

14.11.2022



**EINFÜHRUNG IN DIE DIGITALE PLATTFORM-  
ÖKONOMIE UND DIE VERTRIEBLICHEN  
HERAUSFORDERUNGEN VON DIGITALEN  
INNOVATIONEN**

Andreas Jamm

CEO

Boldly Go Industries GmbH

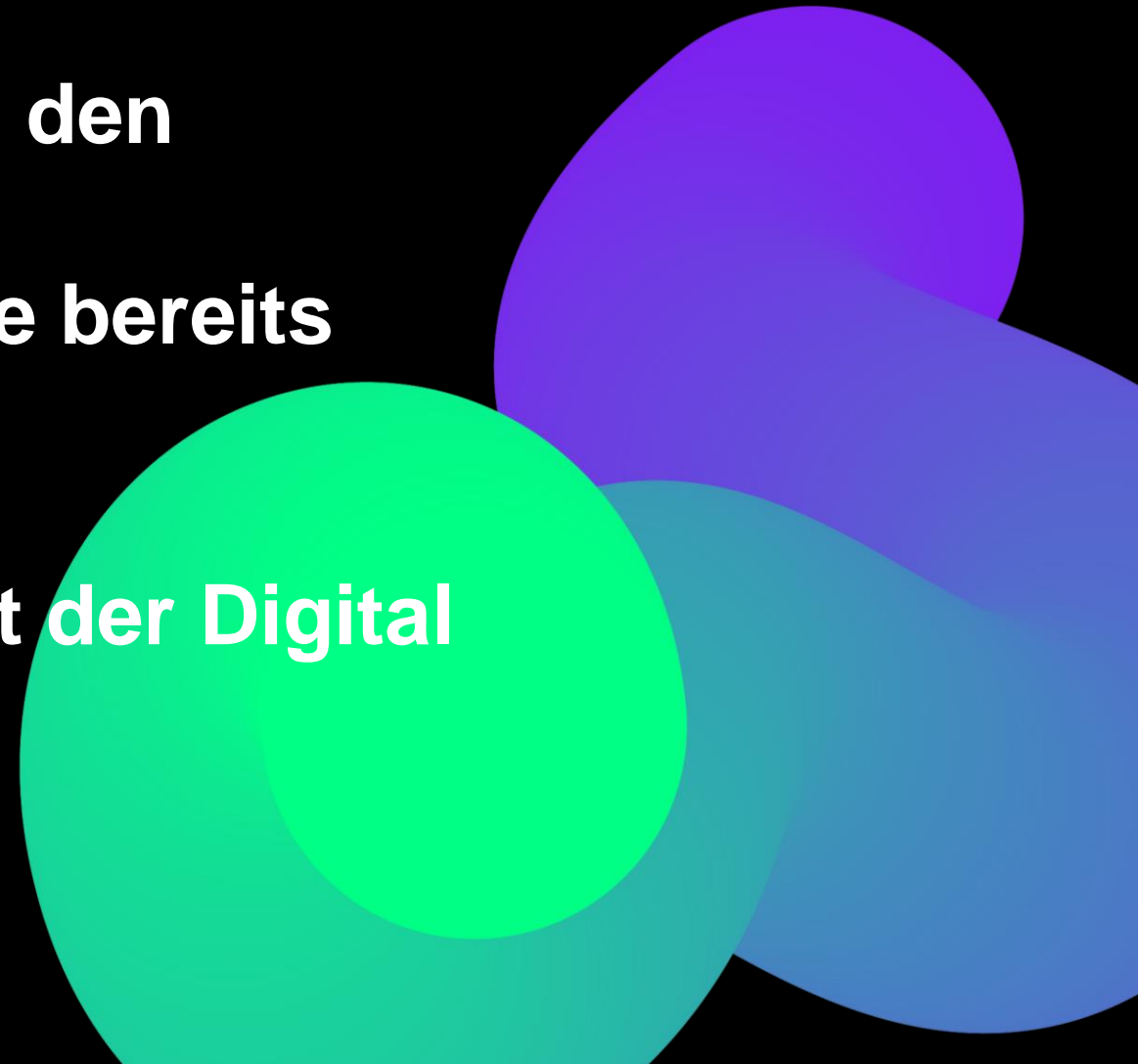
- 1. Intro, Vorstellung und Erwartungen**
- 2. Produkt- und Lösungsverkauf: Smart Services/Praxisbeispiele**
- 3. Fokus Nutzerzentrierung**
- 4. Digitale Geschäftsmodelle & Monetarisierung**
- Kaffeepause**
- 5. Co-creation, Agilität und Ökosysteme**
- 6. Vorgehensmodelle: Von Design Thinking bis MVP**
- 7. Abschlussrunde**

**Wer ist heute mit dabei?**

**Was sind Ihre Erwartungen an den heutigen Tag?**

**Welche Erfahrungen haben Sie bereits gesammelt?**

**Welche Herausforderungen hat der Digital Sales Manager?**



# Ziele der heutigen Schulung

- › Verständnis über Innovationen, Plattformökonomie, digitale Produkte und Digitalisierungstrends erlangen
- › Denkansätze & Methoden kennenlernen, die zu einem besseren Verständnis der Kundenpotenziale verhelfen und systematisch in Ko-Kreation mit dem Kunden Lösungen herbeiführen, um digitale Produkte zu vertreiben
- › In Theorie und Praxis verstehen, für welche Anwendungszwecke die vorgestellten Ansätze Ihnen behilflich sein können

## *Was erwartet Sie **nicht**?*

- › Optimierung des klassischen Vertriebs
- › Digitale Tools für den Vertrieb



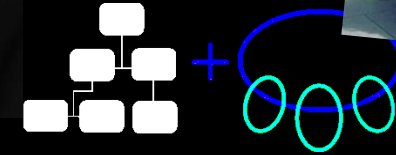
**Was bieten die Methoden?** Ein Rahmenwerk für Kundenverständnis, geführte Entwicklung digitaler Produkte, und erfolgreichen Vertrieb in der digitalisierten Welt



**Was bieten sie nicht?** Keine magische Formel für Innovation → Die richtigen Menschen einzubeziehen und den passenden Rahmen zu wählen ist genauso wichtig wie der Prozess!



# BOLDLY GO INDUSTRIES



- Studium der Informatik
- Mehrjährige Erfahrung in einer internationalen Managementberatung
- 2001 Gründung einer SAP/IT-Beratung
- Speaker auf Fachveranstaltungen und Kongressen
- Experte und Autor in Fachmedien, wie CIO Magazine, COMPUTERWOCHE, Next Industry uvm.

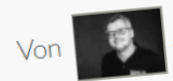
**Andreas Jamm**  
CEO Boldly Go Industries



Hack to Solution

## Was ist ein Hack2Sol

25.10.2018



Von **Andreas Jamm (Experte)**



**Prof. Syska: Illusion 4.0 - Deutschlands naiver Traum von der smarten Fabrik**

Es braucht ein größeres Gesamtbild, das auch die gesellschaftlichen Implikationen, aber vor allem die Kunden und die Mitarbeiter und die Wertschöpfung für sie und durch sie einbezieht.



**BOLDLY GO  
INDUSTRIES**

**INNOVATE  
DESIGN  
TRANSFORM**

**Unsere Mission:**

**BOLDLY GO WHERE NO MAN HAS GONE BEFORE**

Als Digitale Experten kombinieren wir Innovationskompetenz mit digitaler

Umsetzungsexpertise, um Sie und Ihr Unternehmen fit für die Zukunft

zu machen. Wir wollen Sie motivieren, inspirieren und befähigen, in der

digitalen Welt den Überblick zu behalten und stetig wandlungsfähig zu sein.

# Unsere Erfahrung in digitaler Lösungskonzeption und -realisierung

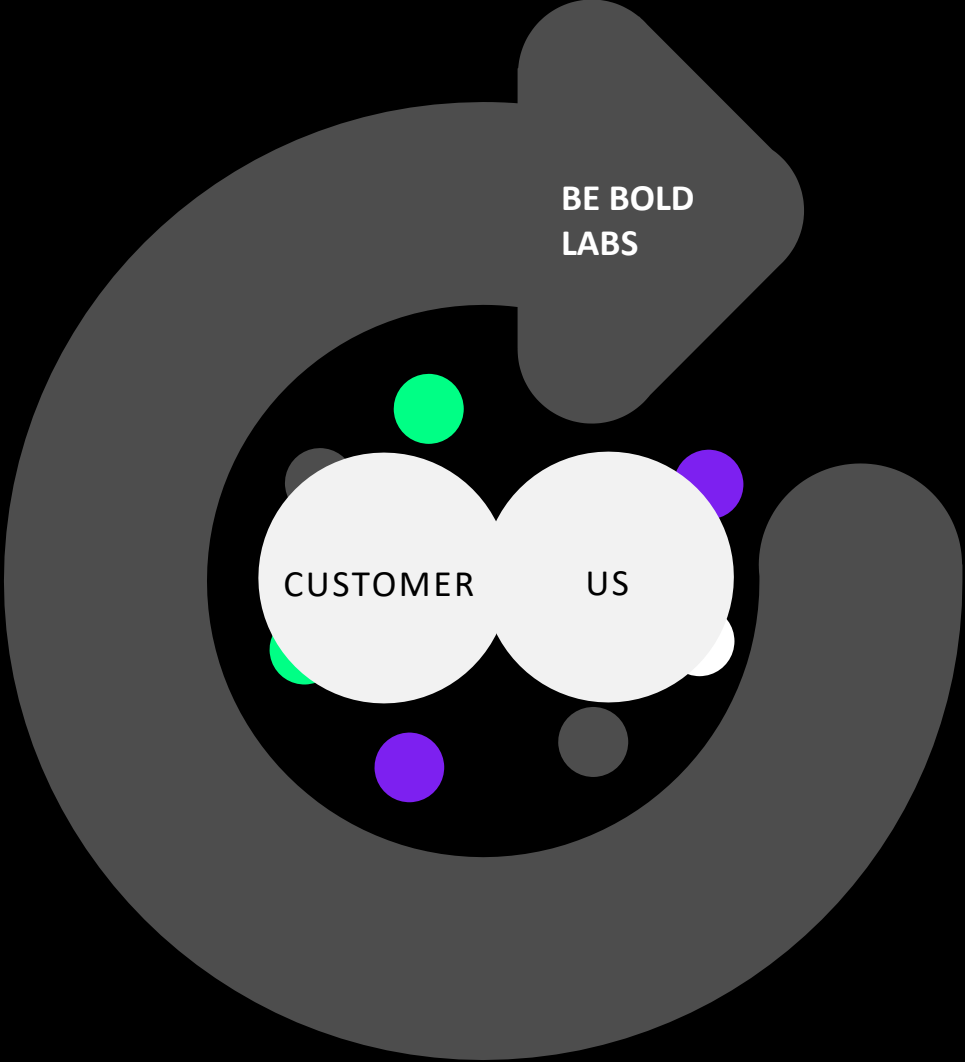
## Auszug relevanter Kundenreferenzen:

