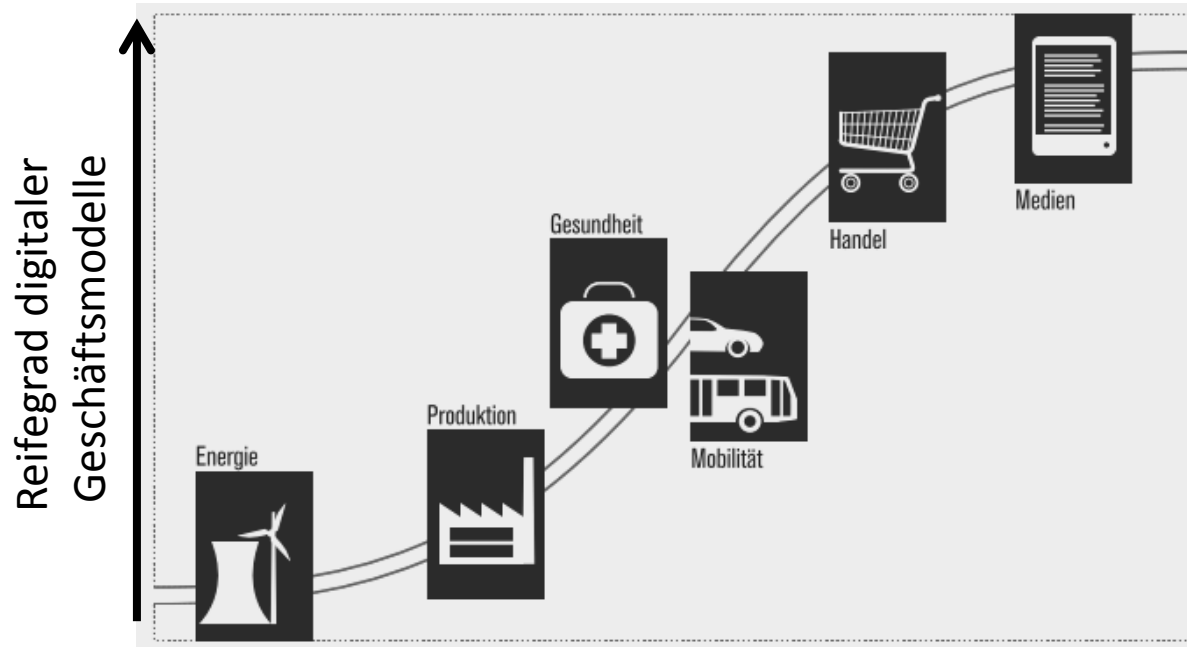


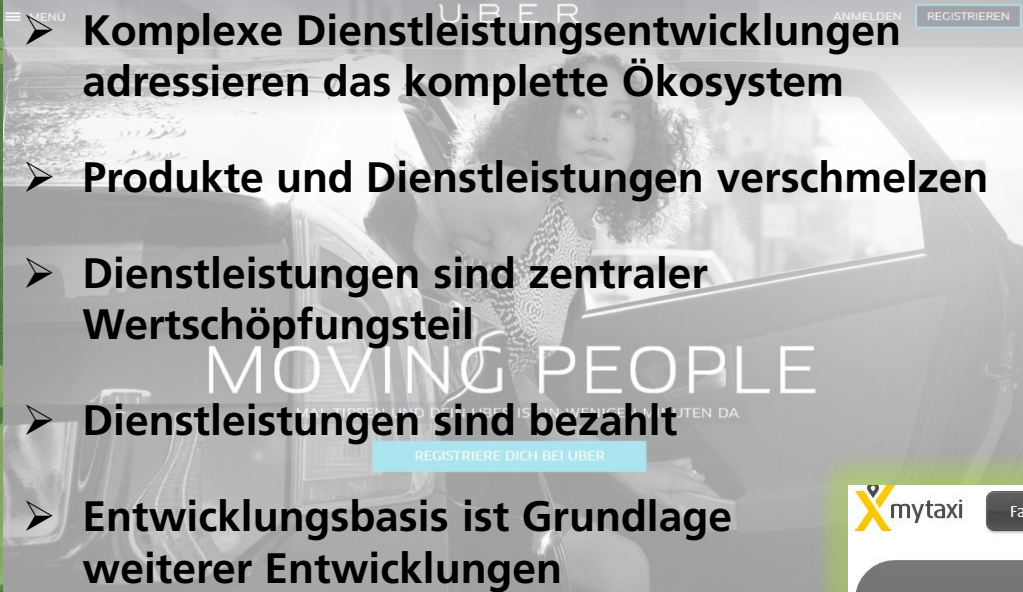


**DESIGNING SERVICES –
WIE WIR DIENSTLEISTUNGEN ENTWICKELN SOLLTEN**

Warum müssen wir uns zunehmend Gedanken über Dienstleistungen und Services machen?



