. Het doel van servitization is om een langdurige relatie met klanten op te bouwen, in plaats van slechts een eenmalige transactie. Door aanvullende diensten aan te bieden, kunnen servicebedrijven zich onderscheiden van hun concurrenten en klantenloyaliteit opbouwen.



Een van de belangrijkste drijfveren van servitization is de toenemende commoditisering van producten. Naarmate producten meer op elkaar gaan lijken, wordt het voor bedrijven een grotere uitdaging om zich alleen op basis van productkenmerken te onderscheiden. Servitization stelt bedrijven in staat zich te onderscheiden op basis van de diensten die ze leveren, in plaats van alleen de producten die ze verkopen. Een andere drijvende kracht achter servitization is de trend naar resultaatgerichte bedrijfsmodellen. In een resultaatgericht model worden bedrijven betaald op basis van de resultaten die ze leveren, in plaats van alleen de producten die ze verkopen. Servitization past heel goed bij een resultaatgericht model, omdat het bedrijven in staat stelt de diensten te leveren die nodig zijn om de gewenste resultaten te behalen.

De voordelen van servitization

Het toevoegen van services aan het traditionele productaanbod van een bedrijf heeft verschillende voordelen. Deze voordelen zijn onder meer een hogere omzet, verbeterde klantloyaliteit en een duurzamer bedrijfsmodel.

Hogere omzet

Door diensten aan hun productaanbod toe te voegen, kunnen bedrijven extra inkomstenstromen genereren. Een bedrijf dat printers verkoopt, kan bijvoorbeeld onderhouds- en reparatieservices voor die printers aanbieden. Dit aanvullende serviceaanbod kan aanzienlijke inkomsten genereren voor het bedrijf.

Verbeterde klantloyaliteit

Door aanvullende diensten aan te bieden, kunnen bedrijven een grotere band met hun klanten creëren. Klanten zijn eerder geneigd trouw te blijven aan een bedrijf dat aanvullende diensten levert die aan hun behoeften voldoen. Deze loyaliteit kan leiden tot herhalingsaankopen en verwijzingen, wat de omzet verder kan verhogen.

Duurzamer businessmodel

Door diensten aan te bieden, kunnen bedrijven een terugkerende inkomstenstroom creëren die minder afhankelijk is van eenmalige productverkoop. Deze terugkerende inkomstenstroom kan het bedrijf een stabielere bron van inkomsten bieden en het risico op omzetfluctuaties verkleinen.

Voorbeelden van succesvolle Servitization

01

Verschillende bedrijven hebben met succes servitization-strategieën geïmplementeerd. Een voorbeeld is Rolls-Royce, dat is overgestapt van het verkopen van vliegtuigmotoren naar het leveren van "power-by-the-hour"-diensten. Onder dit model biedt Rolls-Royce zijn klanten een gegarandeerd aantal vliegingen voor hun motoren. Rolls-Royce zorgt vervolgens voor alle onderhouds- en reparatiewerkzaamheden die nodig zijn om de motoren draaiende te houden. Dit model is zeer succesvol geweest voor Rolls-Royce, omdat het een terugkerende inkomstenstroom en verbeterde klantloyaliteit heeft gecreëerd.

02

Een ander voorbeeld van succesvolle servitization is Caterpillar, dat is overgestapt van de verkoop van bouwmachines naar het leveren van onderhouds- en reparatiediensten voor die apparatuur. Het "Cat Connect"-platform van Caterpillar biedt klanten real-time gegevens over de prestaties van hun materieel, evenals onderhouds- en reparatiediensten indien nodig. Dit platform heeft Caterpillar geholpen om sterkere relaties met zijn klanten op te bouwen en een terugkerende inkomstenstroom te creëren.

