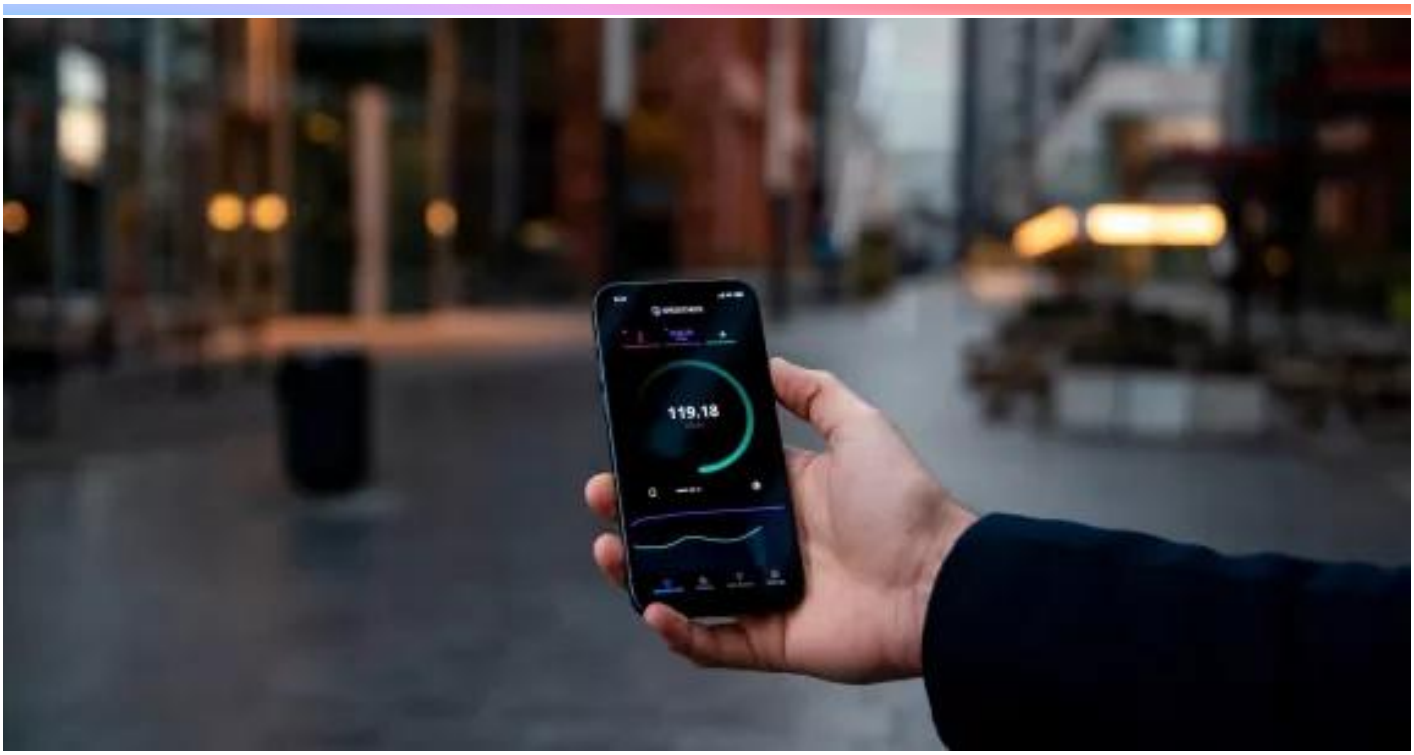


7 bonnes raisons d'enrichir vos produits physiques grâce à l'Internet des objets

29 novembre 2022, 16:46

Pieter Beyl

S’il est bien une tendance observée aujourd’hui, c’est que toutes les entreprises manufacturières sont en compétition avec leurs concurrents dans le monde entier. Pour rester compétitives, elles ont tout intérêt à adopter l'Internet des objets, mais ce n'est pas forcément évident. En effet, il est souvent nécessaire de réévaluer son modèle d'entreprise et donc son organisation. Pour saisir les opportunités de demain et ne pas rater le coche, il faut s'y mettre aujourd'hui.

Le 13 décembre, nous organisons la masterclass « Tirer de la valeur de vos produits grâce à l'Internet des objets ». Dans cet article, nous allons vous expliquer pourquoi l'intégration de l'Internet des objets dans un produit physique devrait être une priorité pour vous aujourd'hui.

1. Les utilisateurs l'attendent

Pour un nombre croissant d'utilisateurs, les fonctionnalités numériques telles que la **commande via application** et l'**accès aux données** du produit sont essentielles à la performance de leur produit et à leur expérience. L'**interface numérique** permet d'**interagir** – à distance – avec le produit via un appareil (mobile). Cette interface peut en outre être **personnalisée** pour plusieurs utilisateurs et enrichie par des mises à jour et diverses licences. Pour une **parfaite intégration** aux

applications et produits connectés existants des utilisateurs, les produits doivent de nos jours au moins embarquer la connectivité. Leurs données doivent également être exploitables à partir de systèmes externes. Il est fort probable que tôt ou tard, vos clients aient aussi des **souhaits** ou même des **attentes** à cet égard.