 <p>Endress+Hauser People for Process Automation</p>	 <p>Volkswagen</p>	 <p>SAP</p>	 <p>ruhr gas</p>	 <p>randstad</p>	 <p>Audi</p>
 <p>ROHDE &amp; SCHWARZ</p>	 <p>EnBW</p>	 <p>KOSTAL</p>	 <p>HOFFMANN Maschinen- und Apparatebau GmbH A PRODUCT OF QUALITY</p>	 <p>Allianz</p>	 <p>BOSS HUGO BOSS</p>
 <p>BHW</p>	 <p>BASF The Chemical Company</p>	 <p>infineon</p>	 <p>WACKER</p>	 <p>BwFuhrparkService</p>	 <p>REWE</p>
 <p>KAMAX</p>	 <p>SIEMENS</p>	 <p>ZF</p>	 <p>E.ON</p>	 <p>Mainova</p>	 <p>envia M</p>
 <p>STIHL</p>	 <p>Vaillant</p>	 <p>ELOPAK Together we make packaging work</p>	 <p>brose Technik für Automobile</p>	 <p>VETTER</p>	 <p>BIG direkt gesund</p>



**STRATEGY  
& INNOVATION**

**TECHNOLOGY**



**USER  
EXPERIENCE &  
HUMAN-CENTERED  
DESIGN**

**DATA SCIENCE**

1. Intro, Vorstellung und Erwartungen
  2. **Produkt- und Lösungsverkauf: Smart Services**
  3. Fokus Nutzerzentrierung
  4. Digitale Geschäftsmodelle & Monetarisierung
  5. Co-creation, Agilität und Ökosysteme
1. Vorgehensmodelle: Von Design Thinking bis MVP
  2. Abschlussrunde

# Was ist ein Smart Service?

## **Definition Wikipedia**

Der Begriff Smart Service (Pl. Smart Services, dt.: Intelligenter Service) beschreibt die am weitesten entwickelte Stufe datenbasierter, digitaler Dienstleistungsangebote. Sie werden durch Dienstleister für Kunden erbracht, die sogenannte Smart Products nutzen (d. h. mit Sensorik ausgestattete, technische Objekte, die Daten aufnehmen und weitergeben können, weil sie mit Software gesteuert und mit einem Netzwerk, z. B. dem Internet, verbunden sind).

## **Aktuelle Verbreitung von Smart Services**

Bislang scheitern viele Smart Services aufgrund eines mangelnden Mehrwertes, den sie für die Kunden oder die Unternehmen bieten – oftmals ist bereits innerhalb eines Jahres nach Markteinführung klar, dass der Smart Service keinen Bestand hat. Weil Kunden und Auftraggeber nicht ausreichend in die Entwicklung mit einbezogen werden, werden die Services regelrecht am Kundenwunsch vorbei entwickelt, was das spätere Scheitern begünstigt.



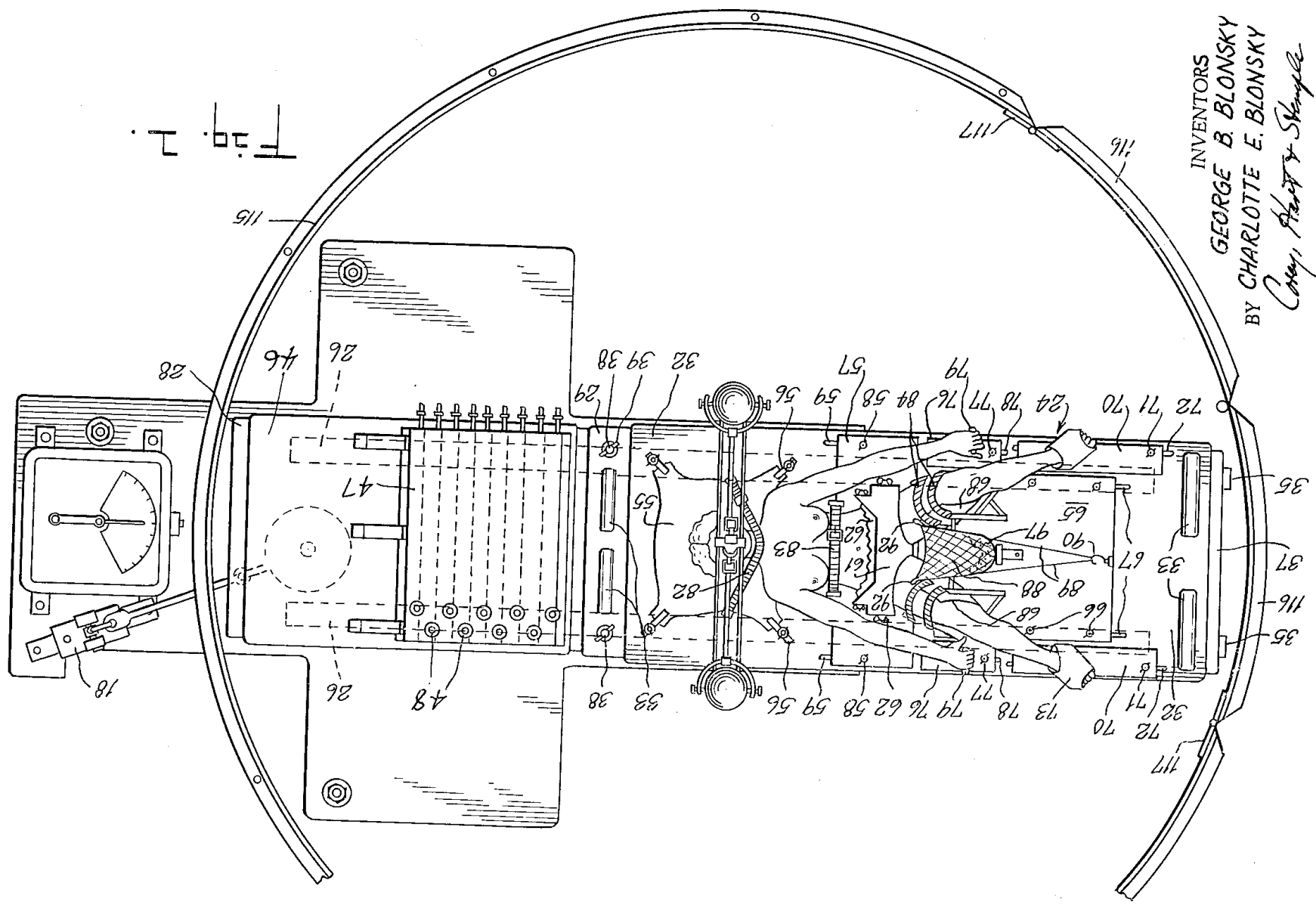
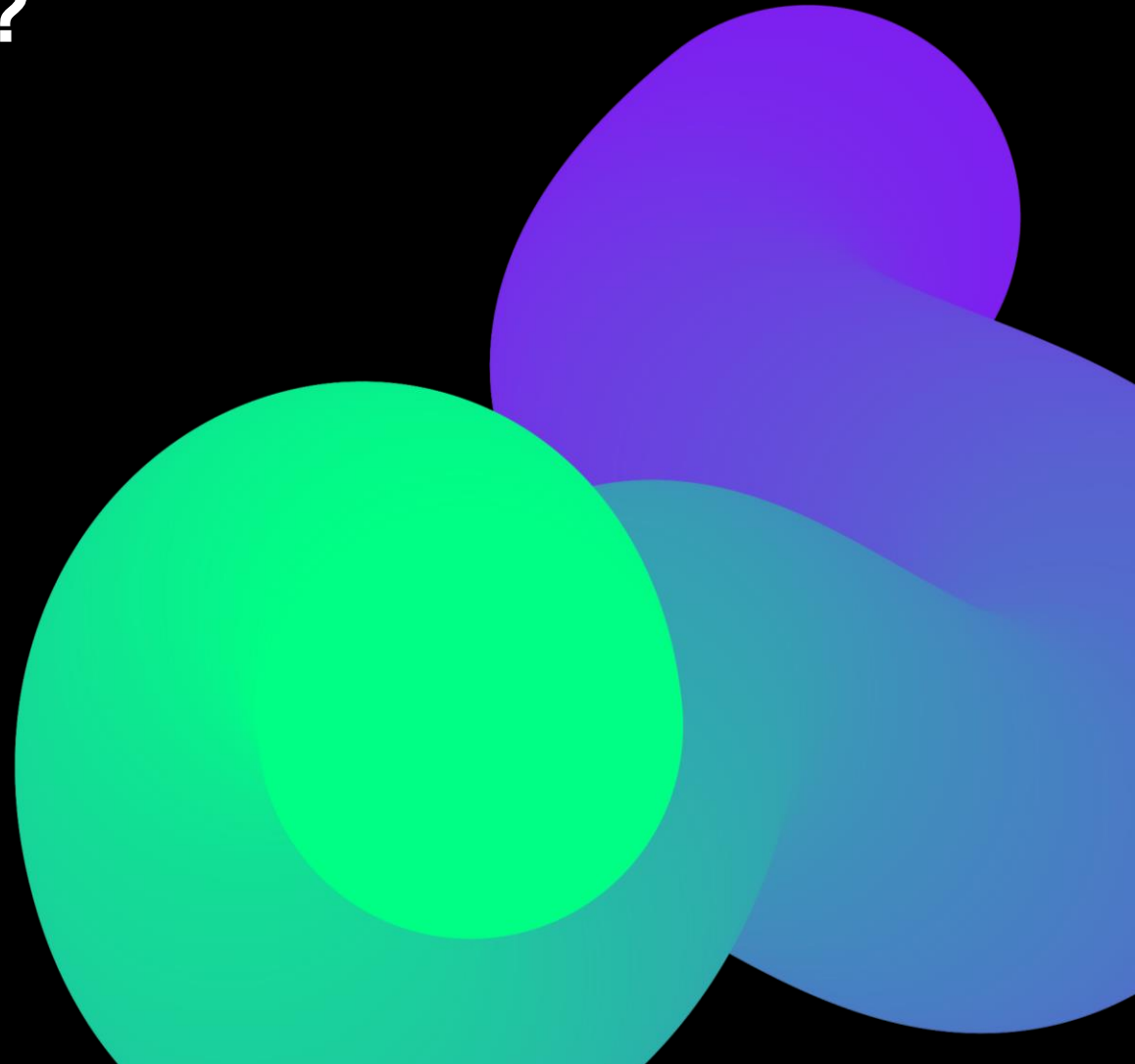