Hoe u Servitization in uw bedrijf implementeert

Het implementeren van servitization in uw bedrijf vereist een strategische omslag in denken. Hier zijn enkele stappen die u kunt nemen om servitization in uw bedrijf te implementeren:



1. Identificeer de services die het meest waardevol zijn voor uw klanten. Zoek naar diensten die een aanvulling vormen op uw productaanbod en voldoen aan de behoeften van uw klanten.



2. Ontwikkel een prijsmodel voor uw diensten. Bepaal hoe u uw diensten in rekening brengt en wat de prijsstructuur zal zijn.



3. Bouw de infrastructuur om uw services te ondersteunen. Dit kan inhouden het investeren in nieuwe technologie, ontwikkelen van nieuwe processen of het inhuren van extra personeel.



4. Train uw personeel om uw diensten te leveren. Zorg ervoor dat uw personeel over de vaardigheden en kennis beschikt die nodig zijn om diensten van hoge kwaliteit te leveren.



5. Breng uw diensten effectief op de markt. Ontwikkel een marketingstrategie die de waarde van uw diensten benadrukt en communiceert hoe ze uw productaanbod aanvullen.

Belangrijkste overwegingen bij de overstap van producten naar services

De overgang van een productgericht naar een servicegericht bedrijfsmodel vereist een zorgvuldige afweging. Hier zijn enkele belangrijke overwegingen om in gedachten te houden:

- Begrijp de behoeften van uw klanten. De competitie met opkomende markten heeft voor meer concurrentie gezorgd en zij grijpen alle processen aan om prestaties te verbeteren. Ook zijn grondstoffen meer schaars geworden en dit vraagt om meer effectiviteit van de investeringen.
- Ontwikkel een duidelijk prijsmodel. Services genereren meer omzet, zeker als het je aanbiedt als een service "by the hour of per use". In onderhoud heb je bijvoorbeeld verschillende soorten onderhoudsintervallen die de kosten variabel maken of zelfs verlagen.
- Investeer in de infrastructuur die nodig is om uw diensten te ondersteunen, meer focus op een service gericht dienstenmodel naast het verkopen van producten lijkt tevens zeer raadzaam.
- Maak de services die je levert stabiel en zorg dat je gedurende het contractjaar de prestaties laat zien en waar mogelijk verbeterd; richt hier je KPI-dashboard op.
- Kijk naar duurzaamheid van je dienstverlening. Daar waar in het verleden nauwelijks over circulariteit werd gesproken hebben woorden als refurbishing, standardizing quality, re-use, re-alig een grote betekenis gekregen. Nieuwe mogelijkheden van service improvement ontstaan.

Uw diensten effectief op de markt brengen

Effectieve marketing van uw diensten is cruciaal voor het succes van uw servitization-strategie. Hier zijn enkele tips om uw diensten effectief te vermarkten:

- Communiceer de waarde van uw diensten. Benadruk hoe uw services uw productaanbod aanvullen en toegevoegde waarde bieden aan uw klanten. Van transactie naar relatie, dus pas de processen ook steeds meer aan de wensen van de klant.
- Gebruik casestudy's en testimonials om de voordelen van uw services aan te tonen. Heb ook meer intensief contact met uw klant zodat je zijn gedrag en voorkeuren leert ontdekken. Laat zien hoe uw services andere klanten hebben geholpen hun doelen te bereiken.
- Ontwikkel een sterke online aanwezigheid. Gebruik sociale media, e-mailmarketing en andere digitale marketingkanalen om samen met huidige klanten prestaties te delen en potentiële klanten te bereiken.
- Bouw partnerschappen op met andere bedrijven in uw branche. Door samen te werken met andere bedrijven kunt u meer waarde voor uw huidige klanten bereiken en mede als gevolg nieuwe klanten of branches ontdekken. Ook kunt u uw service aanbod uitbreiden.
- Zet thought leadership hoog op uw agenda en verhef kennismanagement tot een van de belangrijke jaardoelen in uw onderneming. Dit helpt u potentiële klanten op te bouwen

Servitization in het digitale tijdperk

Het digitale tijdperk heeft nieuwe mogelijkheden voor servitization gecreëerd. Bedrijven kunnen nu gebruikmaken van digitale technologie om diensten te leveren die voorheen niet mogelijk waren. Bedrijven kunnen bijvoorbeeld sensoren en data-analyse gebruiken om voorspellende onderhoudsdiensten voor hun producten te bieden. Dit kan bedrijven helpen issues te identificeren voordat ze problemen worden.

