



Technische
Akademie
Esslingen

**Ihr Partner für
Weiterbildung
seit 60 Jahren!**

Maschinenbau, Produktion und Fahrzeugtechnik

Tribologie – Reibung, Verschleiß und Schmierung

Elektrotechnik, Elektronik und Energietechnik

Informationstechnologie

Medizintechnik und Gesundheitswesen

Bauwesen, Energieeffizienz und Umwelt

Betriebswirtschaft und Arbeitskompetenz

Management und Führung

Smart Services in der Praxis – mit Service Engineering und Service Management

**Systematische Entwicklung und Vermarktung
von digitalen Serviceleistungen**

Referent

Prof. Dr. Claus W. Gerberich,
Gerberich Consulting AG,
Ennetbürgen (Schweiz)

Seminar

in Ostfildern-Nellingen, An der Akademie 5

6. und 7. Februar 2017, VA Nr. 34994.00.001

Smart Services in der Praxis – mit Service Engineering und Service Management

Der Wettbewerbsdruck wird immer größer, und die Kundenanforderungen steigen. Das Seminar zeigt, welche Relevanz Smart Services in Industrie 4.0 heute haben, vor welchen Herausforderungen Unternehmen stehen, wie der Wandel vom Produkt- hin zum Lösungsverkauf bewältigt wird, und wie der Kunde in den Service-Prozess integriert werden kann. Ebenso wird anhand von Best Practice-Beispielen gezeigt, wie eine erfolgreiche Vermarktung erfolgt.

Es reicht heute nicht mehr aus, gute Produkte zu entwickeln und zu vertreiben, sondern es sind dem Kunden komplette Problemlösungen mit konkretem Nutzen anzubieten. Der Weg zum Systemanbieter und Service-Provider ist vorgezeichnet. Produkte sind systematisch mit Serviceleistungen zu entwickeln und zu vermarkten. Sie haben einen eigenen Ergebnis- und Wertbeitrag zu liefern und tragen dazu bei, das Umsatz- und Wertwachstum des Unternehmens zu sichern.

Industrie 4.0 beschleunigt diesen Prozess durch die Vernetzung von Produkten und Dienstleistungen. Cyber-physische Systeme führen zu einer Dematerialisierung der Geschäfte und wachsender Bedeutung von Smart Services.

Ziel des Seminars

Das Seminar vermittelt praktisches Wissen zum Aufbau intelligenter digitaler Services im Umfeld von Industrie 4.0.

Sie kennen die Nutzenargumente und -kategorien von Cyber-physischen Systemen und erhöhen so die Problemlösungskompetenz für den Kunden. Auf diese Weise schaffen Sie Wettbewerbsvorsprünge und Kundenbindung.

Arbeitsmethoden

- > Praxisvorträge mit Beispielen
- > Gruppendiskussion, Erfahrungsaustausch
- > Transferübungen anhand von Fallbeispielen
- > Checklisten zur Beachtung von Erfolgsfaktoren
- > neueste Erkenntnisse und Anregungen in Form von Handlungsempfehlungen

Teilnehmerkreis

alle Bereiche, die auf den Kunden und die Innovation ausgerichtet sind, u.a. Geschäftsführung, Führungs- und Fachkräfte aus den Bereichen Innovation, Entwicklung, Vertrieb, Marketing, Customer Service und Controlling

Referent

Prof. Dr. Claus W. Gerberich
Beirat, Gerberich Consulting AG,
Ennetbürgen (Schweiz)

Programm

Montag, 6. und Dienstag, 7. Februar 2017

9.00 bis 12.15 und 13.45 bis 17.00 Uhr

1. Management von Veränderungen

- > herausragende Herausforderungen an die Unternehmensführung
- > Dynaxity: Dynamik und Komplexität nehmen neue Dimensionen an
- > Austauschbarkeit der Produkte
- > Preisdruck bei den Produkten
- > Transparenz der Kalkulation (Open Book Policy)

2. Neue Herausforderungen durch die vierte Industrierevolution

- > Vernetzung und Digitalisieren von Produkten und Dienstleistungen
- > cyber-physische Systeme
- > Entstehung von neuen Geschäftsmodellen und Wandel der Kundenanforderungen
- > Dematerialisierung der Geschäfte

3. Nutzen – Preise – Kosten

- > Schaffen von Kundennutzen
- > Nutzenkategorien
- > Preise und Preisbildung
- > Kosten und Kostenstrukturen

4. Merkmale von Serviceleistungen

- > Typologisierung von Serviceleistungen
- > Interaktion mit den Kunden
- > Life-Cycle-orientierte Entwicklung und Vermarktung von Serviceleistungen
- > Variantenvielfalt und Kundennähe bei Serviceleistungen

5. Service Engineering – systematische Entwicklung und Vermarktung von Serviceleistungen

- > Phasen des Entwicklungsprozesses von Serviceleistungen
- > Service Blue Printing
- > Interaktion mit den Kunden
- > vom Produktmodell über das Prozessmodell zum Ressourcenmodell