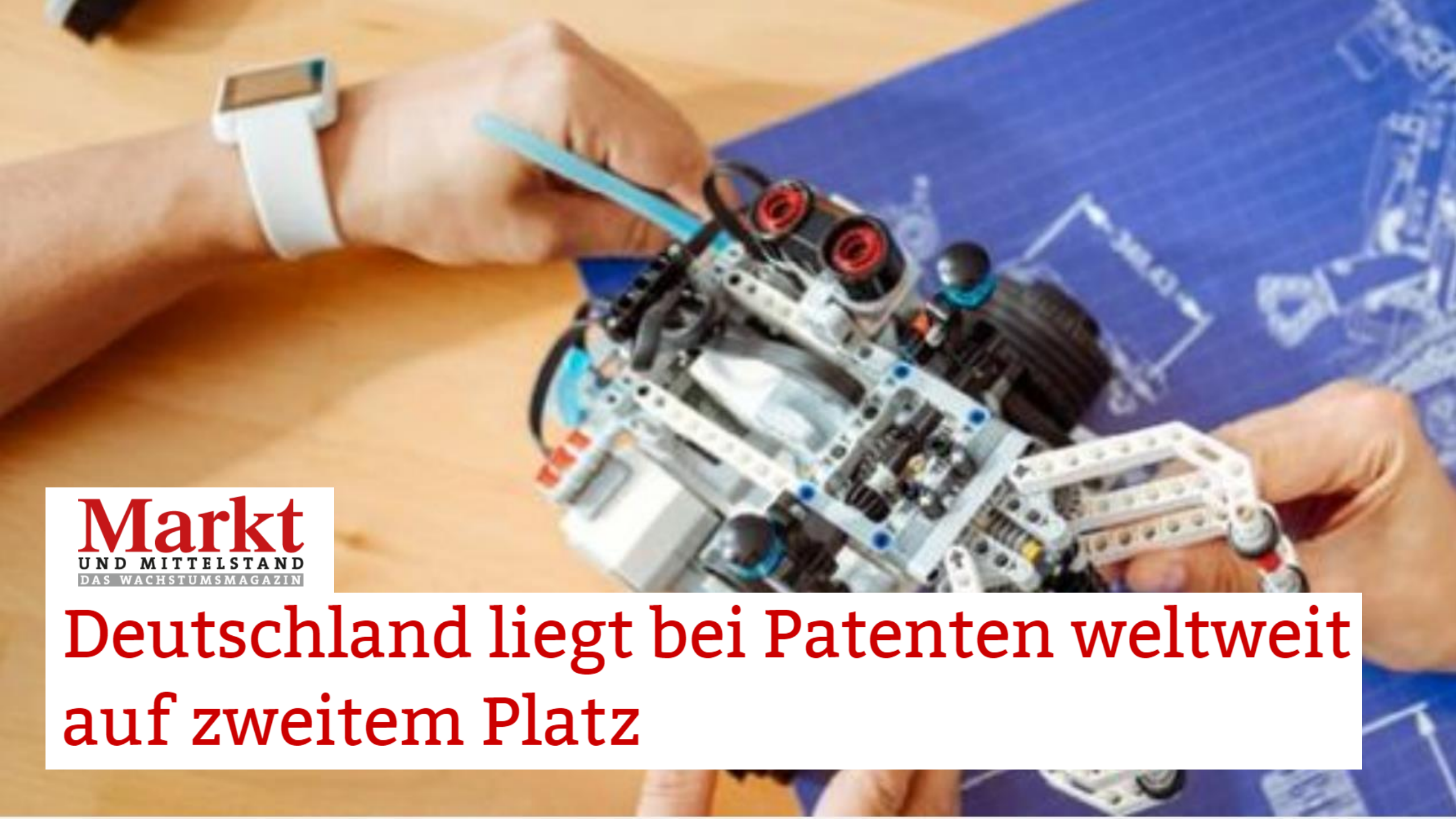
Fig. 2.

INVENTORS  
**GEORGE B. BLONSKY**  
 BY **CHARLOTTE E. BLONSKY**  
*Clay, Hunt & Stemple*  
 ATTORNEYS

# Was ist eine Erfindung/Patent?



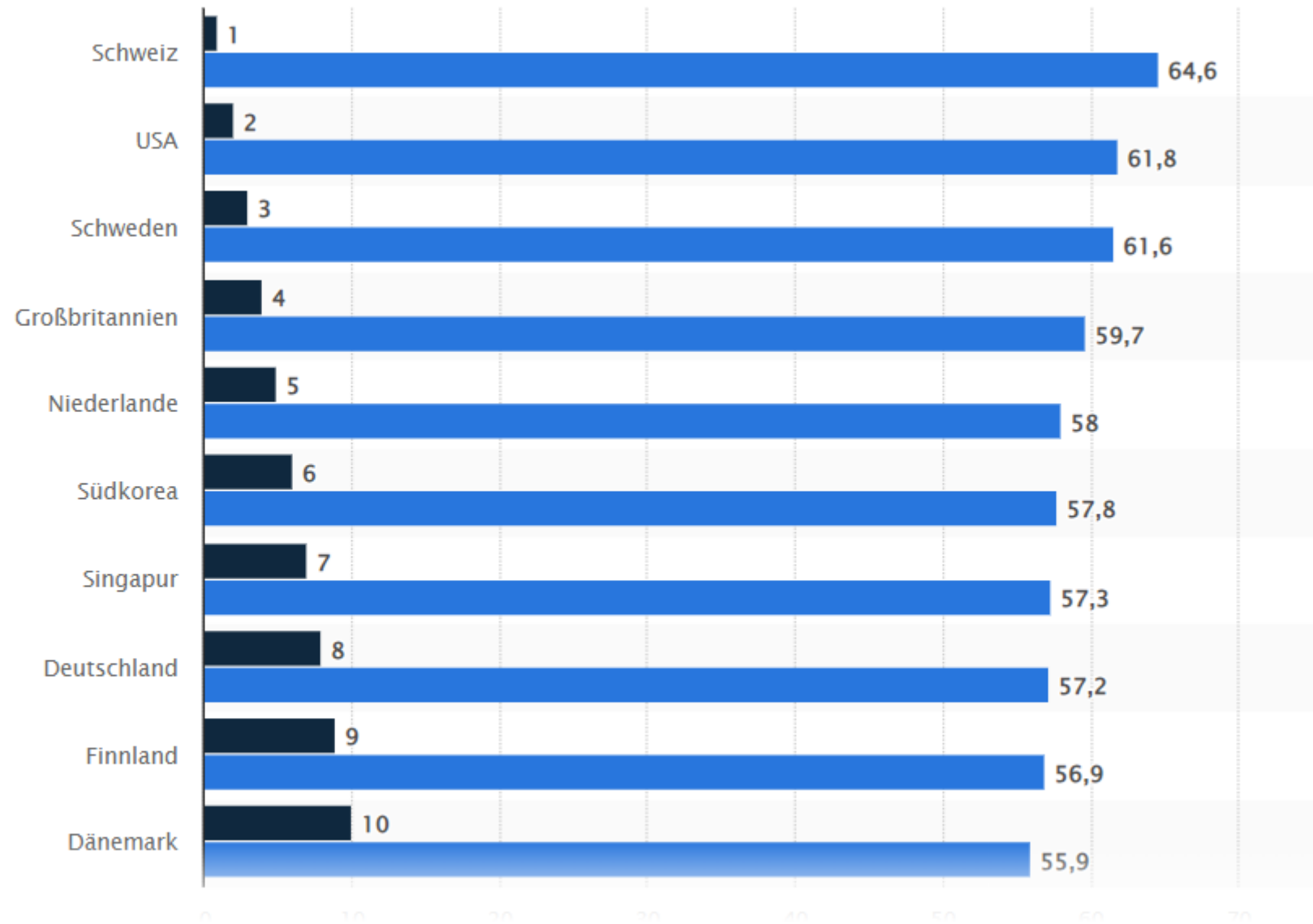




**Markt**  
UND MITTELSTAND  
DAS WACHSTUMSMAGAZIN

**Deutschland liegt bei Patenten weltweit auf zweitem Platz**

# Ranking der 10 innovativsten Länder weltweit nach dem Global Innovation Index 2022



## Die sieben Indikatoren für Innovation des Bloomberg-Rankings

- **Ausgaben für F&E**

Gesamtausgaben für Forschung und Entwicklung (F&E) eines Jahres, bezogen auf das Bruttoinlandsprodukt (BIP).

