

“Servitization”

De overgang van onderhoudscontract naar product-as-a-service leidt tot meer omzet en hogere winsten. Uit onderzoek blijkt dat steeds meer industriële bedrijven 25 tot 35% van hun omzet uit dienstverlening halen. Deze bedrijven halen hogere winsten door servitization. Door beschikbare en betaalbare technologie komt ‘servitization’ binnen het bereik van het MKB. De overgang van product naar product services is een ingrijpende strategische verandering van het business model.

De KIVI vakafdeling Commercieel Ingenieur organiseert in het najaar van 2018 haar jaarlijkse congres waarbij we een actueel thema centraal stellen. Dit jaar hebben we gekozen voor het thema "Servitization". Een ontwikkeling die niet meer te stuiten is en die de nodige vragen oproept bij ondernemers en ingenieurs. Samen met u willen wij deze vragen aan de orde stellen en gaan we zoeken naar de antwoorden. Het congres vindt plaats op 29 oktober 2018 in het KIVI gebouw te Den Haag.

Service business

Het aanbieden van klantgerichte diensten rondom product sales is niet nieuw. In de industrie bieden bedrijven naast de levering van producten ook proactief reparatie- en revisiediensten, reserveonderdelen en trainingen. Service verandert van een kostenpost in een kans om de klant beter van dienst te zijn, en zo extra omzet te genereren. Binnen de industrie is servitization relevanter dan ooit. Eén van de oorzaken is dat de toegevoegde waarde van productieactiviteiten afneemt. Door snel kopieergedrag van concurrerende bedrijven wereldwijd wordt prijs nog de enige onderscheidende factor. Ook andere oorzaken zoals de opkomst van de deel- en de circulaire economie versterken deze relevantie. In zowel de B2B als de consumentenmarkt wil men snel, altijd en overal toegang tot het gebruik van middelen (muziek, vervoer, software etc.) en men is bereid om hiervoor te betalen: onderhoud en bezit worden als last ervaren (from asset to access). Als gevolg van nieuwe beschikbare en betaalbare technologieën zoals sensoren, Internet of Things en dataplatformen komt servitization binnen het bereik van het MKB.

Van ‘maken’ naar ‘dienen’

De transitie naar een product-service systeem, oftewel ‘servitisering’, is niet eenvoudig. Het gaat om een ingrijpende businessmodelinnovatie. De grootste uitdaging ligt niet in de investering van de technologie maar in de veranderingen van de bedrijfscultuur en de flexibiliteit van de medewerkers. Het is een strategisch veranderingsproces van ‘maken’ naar ‘integrale serviceconcepten’. Grote vraag is natuurlijk hoe je zo iets aanpakt. Aan de ene kant is er echte “ingenieurs” kennis nodig om te zien welke mogelijkheden de producten van het maakbedrijf voor hun klanten bieden. Aan de andere kant is er “commerciële” kennis nodig om businessmodellen te ontwerpen die het vakgebied van de ingenieur ver overstijgen. Allerlei onzekerheden moeten worden overwonnen:

- Wat kan het onze onderneming opleveren?
- Wat zijn de risico's?
- Zijn er best practices? Wat levert dit op?
- Waar zitten precies de behoeften van mijn klant?
- Op welke wijze kan ik daar vanuit mijn bedrijf op inspelen?
- Is mijn klant bereid daarvoor te betalen? En in welke vorm?
- Heb ik de juiste mensen met de goede kennis en ervaring in dienst?
- Welke activiteiten moet ik gaan uitvoeren?
- Hoe start ik?
- Hoe verhoudt zich dat tot mijn engineering-activiteiten?
- Heb ik andere, nieuwe partners hierbij nodig?

Programma

Allemaal vragen die een rol spelen bij servitization en waar we tijdens het jaarcongres samen met u gaan zoeken naar de antwoorden. Onze sprekers zullen ingaan op de theorie, praktijk van servitization en de marketing aanpak hiervoor. Daarnaast zijn er twee workshops die u de kans bieden om hands-on ervaring op te doen in service-design en de ontwikkeling van een marketing-strategie. Het programma ziet er als volgt uit:

Welkom & opening

- 12:00 Ontvangst met koffie en broodjes.
- 12:45 Welkom door de dagvoorzitter en het openingswoord
- 13:00 Servitiseren: theoretisch kader en praktische modellen (Prof.dr.ir. Bart Nieuwenhuis)
- 14:40 De lerende steen, van ovens metselen naar Total Cost of Ownership (Arie van Vliet)
- 14:05 Workshop Service Engineering (Dr.Els van de Kar)
- 14:50 Pauze
- 15:20 Wat waren jullie ervaringen?
- 15:25 Marketing van services: De aanpak? Geen klant vraagt er immers naar. (Bart van de Emden)
- 16:05 Workshop Marketing
- 16:50 Pauze
- 17:20 Wat waren jullie ervaringen?
- 17:25 Waarom servitiseren? Perspectief van een opdrachtgever (Marc Unger)
- 17:50 Wrap up
- 18:00 Warm buffet en netwerkbordel
- 19:30 Afsluiting

Keynote sprekers



Arie van Vliet is directeur van Gouda Vuurvast Services, produceert, levert, installeert, verbouwt en onderhoudt vuurvaste bekledingen in o.a. afvalverbranders, oliekrakers, vergassers en smeltovens. Gouda Vuurvast Services is met haar onderzoeksproject 'De Lerende Steen' op weg om verandering te brengen in de van oudsher conservatieve denken 'vuurvaste' wereld met behulp van innovatieve diensten. <http://linkedin.com/in/arievanvliet>



Bart Nieuwenhuis is Lector Business Service Innovation aan de Fontys International Business School. Hij is daarnaast hoogleraar aan de Universiteit Twente. Hij is verder werkzaam voor zijn eigen adviesbedrijf Knowledge for Business Innovation. Bart is elektrotechnisch ingenieur en was meer dan twintig jaar werkzaam voor KPN. Daarna werkte hij meer dan vijftien jaar als innovatie management consultant. Hij ondersteunt private en publieke organisaties bij de ontwikkeling van nieuwe business modellen en business cases met product-gerelateerde dienstverlening. <http://linkedin.com/in/ljmnieuwenhuis>



Els van de Kar is associate-lector Business Service Innovation aan de Fontys International Business School en manager bij EventsIT. De afgelopen tien jaar was zij eigenaar en managing director van EventIT, een IT-dienstverlener voor evenementen in Nederland. Van de Kar heeft meer dan 20 jaar werkervaring in de industrie. Zij was 8 jaar werkzaam bij de Nederlandse telecommunicatieoperator KPN Telecom. Zij was 14 jaar onafhankelijk consultant en tevens meer dan 10 jaar werkzaam als assistant-professor aan de TU Delft. Dr Els van de Kar is gespecialiseerd in Service Design en Innovatie als onderzoeker, docent, consultant en ondernemer. <https://www.linkedin.com/in/elsvandekar/>



Bart van de Emden heeft meer dan 20 jaar ervaring in B-to-B marketing en zakelijke dienstverlening. In 2008 heeft Bart het marketing adviesbureau Van Emden Marketing Consultancy BV opgericht, dat zich richt op de professionele service industrie. Bart is specialist in het klantgericht maken van technische bedrijven. <http://linkedin.com/in/bartvanemden>



Marc Unger kent en begrijpt de wereld van de ingenieurs en van de opdrachtgevers. De eerste helft van zijn 25 jaar ervaring werkte hij bij advies- en ingenieursbureaus in de rollen van projectleider, adviseur, onderzoeker, publicist, docent, accountmanager en afdelingsmanager. Vanaf eind 2005 t/m begin 2018 werkte Marc als projectmanager, senior manager en de laatste 7 jaar als Chief Procurement Officer bij ProRail en Royal Schiphol Group. Sinds 1 april 2018 is hij senior consultant bij AT Osborne. <https://www.linkedin.com/in/marc-unger-6917382/>

Hart voor techniek, een mind voor business

Het jaarcongres is bedoeld voor ingenieurs met een hart voor techniek en een mind voor business. De commercieel ingenieur die zich (verder) wil ontwikkelen op het grensvlak van techniek en commercie.

Praktisch

Datum 29 oktober 2018

Tijd 12.00 uur tot 19:30 uur

Plaats KIVI-gebouw, Prinsessegracht 23, 2514 AP Den Haag

Kosten per sessie € 40,= voor KIVI leden

€ 95,= voor niet-leden

Aanmelden Aanmelden via de website van KIVI CI <https://www.kivi.nl/afdelingen/commercieel-ingenieur/activiteiten/activiteit/jaarcongres-kivi-commercieel-ingenieur>

Niet-leden moeten eerst de gegevens invullen bij 'Relatie worden'. Dit is eenmalig. Zij ontvangen dan ook een nummer + wachtwoord en kunnen zich vervolgens aanmelden bij de activiteit.

Informatie John den Ridder e: john.den.ridder@bluelite.nl