... weil das Internet nicht mehr weg geht!

- 
- Komplexe Dienstleistungsentwicklungen adressieren das komplette Ökosystem
 - Produkte und Dienstleistungen verschmelzen
 - Dienstleistungen sind zentraler Wertschöpfungsteil
 - Dienstleistungen sind bezahlt
 - Entwicklungsbasis ist Grundlage weiterer Entwicklungen

Frankfurter Neue Presse,
17.04.2014:
„Berliner Taxi-Fahrer und
Chauffeur-Dienst Uber im Clinch“

WiWo, 25.01.2014:
„Mytaxi-Startup geht neue Wege -
Media Markt und Saturn stellen
Ware ab Februar per Taxi zu “



mytaxi Fahrgast Taxifahrer Hotels & Unternehmen Presse Jobs Download Blog Login

KLICK:
Onlinebestellung.
Registrierte Kunden können sich einfach einloggen und ihr Wunschtaxi online bestellen. Alle anderen registrieren sich gleich hier:
➤ Jetzt hier registrieren

Willkommen Max Mustermann
Info: +49 151 1234567

Fahrgäste
Abholzeit
EC-Karte
Kreditkarte
Verrechnungsfahrt
Kurierfahrt
Flughafenfahrt
Umwelttaxi

Hans Taximann
Fahrgast · Hilde Musterfrau
★★★★★

Bestellen

mytaxi-Onlinebestellung
mytaxi via Browser bestellen. Effizient, sicher und zeitsparend.
NEU

Jetzt neu: Der mytaxi Kartenleser für mehr Touren
Nutzen Sie als einer der Ersten die Vorteile des kostenlosen mytaxi Kartenlesers.

JOBS

Service Dominant Logic

Löcher statt Bohrer

»What the customer buys and considers value is never a product. It is always a utility – that is, what a product does for him.« *(Peter Drucker)*

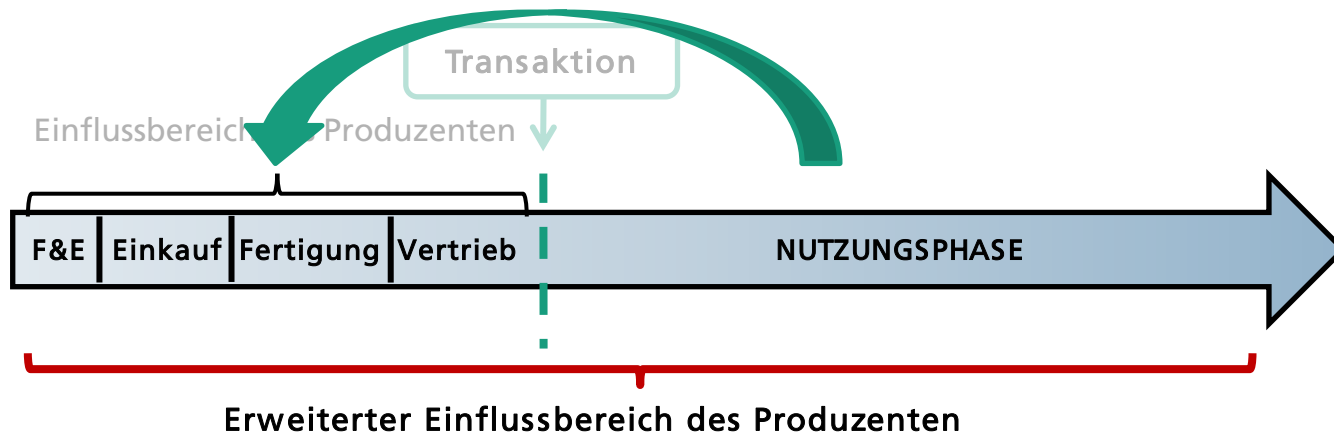
»People don't want to buy a quarter-inch drill. They want a quarter-inch hole.« *(Theodore Levitt)*

Schraube, Dübel → Befestigungslösung /
C-Teile-Management



Moderne Dienstleistungen erweitern den Einflussbereich des Produzenten in die Nutzungsphase

Von der Transaktion zur Kundenbeziehung



Dies bringt wichtige Wettbewerbsvorteile mit sich:

- Größerer Einfluss auf den »value-in-use« des Kunden
- Informationen über Produkteigenschaften in der Nutzungsphase
- Langfristige Vertrauensbeziehung zum Kunden, dadurch stärkere Kundenbindung und Eintrittsbarrieren für Wettbewerber
- Intensiverer Kontakt bringt Informationen aus erster Hand über tatsächliche Kundenbedürfnisse

Beispiel: »Löcher« immer und überall verfügbar; Flottenmanagement bei HILTI

Was ist Flottenmanagement ?