Het succes van uw Servitization-strategie meten

Het meten van het succes van je servitization-strategie is cruciaal voor het succes op de lange termijn.

Hier zijn enkele statistieken die u kunt gebruiken om het succes van uw strategie te meten:

- Inkomsten uit diensten. Meet de inkomsten die worden gegenereerd door uw serviceaanbod.
- Klanttevredenheid. Meet klanttevredenheid met uw serviceaanbod.
- Behoud van klanten. Meet hoeveel klanten uw services in de loop van de tijd blijven gebruiken.
- Verwijzingen. Meet hoeveel nieuwe klanten door bestaande klanten naar u zijn doorverwezen.
- Kostenbesparingen. Meet hoeveel geld uw klanten besparen door gebruik te maken van uw diensten.

Veelvoorkomende uitdagingen en hoe ze te overwinnen

Het implementeren van een servitization-strategie kan een uitdaging zijn. Hier zijn enkele veelvoorkomende uitdagingen en hoe u deze kunt overwinnen:



Weerstand tegen verandering

Sommige werknemers kunnen weerstand bieden aan de verschuiving naar een servicegericht bedrijfsmodel. Om dit te verhelpen, biedt u training en ondersteuning om werknemers te helpen zich aan het nieuwe model aan te passen.



Gebrek aan deskundigheid

Het implementeren van een servitization-strategie kan nieuwe vaardigheden en expertise vereisen. Om dit te ondervangen, kunt u overwegen nieuw personeel aan te nemen of samen te werken met andere bedrijven.



Moeilijkheidsgraad diensten

Prijsbepaling van diensten kan een uitdaging zijn. Om dit te verhelpen, voert u marktonderzoek uit om te bepalen wat uw klanten bereid zijn te betalen voor uw diensten.



Moeilijkheidsgraad marketingdiensten

Marketingdiensten kunnen een uitdaging zijn. Om dit te ondervangen, ontwikkelt u een marketingstrategie die de waarde van uw diensten benadrukt en communiceert hoe deze uw productaanbod aanvullen.

Conclusie

Kortom, servitization kan bedrijven aanzienlijke voordelen bieden, waaronder hogere inkomsten, verbeterde klantloyaliteit en een duurzamer bedrijfsmodel. Het implementeren van een servitization-strategie vereist een strategische verschuiving in het denken en een zorgvuldige afweging van belangrijke factoren zoals klantbehoeften, prijsstelling, infrastructuur en marketing. Door met succes een servitization-strategie te implementeren, kunnen bedrijven meer waarde creëren voor hun klanten en zich onderscheiden in de markt.

Over Selas & Partners

Selas helpt bedrijven in de Maakindustrie en haar Service Partners, met het realiseren van duurzame omzet- en marge groei, door het gezamenlijk aanscherpen van de commerciële strategie en met het begeleiden van de implementatie daarvan. Bedrijven die servitization willen implementeren helpen we vanuit de Everything-as-a-Service roadmap. Wilt u hier meer over weten: info@selas-partners.com.



Maak een praatje met ons!

Wil je een sales-gedreven organisatie bouwen? Of de sales prestaties van uw team verbeteren? Neem contact op!

Nederland

+31 43 870 0660
info@selas-partners.com
Kruisdonk 66, 6222 PH Maastricht

België

+32 89 714 566
info@selas-partners.com
Leon Hermanslaan 65, 3621 Lanaken