2. La concurrence a déjà embrayé

Aujourd'hui, les entreprises du monde entier ont accès aux technologies. Votre entreprise fait donc face à une **concurrence mondiale**. Le développement de nouveaux produits est toujours plus rapide. Simultanément, de nombreux fabricants entrent dans une **course au nivellement vers le bas** dès le moment où leurs produits se banalisent et qu'ils doivent s'engager dans une guerre des prix.
Ils cherchent donc à proposer de **nouvelles solutions à valeur ajoutée** et davantage de services. En particulier dans les nouvelles applications numériques, le **pionnier** (first mover) peut s'emparer d'un marché, en tirer des enseignements et améliorer systématiquement ses solutions. La concurrence peut également venir de bien d’autres horizons, parfois inattendus. Notamment des start-ups et scale-ups du numérique, qui peuvent formuler des solutions numériques autour de produits plus rapidement que vous n'avez décidé de vous lancer dans le développement numérique de vos produits. Ne manquez pas le train.

5

Tag

780

Photo by Markus Winkler

3. Fournir des solutions plutôt que des produits physiques

Grâce aux fonctionnalités numériques, vous pouvez proposer une **solution intégrée** qui offre **davantage de valeur** que la simple fonctionnalité du produit physique. Par exemple, des produits qui gagnent ainsi en autonomie, interagissent avec d'autres produits/systèmes ou peuvent être surveillés à distance. En outre, vous pouvez fournir des services numériques autour du produit physique. Cela peut aller de services complémentaires au produit pour son entretien et son optimisation à l'offre du produit complet en tant que service. Les solutions globales comme les services correspondent à l'évolution des utilisateurs vers plus de simplification, **moins de soucis** et **moins de propriété des produits**.

4. Valeur ajoutée pour le consommateur... et les fabricants de produits

De nombreuses innovations sur le marché démontrent que les produits intelligents apportent une valeur ajoutée. Dans les produits de consommation d'aujourd'hui, celle-ci se situe souvent au niveau de **expérience utilisateur améliorée**. Du côté des applications industrielles, c'est dans la **réduction des coûts**, grâce à des **processus plus efficaces moins dépendants de l'intervention humaine** ou la **consommation d'énergie et de matières premières**. Cette valeur ajoutée pour l'utilisateur se traduit, pour le fabricant du produit, par des revenus provenant de la vente de produits et de services à marge plus élevée, et ainsi de **nouveaux flux de revenus**. Un meilleur service aux utilisateurs et une interaction plus directe à travers des solutions numériques débouchent aussi sur une **meilleure fidélisation**. Grâce aux données des produits connectés, les fabricants peuvent **optimiser leurs processus internes**, par exemple pour la configuration, la maintenance et la modification des produits. En outre, les données sur l'utilisation des produits et l'interaction plus directe avec les utilisateurs donnent une **idée de leurs besoins et des nouvelles solutions possibles**.



Unsplash

5. La technologie de l'Internet des objets a gagné en maturité

La technologie permettant de réaliser des solutions de produits intelligents est de plus en plus largement disponible. **Capteurs, puissance de calcul, connectivité, IA, cloud, applications...** Sur le plan technologique, on peut faire beaucoup, surtout avec la flexibilité inhérente aux logiciels. Pour chacune des couches technologiques, on dispose de différentes technologies, mais aussi de différents **blocs de construction intégrés** (modules, plateformes, services) qui permettent d'accélérer un développement. Les fabricants de produits peuvent ainsi se concentrer sur la réalisation de l'application et sur leur valeur ajoutée spécifique, au lieu de tout développer eux-mêmes à partir de zéro. Il y a encore de la marge pour des améliorations en matière d'**interopérabilité et de sécurité**, mais nous constatons une nette évolution de ces blocs de construction vers plus de convivialité, d'intégration et de normalisation.

6. S'y mettre aujourd'hui pour être prêt demain

Vous êtes conscient des possibilités, mais vous préférez attendre pour franchir le pas vers des produits (plus) intelligents ? Enrichir votre produit avec l'Internet des objets ne consiste pas simplement à ajouter une technologie à votre produit. En effet, il est **souvent nécessaire de réévaluer votre modèle d'entreprise et donc votre organisation**. L'acquisition et la mise en œuvre de la mentalité et des compétences nécessaires pour faire aboutir vos idées de produits intelligents **ne se font pas du jour au lendemain**. Pour saisir les opportunités de demain et ne pas rater le coche, il faut vous y mettre aujourd'hui.

7. Sirris est à votre disposition

'S'y mettre', ce n'est pas forcément se lancer tout de suite dans la technologie, mais plutôt commencer à chercher des **applications utiles** et un **business case probant**. Ce n'est pas toujours évident, surtout si vous ne sortez pas du cadre de votre entreprise et ne changez pas vos habitudes. Un **regard extérieur** et l'inspiration venant de l'**expérience d'autres entreprises** peuvent vous mettre sur la voie. C'est pourquoi nous avons regroupé nos conseils dans la masterclass « Tirer de la valeur de vos produits avec l'Internet des objets » pour vous mettre sur la bonne piste pour répondre aux questions clés concernant votre produit intelligent. Dans cette masterclass d'une **demi-journée**, nous examinerons d'abord quelles sont les idées commerciales possibles, puis nous fournirons des outils pour développer et renforcer une idée commerciale. Lors de la session de suivi individuel comprise, nous examinerons avec vous les prochaines étapes concrètes vers des produits (plus) intelligents.

Intéressé ? Pour plus d'informations sur la masterclass et vous inscrire, cliquez ici.

Auteurs



Pieter Beyl