HILTI

**FLOTTEN
MANAGEMENT**

Konzentrieren Sie sich auf Ihr Kerngeschäft. Wir kümmern uns um Ihre Geräteflotte.

Hilti Flotten-Management deckt mit einem fixen monatlichen Betrag alle Geräte- und Servicekosten, auch Reparaturkosten ab. Das vereinfacht Ihre Budgetierung und Finanzplanung durch klare, transparente Kosten und befreit Sie von lästigen Administrationsarbeiten.

Außerdem profitieren Sie von stets einsatzbereiten Geräten mit denen Ihre Mitarbeiter länger und effizienter arbeiten können.



Transparente Kosten

Zahlen Sie nur für die Nutzung Ihrer Geräte – ein fixer monatlicher Betrag deckt alle Geräte-, Reparatur- u. Servicekosten. Das vereinfacht Ihre Budgetierung und Finanzplanung.



Stets einsatzbereite Geräte:

Kein Ausfall – auch im Reparaturfall bleiben Sie voll produktiv.



All-Inclusive Service:

Keine Reparatur- und Wartungskosten für die gesamte Nutzungsdauer – selbstverständlich auch für Akkus; Kostenloser Abhol- und Lieferservice. Kalibrierung von Lasergeräten, Leihgeräte, Mietgeräteoption.



Diebstahl-Absicherung:

Die Diebstahlabsicherung minimiert Ihre Kosten.



Individuelle Etikettierung und Verwaltung:

Individuelle Geräteketten und tagesaktuelle Online-Bestandslisten sorgen für einfache Verwaltung und ein effizientes Geräte-Management.



Optimierte Geräteflotte:

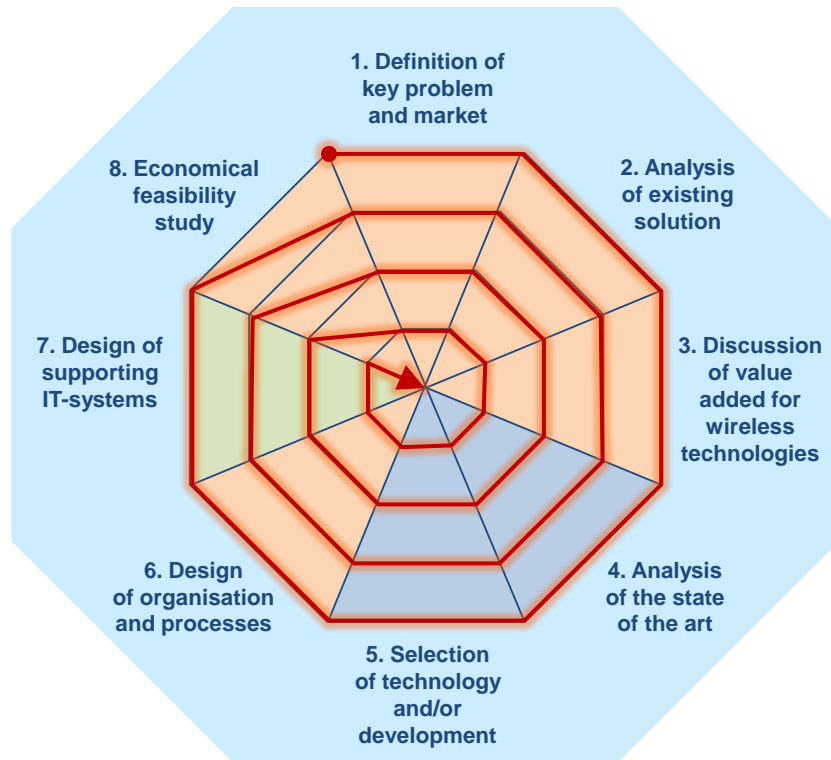
Sie arbeiten immer nur mit den neuesten und innovativen Hilti Profigeräten. Werkzeuge auf dem aktuellen Stand der Technik sind sicherer, leisten mehr und halten länger.