6. Smart Services Geschäftsmodelle

- > Smart Services – Service Plattformen
- > Smart Data – software-definierte Plattformen
- > Smart Products – vernetzte physische Plattform
- > technische Infrastruktur

7. Vom Produktverkauf zum Paketmanagement

- > Vier-Phasen-Modell im Paketmanagement
- > Modularisierung von Serviceleistungen
- > Vermeiden von Komplexität im Servicemanagement
- > Service Plattformen

8. Ressourcenplanung im Servicemanagement

- > Skillprofile der Mitarbeiter
- > Multiprojektmanagement im Servicemanagement
- > Information und Wissen als vierter Produktionsfaktor

9. Integration des Kunden in das Servicemanagement

- > Kundenzufriedenheit und Kundenbindung
- > Kundensegmentierung
- > Lead User-Konzept im Servicemanagement
- > Touchpoint Management in der Kundenkette

10. Strategische Kalkulation von Serviceleistungen

- > Target Pricing und Target Costing von Serviceleistungen
- > Life Cycle Costing
- > Prinzip der Phantomrechnungen
- > operative Kalkulation von Serviceleistungen
- > Zuschlagskalkulation oder Prozesskalkulation im Servicemanagement

11. Prozess- und Qualitätsmanagement im Service

- > GAP-Analyse
- > Service Blueprinting
- > Touchpoint Management im Serviceprozess
- > Messgrößen der Prozess- und Servicequalität
- > Prozessowner in der Service-Entwicklung und Service-Vermarktung

12. Vermarktungs- und Vertriebsstrategien von entwickelten Services

- > Besonderheiten und Herausforderungen im Vertrieb von Serviceleistungen
- > Marketingstrategien und Kommunikation
- > Definition von differenzierten Vertriebszielen
- > Entwicklung individueller Leistungs- und Kundenziele
- > Definition von vertrieblichen Aktivitäten
- > Pricing-Strategien für Serviceleistungen

13. Service als eigenes Profit Center

- > Service zur Kundenbindung und zur Wertsteigerung
- > Kennzahlen im Servicemanagement
- > Profit Center-Rechnung

14. Service Balanced Scorecard zur Führung und Steuerung

- > die vier Ebenen der BSC
- > Aufbau einer Service-BSC
- > Zielvereinbarungen und Zielerreichung
- > Reporting mit der Service-BSC

15. Zusammenfassung

- > Nutzen und Mehrwert für alle Beteiligten
- > Erkennen der Lücken und Handlungsbedarfe
- > Phasenmodell zum Aufbau digitaler Geschäfte

Sie melden sich an

Bitte nennen Sie

Veranstaltung Nr. 34994.00.001
Veranstaltungstitel
Vor- und Nachname, Anschrift
Telefon, Telefax, E-Mail

per Post

Technische Akademie Esslingen e.V.
An der Akademie 5, 73760 Ostfildern

per Telefon

Heike Baier
Anmeldung +49 711 34008-23
+49 711 34008-27
anmeldung@tae.de
www.tae.de

per Telefax

per E-Mail

per Internet

Wir reservieren auch Ihr Hotelzimmer.

Wir berechnen

EUR 1.060,- mehrwertsteuerfrei
Im Preis sind Arbeitsunterlagen, Mittagessen
und Pausenverpflegung enthalten.
TAE-Mitglieder erhalten 10 % Rabatt.

Sie sprechen uns an

organisatorisch

Telefon +49 711 34008-99

fachlich

Dr. Pascal Hofmann
Telefon +49 711 34008-44
E-Mail pascal.hofmann@tae.de

Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen

Es gelten die unter www.tae.de einsehbaren
Geschäftsbedingungen der Technischen
Akademie Esslingen e.V.

Seminarversicherung

Bei kurzfristiger Stornierung Ihrer Teilnahme
an der Veranstaltung fällt die volle Teilnahme-
gebühr an. Wir empfehlen daher den Abschluss
einer Seminarversicherung bei unserem Partner,
der EUROPÄISCHEN Reiseversicherung.
Infos und Versicherungsabschluss www.tae.de
E-Mail ioannis.kujumtjidis@tae.de

Sie erhalten Qualität

Das Qualitätsmanagementsystem der
Technischen Akademie Esslingen ist
nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert.



So finden Sie uns

Anfahrpläne finden Sie unter www.tae.de
Kostenlose Parkplätze am Haus
Behindertengerechter Zugang
Unser Service für Sie:
Mit attraktiven Sonderkonditionen der
Deutschen Bahn AG zur TAE.
Infos unter www.tae.de

Wir bieten mehr

Besuchen Sie uns im Internet oder
fordern Sie die Einzelprogramme der
verwandten Themen an.

Rahmenprogramm

www.tae.de/service/rahmenprogramm

www.tae.de