- **Wertschöpfung**

Produzierte Güter, die zum Export und nationalen Wirtschaftswachstum beitragen (Anteilmäßig am BIP und pro Kopf)

- **Produktivität**

Gesamtproduktivität der arbeitsfähigen Bevölkerung (Bruttoinlandsprodukt pro Person)

- **Hightech**

Anzahl der inländischen Hightech-Aktiengesellschaften, bezogen auf die Anzahl der inländischen Aktiengesellschaften

- **Bildung (Tertiäre Effizienz)**

Einschreibungen in den höheren Bildungseinrichtungen, Grade der Bildungsabschlüsse und Anzahl der Wissenschafts- und Ingenieursabsolventen (anteilmäßig an der Gesamtbevölkerung)

- **Aktive Forschende**

Anteil an Fachleuten (bezogen auf die Bevölkerung), die gerade einer Arbeit im Bereich Forschung und Entwicklung nachgehen.

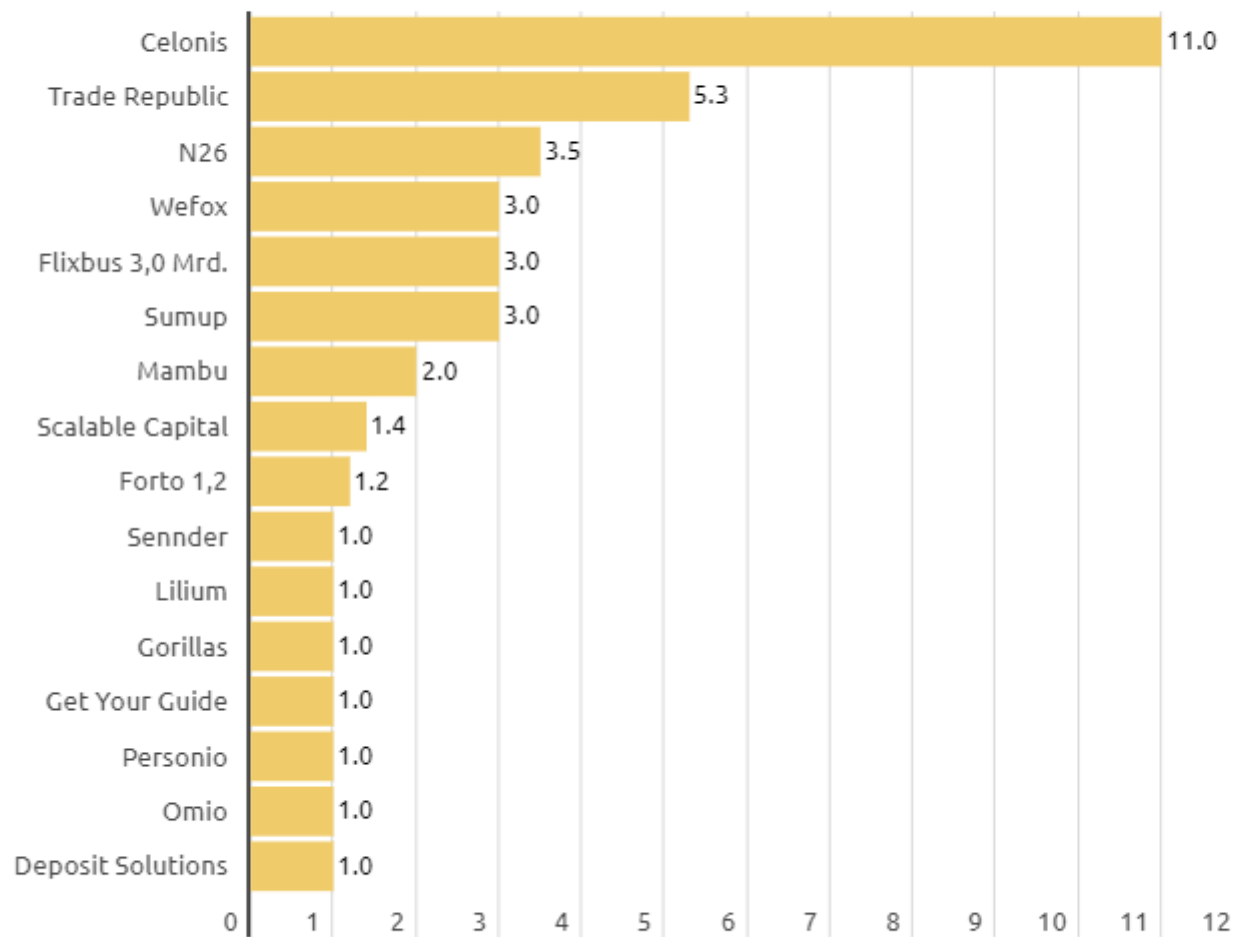
- **Patente**

Anzahl der eingereichten nationalen Patente, der gesamten Patenterteilungen, der auf die Bevölkerung normierten Patente, der auf das BIP normierten Anmeldungen und der gewährten Zuschüsse.

**Patent = Innovation  
= Erfolg?**

**Deutschland** beheimatet keines der wertvollsten **Einhörner** und muss im internationalen Wettbewerb stark nachziehen. Denn von den aktuell rund 700 **Einhörnern** weltweit **kommen** 371 Unicorns aus den USA, 220 aus China und gerade einmal 18 aus **Deutschland**. 30.09.2020

## Deutsche Milliarden-Start-ups und ihr Wert in Mrd. US-Dollar



Quelle: Dealroom.co, Pitchbook und eigene Recherche, Stand: 30.06.21

## **Wikipedia**

**Eine Invention (Erfindung) ist noch keine Innovation.**

**Inventionen umfassen neue Ideen bis einschließlich  
Prototypenbau beziehungsweise konkreter  
Konzeptentwicklung in der vormarktlichen Phase.**

Jahrgang 2021 ▼

Projekte ▼



**Plankpad**



**Monitor Halterungen**



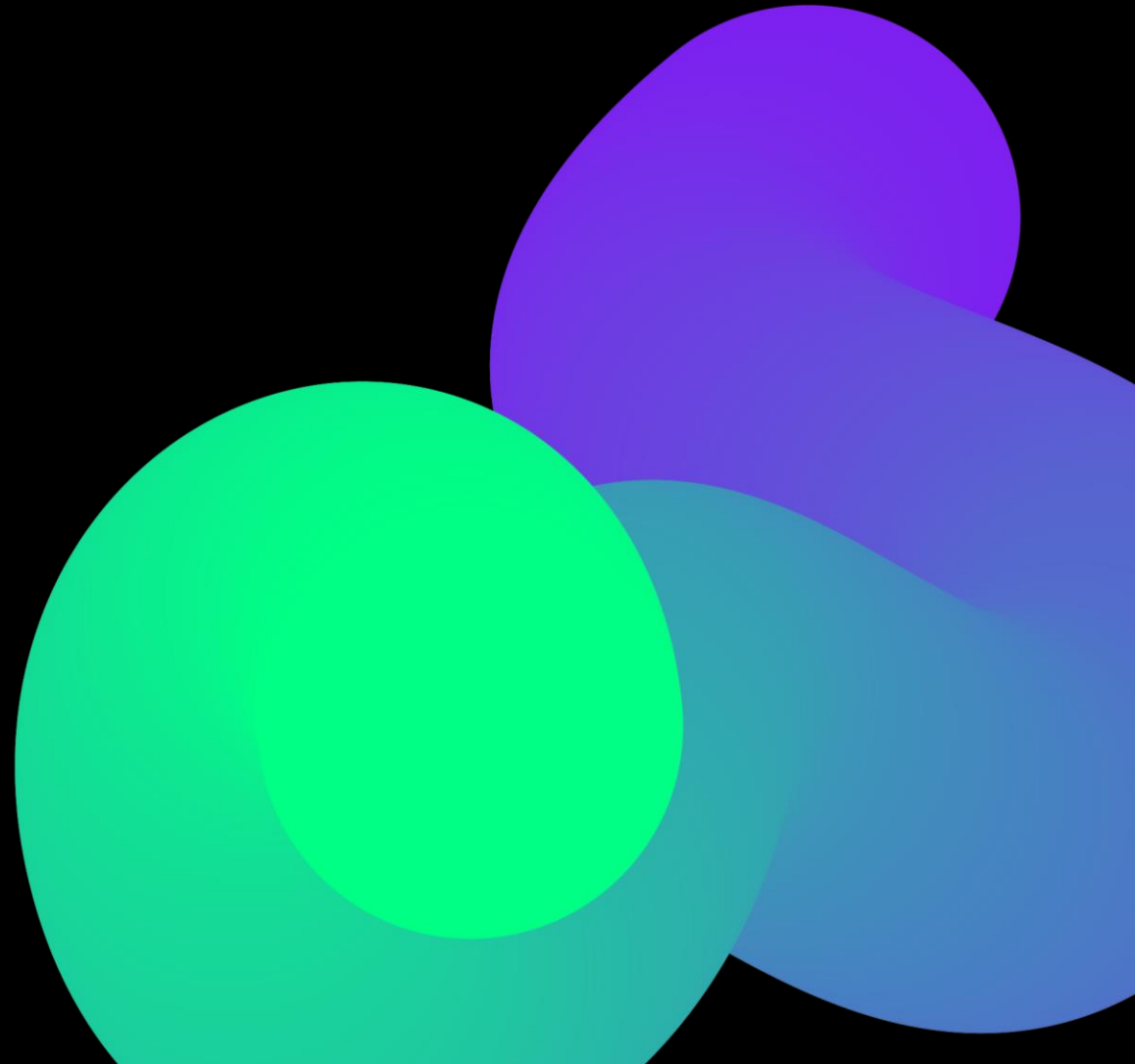
**Der erste TWO-LEVEL-WASHER  
der Welt**