Wie wir Dienstleistungen entwickeln sollten

1. **Systematische** Entwicklung, nah am Kunden
2. Konsequente Entscheidung zwischen **offenen** und geschlossenen Entwicklungsphasen
3. Entwicklung braucht **messbare Startzustände und Ergebnisse** (insb. Kosten/Erträge/Kundenwert)
4. **Kontinuierliche** Entwicklung bei klarer (Dienstleistungs-) **Innovationsstrategie**
5. Konsequente Dienstleistungsentwicklung ist **Unternehmensentwicklung**
6. Komplexe Dienstleistungsentwicklungen sind **Netzwerkentwicklung**

zu 1: Service Engineering vs. Service Design

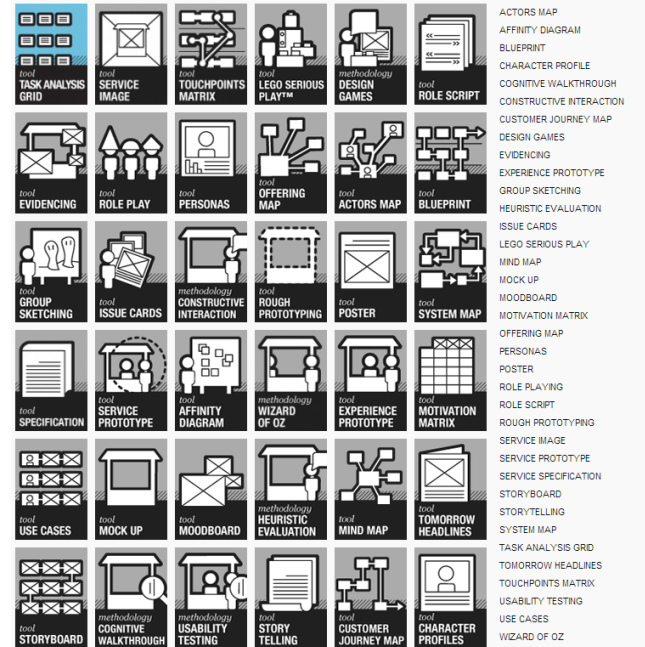
Hauptsache nah an Kunden und dem Netzwerk



z.B. NSEB® (insb. für Info-DL)

- Prozess: 8 interaktive Phasen, iterativ
- Ergebnis: Detailspezifikation von Technik und DL

TOOLS



z.B. Service Design (ITIL)

z.B. servicedesigntools

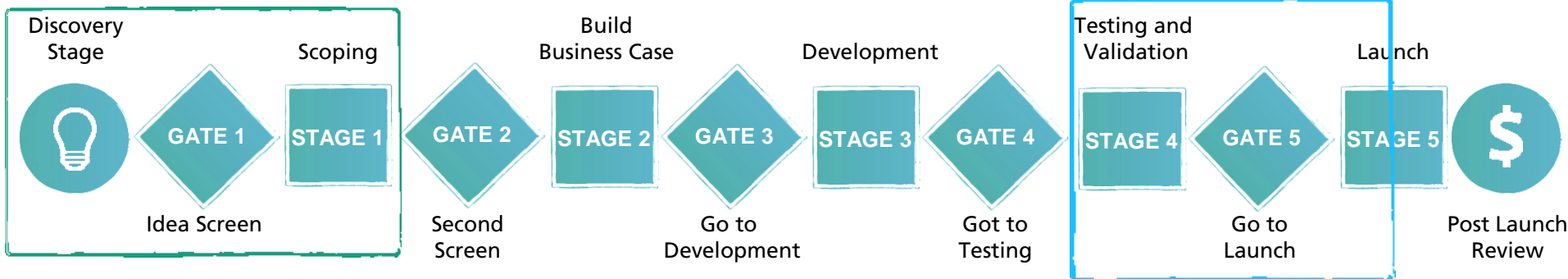
- eher zirkulär („Round-Trip-Problem Solving“)
- Zahlreiche Tools verfügbar aus unterschiedlichen Domänen

zu 2: Herausforderung „Offen“

Innovation Grand Challenges: Das 20/20-Problem

Challenge der ersten 20%:
Bekommen wir die richtigen Ideen von den richtigen Menschen?

Challenge der letzten 20%:
Wer sagt uns was noch fehlt (Usability, Design, Funktion, Zusatzservice)?



