

Apportez de la valeur ajoutée à vos clients avec la servitisation numérique

08 décembre 2021, 01:00

Ludwig De Locht

En incorporant des services numériques à un produit physique (= processus de servitisation numérique), vous pouvez bâtir une relation sur le long terme avec votre clientèle et générer de la valeur pour cette dernière ET pour votre entreprise.

Valeur économique pour votre entreprise

La servitisation a également fait ses preuves quand il s'agit d'apporter en continu de la valeur économique à votre entreprise après la vente ponctuelle de votre produit : vous vendez ce dernier et y adjoignez des services de façon à instaurer un lien entre vous et vos clients pendant toute la durée de vie du produit (voire plus longtemps, le cas échéant).

Nous devons d'emblée apporter quelques précisions à ce stade. Les services supplémentaires que vous incorporez à votre produit sont en général difficilement évolutifs. Ils exigent en outre une équipe d'assistance à la clientèle ou, du moins, l'intervention de collaborateurs qui se consacrent pleinement à aider les utilisateurs de ces services.

Bon nombre d’entreprises confieront cependant cette tâche à des sous-traitants, dans la mesure où elle ne fait pas partie de leur activité principale. La valeur économique ainsi créée par la servitisation sera alors répartie entre différents acteurs, le plus souvent sur le marché local. En plus de diluer la valeur du produit, cette solution fait perdre à l’entreprise son contact direct avec la clientèle.

Créer une boucle de feed-back avec la servitisation numérique

C’est précisément à ce niveau-là que nous pouvons retirer beaucoup de valeur. Avec l’arrivée des technologies numériques comme l’Internet des objets, les services cloud et la science des données, les entreprises éprouvent en effet des difficultés à récupérer cette valeur, sans parler du problème de l’évolutivité, de la perte du contact avec les clients, des frais engagés pour la sous-traitance de l’assistance, etc.

Vous pouvez désormais proposer des services par voie numérique, et ce faisant, contribuer à la création d’une « boucle de feed-back ». Les services numériques génèrent une multitude de données qui vous informent sur l’utilisation de votre produit et les vrais désirs et besoins de vos clients. Vous pouvez également exploiter ces connaissances pour proposer de nouveaux services numériques et adapter davantage votre offre actuelle aux besoins de vos clients pour leur apporter plus de valeur.

De nombreuses entreprises expérimentent pleinement la servitisation numérique et parviennent à réellement donner plus de valeur à leurs clients en leur vendant un produit de qualité ET en y adjoignant des services numériques.

Dans notre recueil de cas « Servitisation numérique », nous expliquons quelques exemples de sociétés qui ont tenté l’aventure. Vous y découvrirez les raisons pour lesquelles elles ont fait ce choix, les défis qu’elles ont dû affronter et les bénéfices qu’elles en ont retirés pour elles-mêmes et leurs clients.

En attendant, voici deux cas inspirants en la matière.

I-care

I-care est une entreprise européenne qui propose des solutions de surveillance et de fiabilité aux clients industriels de divers secteurs dans le monde entier. Elle a pour objectif général d’optimiser l’efficacité industrielle des machines et des processus de la clientèle.

I-care a constaté que les entreprises avaient besoin de matériel de surveillance et de fiabilité de qualité qu’elles peuvent commander à distance. C’est pourquoi elle a mis au point Wi-care, une solution IoT qui permet d’acquérir et de traiter les données relatives à la surveillance de l’état. Des capteurs faciles à configurer lui permettent de surveiller automatiquement les installations stratégiques. Les données ainsi générées sont visualisées et analysées sur la plateforme I-See.

Vous trouverez plus d’informations à ce sujet et d’autres exemples dans notre recueil de cas « Servitisation numérique ».

Téléchargez notre Casebook

Hilti

Hilti est une société internationale qui propose des outils et des services aux entreprises de construction. Elle avait remarqué que ses clients avaient besoin d'une solution pratique capable d'améliorer la gestion de ses équipements fixes et roulants (parc de machines). Dans l'idéal, les clients de Hilti savent à quel moment et sur quel chantier se trouvent leurs outils et s'ils les utilisent de façon efficace. Ces informations peuvent leur faire indirectement économiser une grande somme d'argent.

Hilti a mis au point ON!Track, une application et un site web qui permettent aux clients de gérer leur matériel à la perfection en échange d'un abonnement mensuel payant. Le matériel, les outils, les véhicules, etc., sont tous dotés de capteurs de vibrations. L'application leur montre ainsi instantanément le moment où ils s'en servent.

Vous trouverez plus d'informations à ce sujet et d'autres exemples dans notre recueil de cas « Servitisation numérique ».

Téléchargez notre Casebook

Sirris vous accompagne dans votre transition vers la servitisation numérique

Lorsque vous passez à la servitisation numérique, vous confrontez l'entreprise tout entière à une multitude de choix à faire et de décisions à prendre. En soutenant les sociétés sur les plans technologique et organisationnel, Sirris les accompagne dans cette phase et vous aide à franchir les étapes suivantes.

Si vous souhaitez savoir ce que Sirris peut faire pour votre entreprise, n'hésitez pas à nous contacter.

Consultez notre page web

Auteurs



Ludwig De Locht