**BOLDLY GO  
INDUSTRIES**

**INNOVATE  
DESIGN  
TRANSFORM**

**Was ist nun eine Innovation?**



**Wir verwechseln oft Innovation mit Erfindung**



**„Nur der Erste steht für Innovation“**

Adidas-Vorstand Roland Auschel

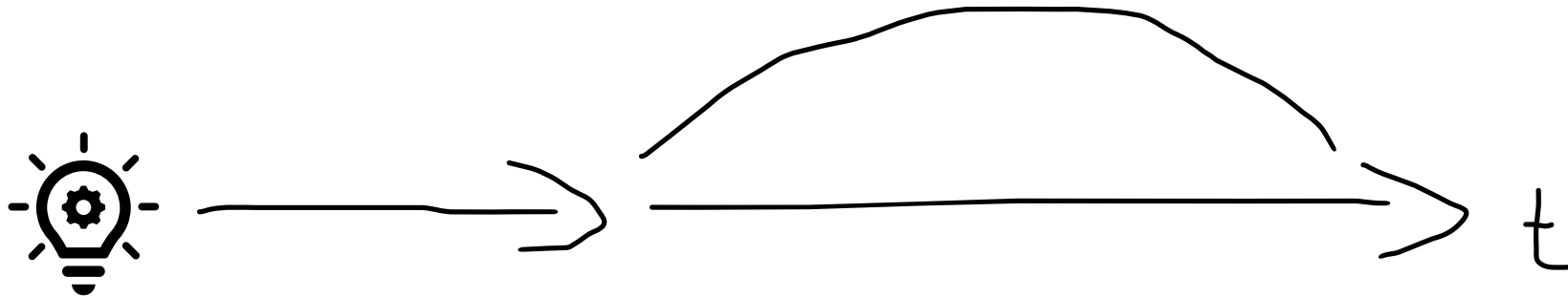
## **Wikipedia**

**Von Innovation kann erst gesprochen werden, wenn ihre Nützlichkeit erkannt und ein Produkt, Produktionsprozess oder ein Geschäftsmodell entsprechend neu eingeführt oder verändert wird. Dabei kann es sein, dass der Nutzen oder Wert einer Innovation erst nach einer langen Phase entdeckt wird.**

# Was ist Innovation?

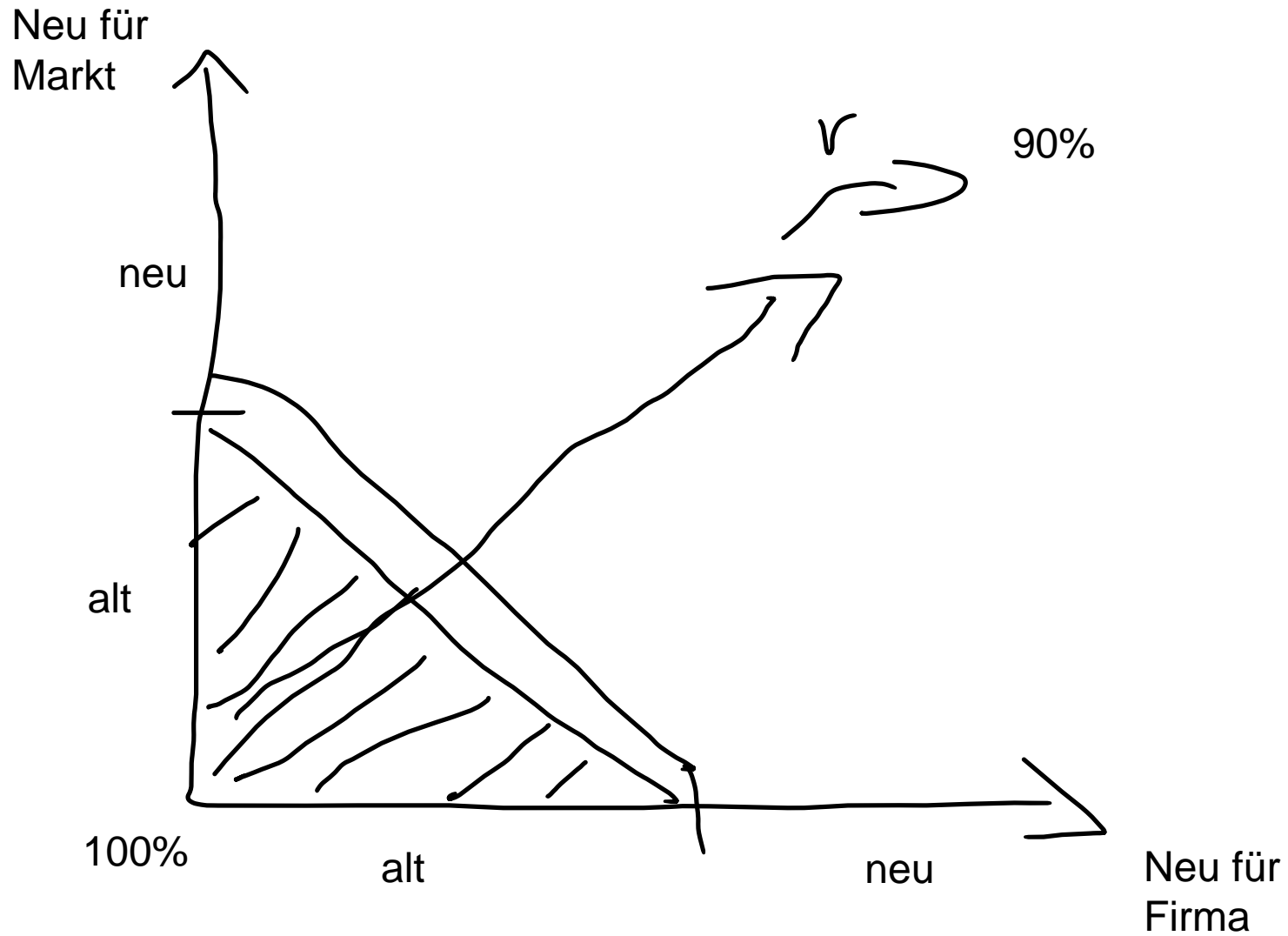
3 Elemente

- Idee
- Fachlich Neues
- Produkt muss zur Marktreife und Erfolg haben

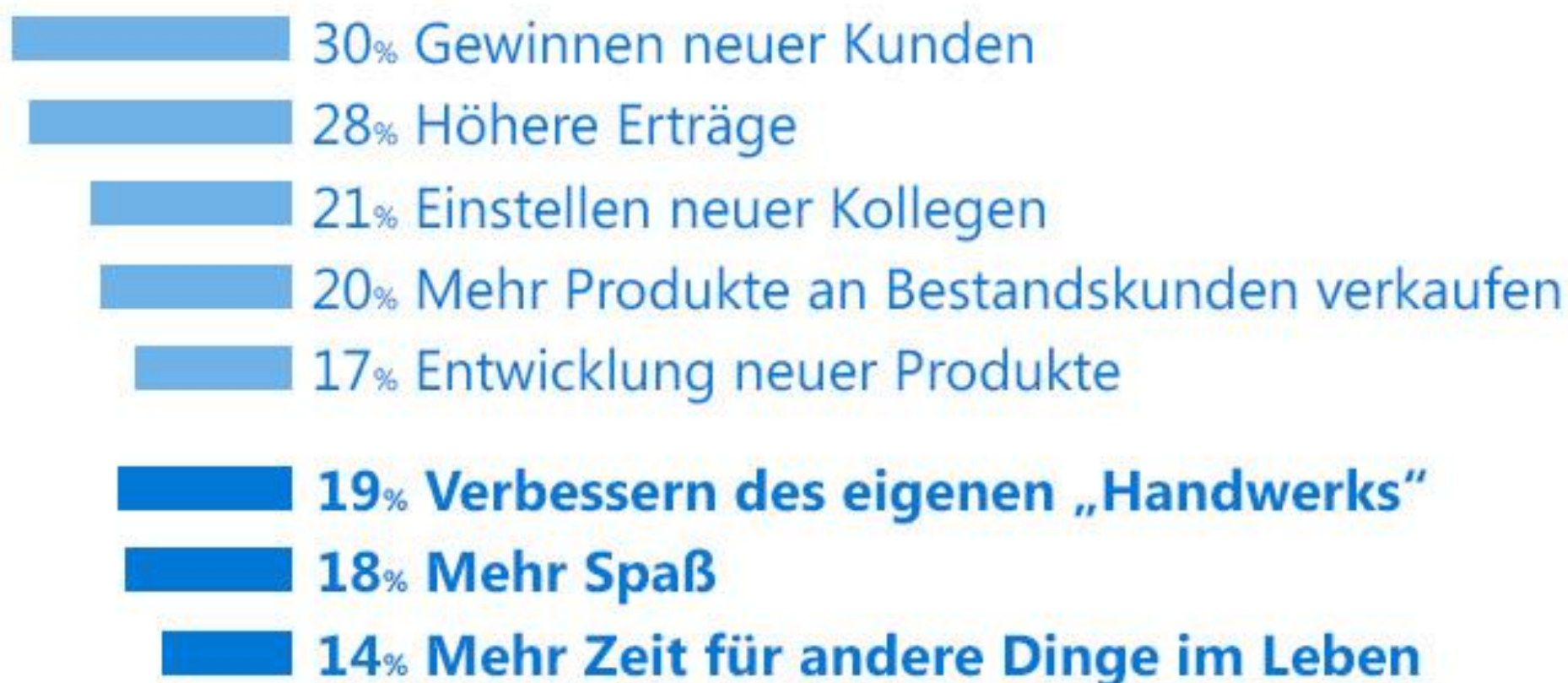


- Entlang der Kette gibt es viele Ungewissheiten
- Lernen...man macht es zum ersten Mal