»No matter, who you are, most of the smartest people always work for someone else.«

(Billy Joy, Mitgründer SUN-Microsystems)

»If you are not embarrassed by the first version of your product, you've launched too late.«

(Reid Hoffmann)

zu 2: Offen entwickeln, 1-1 Prototypen testen

Beispiele: L.I.N.K.-Testhalle und JOSEPHS



Fotos: Fraunhofer IIS



Fotos: Kurt Fuchs / Fraunhofer SCS

Wie wir Dienstleistungen entwickeln sollten

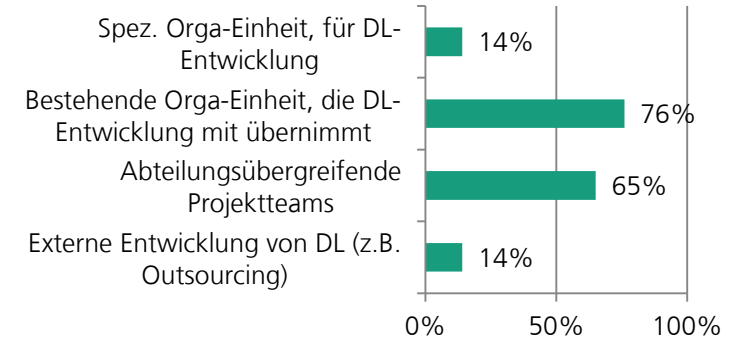
1. **Systematische** Entwicklung, nah am Kunden
2. Konsequente Entscheidung zwischen **offenen** und geschlossenen Entwicklungsphasen
3. Entwicklung braucht **messbare Startzustände und Ergebnisse** (insbesondere Kosten/Erträge/Akzeptanz/Kundenwert)
4. **Kontinuierliche** Entwicklung bei klarer (Dienstleistungs-) **Innovationsstrategie**
5. Konsequente Dienstleistungsentwicklung ist **Unternehmensentwicklung**
6. Komplexe Dienstleistungsentwicklungen sind **Netzwerkentwicklung**

Zu 5: Organisation macht Entwicklungen zur Lösung Smarte Lösung, und nun?

Entwicklungen werden erst zu Lösungen, wenn die **Organisation darauf abgestimmt ist** (z.B. Weiner et al. 2010):

- Organisation:
 - Service/Produkt
 - Workflow
 - Finanzen
 - Regeln
 - Personen
 - Assets
- Umwelt (Markt, Technologie, Regulation)

Organisation der DL-Entwicklung (N=202)



Intelligente Verpackung :

- Ortung der Box über GPS
- Sensorische Überwachung des Inhalts
- Kommunikation über GPRS
- Echtzeitüberwachung und Alarmfunktion
- Distanzöffnung bei Bedarf

Quelle: Schenker DB

zu 6: Die Entwicklung intelligenter Dienstleistungen nutzt Netzwerke

- Lösungsangebote erfordern Wissen und Kompetenzen **unterschiedlicher Wertschöpfungsstufen und Marktteilnehmer** (z.B. Konstruktions-Know-how; Wissen über Verfügbarkeit, Nutzung)
- Die **Auswahl** geeigneter Entwicklungspartner (eigene und fremde Wertschöpfungsketten) reduziert Entwicklungsrisiken und schafft neue Differenzierungspotenziale
- **Digitalisierung** (Internet 4.0, CPS, IoT) verschärft die Bildung von Netzwerken und etabliert neue Marktteilnehmer (z.B. Uber, mytaxi)

Auslöser für die Entwicklung von DL (N=201)



Wie wir Dienstleistungen entwickeln sollten

1. **Systematische** Entwicklung, nah am Kunden
2. Konsequente Entscheidung zwischen **offenen** und geschlossenen Entwicklungsphasen
3. Entwicklung braucht **messbare Startzustände und Ergebnisse** (insbesondere Kosten/Erträge/Akzeptanz/Kundenwert)
4. **Kontinuierliche** Entwicklung bei klarer (Dienstleistungs-) **Innovationsstrategie**
5. Konsequente Dienstleistungsentwicklung ist **Unternehmensentwicklung**
6. Komplexe Dienstleistungsentwicklungen sind **Netzwerkentwicklung**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

»Ein Unternehmen, das sich uneingeschränkt dem Service widmet, hat nur eine Sorge bezüglich der Gewinne. Sie sind peinlich groß.«

Henry Ford

Kontakt:

Dr. Frank Danzinger

Email: frank.danzinger@scs.fraunhofer.de

Tel: +49 911 58061 9527

Fraunhofer SCS
Nordostpark 93
90411 Nürnberg