# Was ist Innovation?



# Was bedeutet Wachstum im Mittelstand?

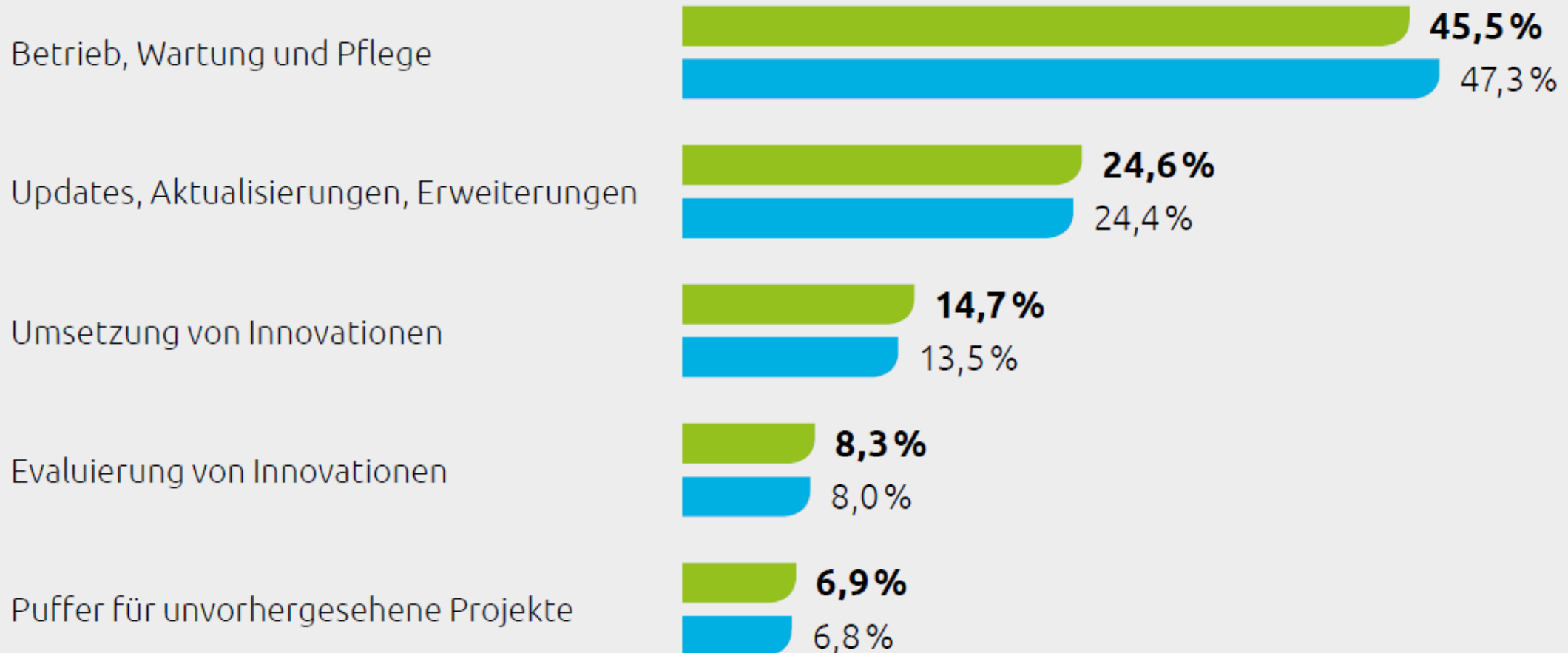


Losgröße: 1.000 deutsche KMUs, Mehrfachnennungen möglich





## Verwendung des IT-Budgets

Wie verteilt sich das IT-Budget (für Hardware, Software, Services etc.) auf die folgenden Bereiche?



Basis: Alle Befragten (2018: n = 86, 2017: n = 114), Mittelwerte

 **Studie 2018**  
 **Studie 2017**



**Ist das so schlimm, dass wir den Fokus nicht auf „richtige“ Innovationen legen?**










HARVARD BUSINESS SCHOOL PRESS

# The Innovator's Dilemma

When New Technologies Cause Great Firms to Fail

CLAYTON M. CHRISTENSEN



A photograph of Ferdinand Piëch, former CEO of Audi, in a dark suit and red tie, inspecting the front of a silver Audi car. He is pointing at the hood with his right hand. The car's front grille with the Audi logo and the headlight are visible. Several small green markers are placed on the car's body panels. The background is dark, suggesting an indoor setting like a factory or showroom.

**IAA2009: Audi strebt nach immer mehr  
Perfektion**

**Ferdinand Piëch hat intern den Spitznamen Fugenferdel**

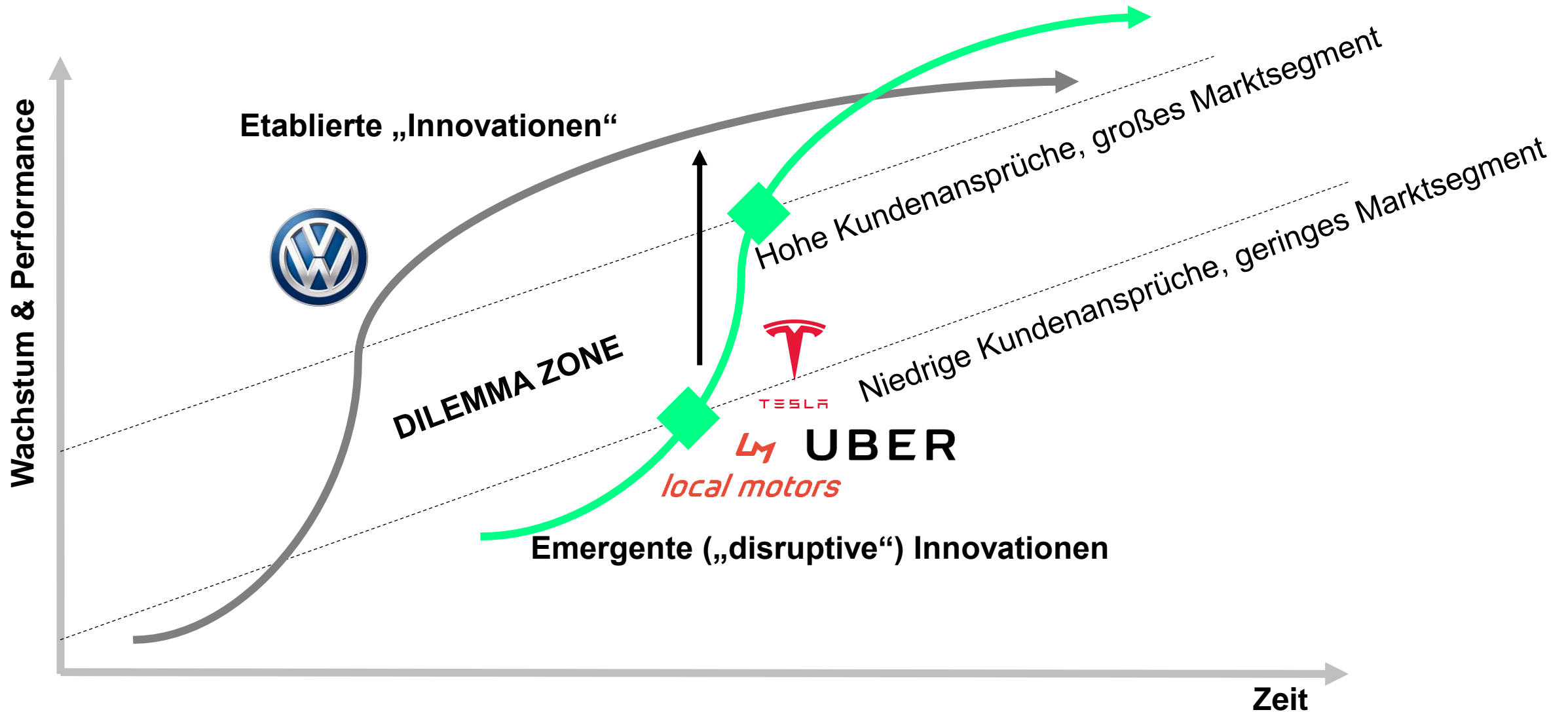
A bright yellow Tesla Roadster sports car is the central focus, shown from a front-three-quarter view. The car is sleek and aerodynamic, with a black interior visible through the open top. In the background, several men in dark suits are gathered around the car, looking at it with interest. The setting appears to be an auto show or exhibition, with a dark background and some blurred lights. A white car is partially visible in the background to the right. The overall atmosphere is one of excitement and innovation.

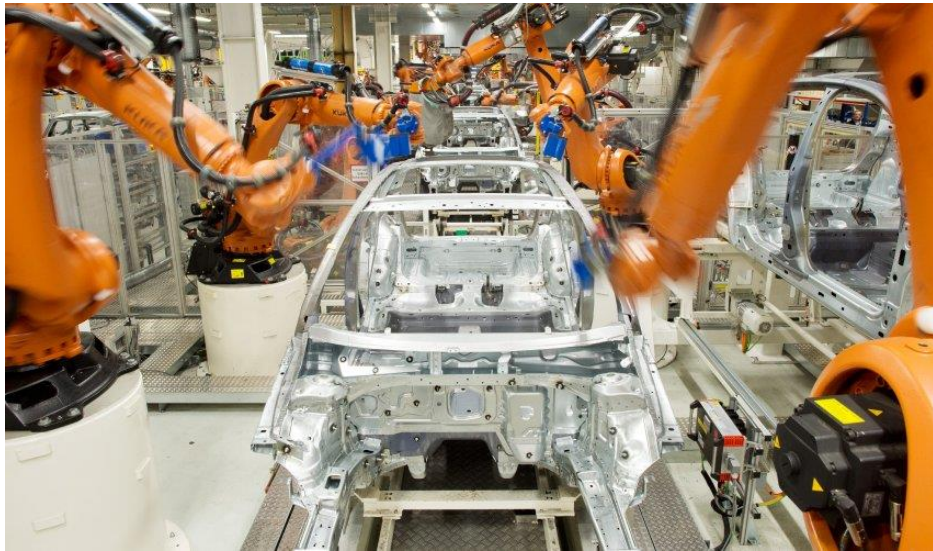
**IAA2009: Tesla startet das Zeitalter der Elektromobilität.**



**Martin Winterkorn, VW-Vorstandsvorsitzender:**  
“Öko hin oder her – unsere Kunden wollen auch  
in Zukunft schließlich kein Verzichtsauto  
kaufen.” [Becker, Joachim, Zukunft aus der  
Dose, in SZ 30.3.2009]

# Disruptive Innovation & das *Innovator`s Dilemma* (Clayton M. Christensen)





## Inkrementelle Optimierung



Kosteneffizienz durch  
Automatisierung

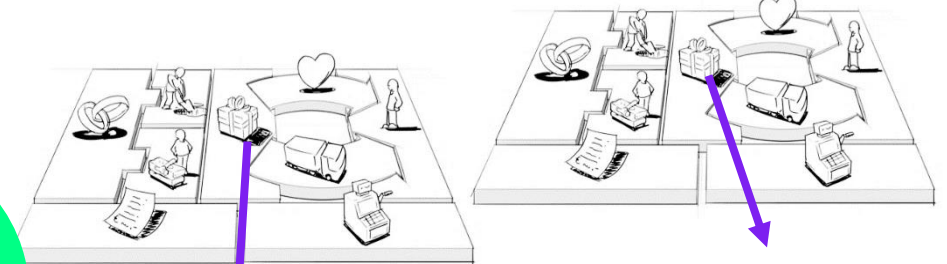
→ 5-Jahres Planung, Forecasts & Budgets!!!

## DISRUPTIONEN

Technologien



## Neue Geschäftsmodelle



Neue  
Wettbewerber

Nutzenhypothese X  
Nutzenhypothese Y  
... Z

1. Früh am Markt testen, testen, testen...



2. Planung, Forecasts & Budgets



Jeep



# Unsere Auto-Abo Angebote

Profitieren Sie von unseren Top-Angeboten und erleben Sie die neue mobile Freiheit mit dem Stellantis &You Auto Abo.

Aktionsfahrzeug

-8.7%

Neuheit

Neuer DS 4



ab **599 €**

pro Monat inkl. MwSt.

🕒 Verfügbarkeit: 0 bis 2 Wochen



Das Besondere am **Stellantis &You Auto Abo** ist unser **bundesweites Niederlassungsnetz mit 35 Standorten**. Damit stehen Ihnen beim Stellantis &You Auto Abo persönliche Kundenberater und Servicestationen zur Verfügung, die Ihre Anfrage zeitnah bearbeiten, Details und Wünsche mit Ihnen besprechen.



## In drei Schritten zum Wunschfahrzeug

- 1 Wunschfahrzeug auswählen und anfragen.
- 2 Ein Berater setzt sich mit Ihnen in Verbindung.
- 3 Abo abschließen und losfahren.

---

**Von:** M [REDACTED] <[REDACTED]@stellantis.com>

**Gesendet:** Freitag, 28. Oktober 2022 10:11

**An:** Nicole Jamm <[nicole.jamm@boldlygo.de](mailto:nicole.jamm@boldlygo.de)>

**Betreff:** Ihre Anfrage PSA Retail Auto ABO

Sehr geehrte Frau Jamm,

vielen Dank für Ihre Anfrage,  
was kann ich für Sie tun?

Mit freundlichen Grüßen / Cordiali saluti / Meilleures salutations / Best regards



N [REDACTED]

Auto ABO / Lead Management



# Bleib flexibel mit einem all-inclusive Lynk & Co 01.

Fahre ein verdammt gutes Auto, das du für immer behalten oder jederzeit zurückgeben kannst. Abonniere monatlich, leihe oder kaufe deinen Lynk & Co 01 und überlasse uns die Versicherung, Wartung und den übrigen nervigen Kram.

**BOLDLY GO  
INDUSTRIES**

**INNOVATE  
DESIGN  
TRANSFORM**

# Plattform Revolution



*Große Digitalplattformen aus den USA und China haben branchen- und länderübergreifend digitale Märkte erobert. Sie wurden so in kürzester Zeit zu den international wertvollsten Unternehmen. Angesichts dieses Wachstums und des zunehmenden Einflusses wird die 'Plattform' mittlerweile als erfolgreichstes Geschäftsmodell der Digitalwirtschaft angesehen.*

**amazon**

The Amazon logo consists of the word "amazon" in a bold, black, lowercase sans-serif font. Below the word is a curved orange arrow that starts under the letter 'a' and points to the right, ending under the letter 'n'. The arrow is thick and has a slight curve, resembling a smile.



**5 Lines of Business –  
Wie schätzen Sie den Beitrag zum  
Gesamtgewinn ein?**






## Operating Income (Loss)

Operating income (loss) by segment is as follows (in millions):

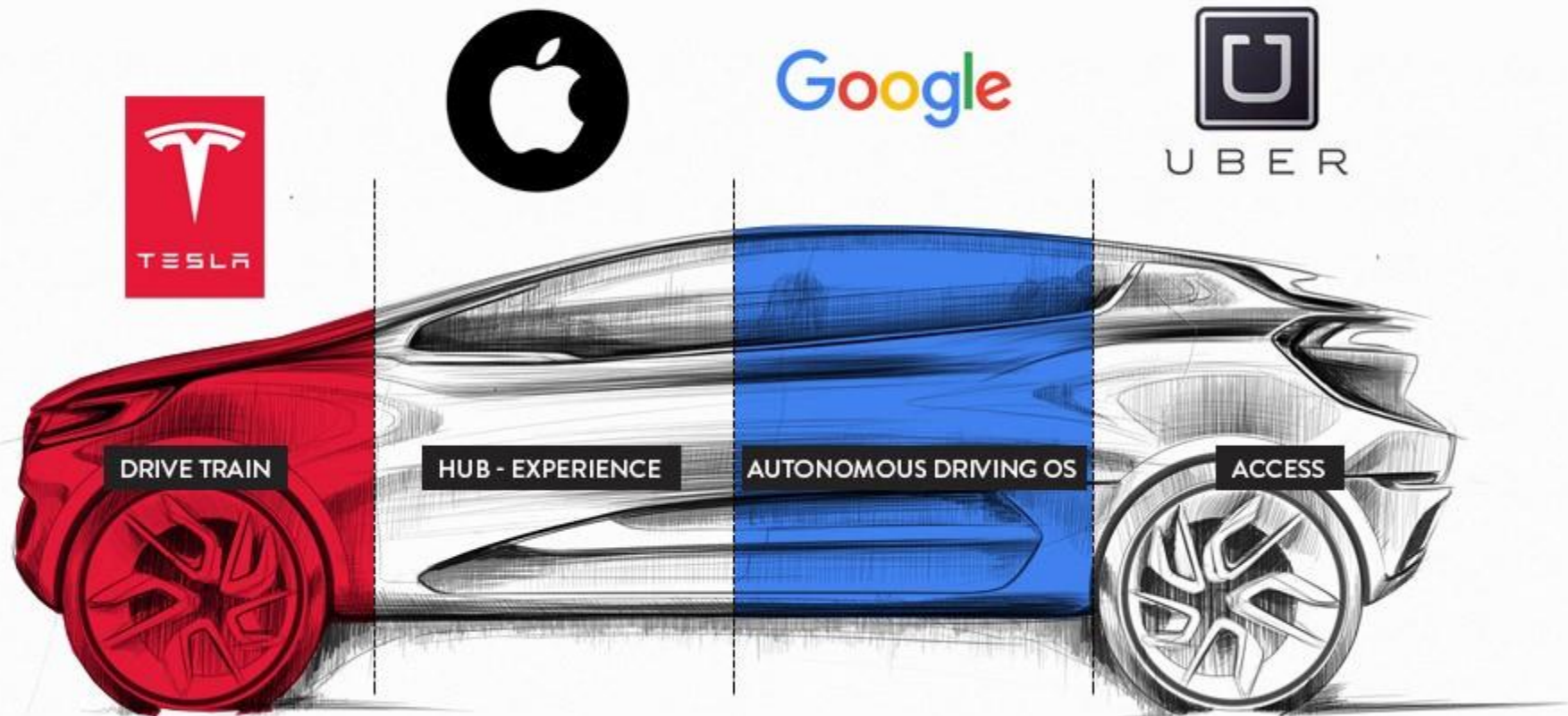
	Year Ended December 31,	
	2018	2019
Operating Income (Loss):		
North America	\$ 7,267	\$ 7,033
International	(2,142)	(1,693)
<b>AWS</b>	<b>7,296</b>	<b>9,201</b>
<b>Consolidated</b>	<b>\$ 12,421</b>	<b>\$ 14,541</b>

## Update

 Mit einem Rekordumsatz in Höhe von rund 386,06 Milliarden US-Dollar schloss Amazon das Geschäftsjahr 2020 ab. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz des US-amerikanischen Internetkonzerns um rund 38 Prozent. Den Großteil des Umsatzes erwirtschaftete Amazon mit 236,28 Milliarden US-Dollar in [Nordamerika](#). Rund 104,41 Milliarden US-Dollar setzte das Unternehmen international um. Im Segment Amazon Web Services (AWS) belief sich der Umsatz auf rund 45,37 Milliarden US-Dollar.



**Was als Bündel von digitalen, intern gerichteten IT Services begann, macht heute den Hauptgewinn des Amazon-Konzerns aus.**





**“Smartphone auf Rädern” (>200 Sensoren, >200 Mio. Zeilen Code) – tiefere Bedeutung?**

- **Umsatz durch iPhones: Seit 2015 rückläufig**
- **Umsatz durch digitale Apple Services: 40 % Wachstum (2019-20)**

**→ Auto-OEMs bauen großflächig digitale Plattformen, Auto ist Träger**

16. März 2021, 18:11 Uhr Autoindustrie

## Software auf Rädern



**Herbert Diess will Volkswagen zum Software-Unternehmen mit Weltbedeutung umbauen. Ein aufwendiges Unterfangen für einen Konzern, in dem es bisher meist um PS ging.**





**Was ist der Status im  
produzierenden Mittelstand?**



**>50 % der Einführungen von datenbasierten Dienstleistungen scheitern (THM)**

**0,7 % des Gesamtumsatzes entfallen auf im Maschinen- und Anlagenbau auf digitale Plattformen (McKinsey, VDMA)**

## **Was ist der Status im produzierenden Mittelstand?**

**41 % der Industrieunternehmen sehen in digitalen Plattformen eine Gefahr, 37 % eine Chance (Bitkom)**



**>50 % der Einführungen von datenbasierten Dienstleistungen scheitern (THM)**

**0,7 % des Gesamtumsatzes entfallen auf im Maschinen- und Anlagenbau auf digitale Plattformen (McKinsey, VDMA)**

**Zweistellige Wachstumsraten für digitale Plattformen und Dienstleistungen in der Industrie erwartet (McKinsey, VDMA)**

**41 % der Industrieunternehmen sehen in digitalen Plattformen eine Gefahr, 37 % eine Chance (Bitkom)**

- Der produzierende Mittelstand agiert zeitversetzt zu Plattformplayern und Konzernen
- Das Wachstumspotenzial ist für Smart Services größer als in allen anderen Bereichen
- Zukünftig werden Smart Services auch für den Vertrieb das entscheidende Thema sein




*Entwicklungsstand/Reife:  
Smart Services und digitale  
Plattformen*

Prod. Mittelstand

Automotive (OEM)

Digital-First-Konzerne

A close-up photograph of industrial machinery, likely a robotic arm or assembly line component. The scene is dominated by blue and grey cables, some bundled together, connected to various mechanical parts. The background is blurred, showing more of the factory environment. The lighting is bright and even.

**Werbung für Smart Service von deutschem Hersteller:  
Zustandsüberwachung in der Cloud**

**Kennen Sie den Zustand  
Ihrer Komponente?**





Pumpe A  
Pressure 123

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Device\_92134  
Pressure high

Device\_3452  
Temp\_95

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Device\_92136  
Temp medium

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Device\_1234  
Ok

Pumpe A  
closed

Pumpe  
open

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

Pumpe  
closed

Pumpe A  
closed

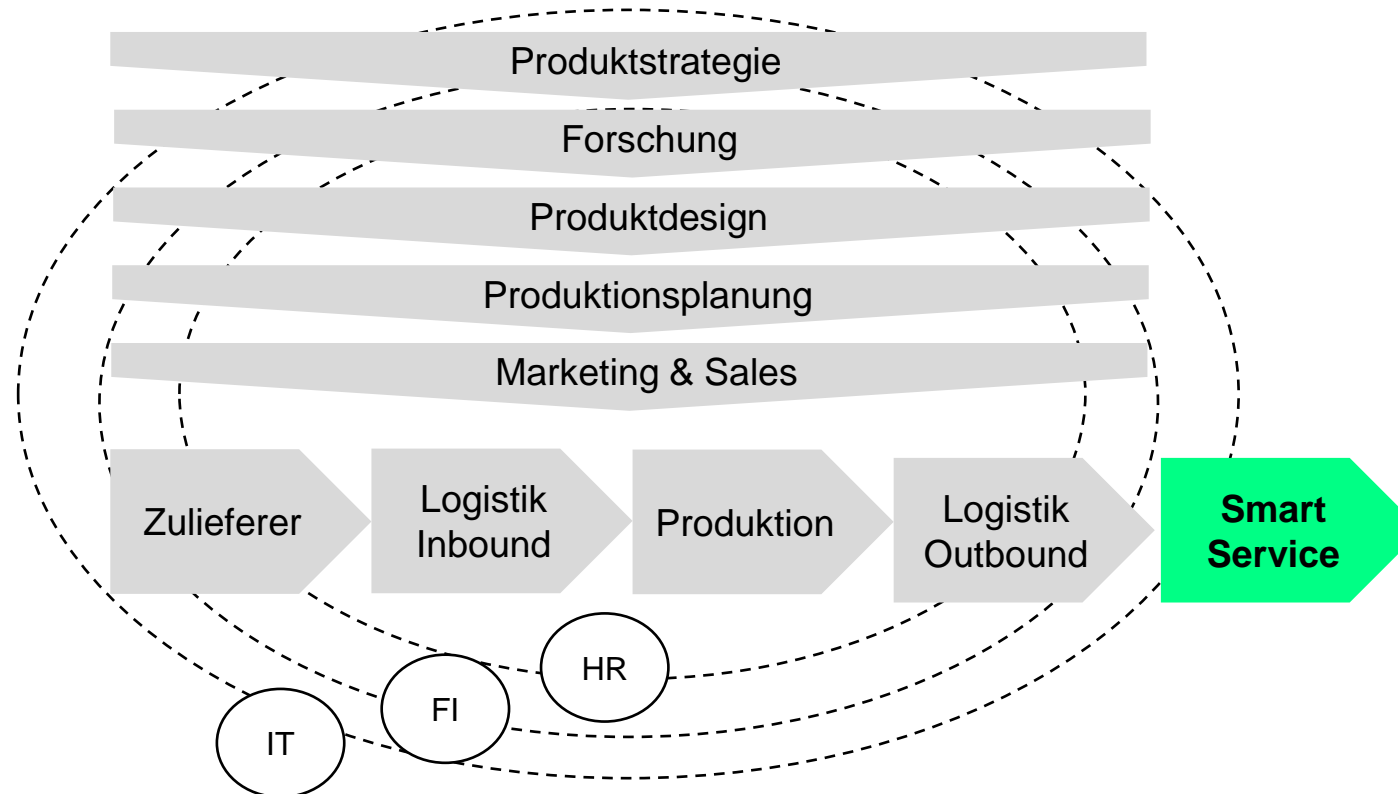
Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

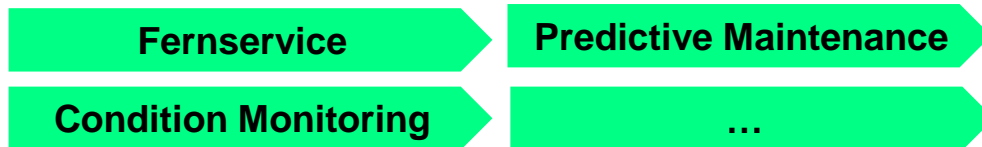
Pumpe A  
closed

Pumpe A  
closed

# Traditionelle Herangehensweise an Smart Services: Produktorientiertes Mindset, Smart Service als digitalisierter Kundendienst



**Resultierende Smart Services: Produktbezogen, digitaler Kunden-Service**



**Nicht sonderlich profitabel für Produkte „made in Germany“ mit ohnehin hohen Erwartungen an Zuverlässigkeit**



# Digital-Gipfel 2017: Endress+Hauser treibt den digitalen Wandel mit BOLDLY GO INDUSTRIES voran



Ungenutztes  
Datenpotenzial

Diagnosedaten

Prozessdaten

Stammdaten

Von ungenutztem Datenpotenzial...

# Kundenbeispiel: Internationaler Messgerätehersteller



**Smart Service:  
Compliance  
Management**

**Smart Service:  
Automatische  
Nachbestellung von  
Geräten**

**Smart Service:  
Sichere  
Gasleckdetektion**

# Hagleitner - Waschraumhygiene für die Kleinsten

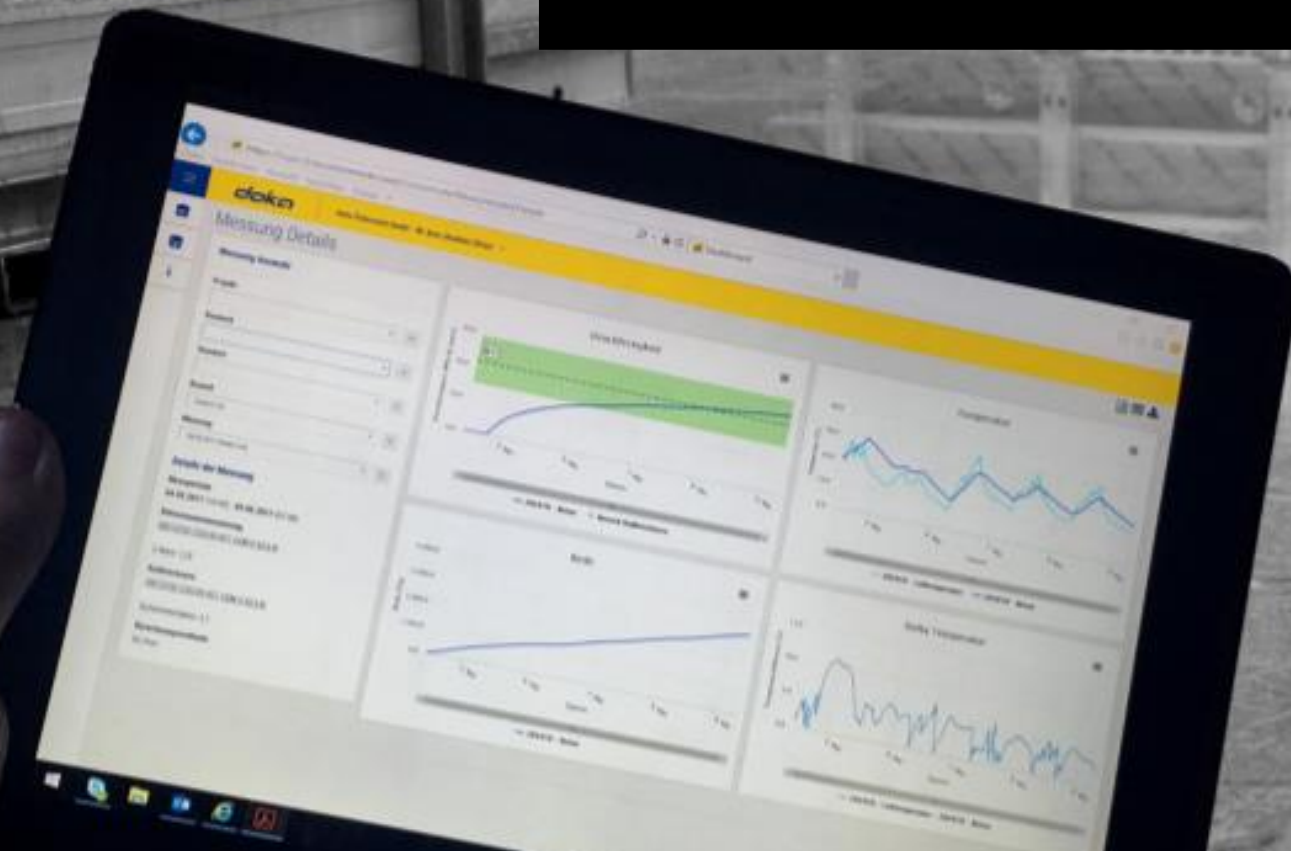


# Hagleitner – Hygiene as a Service



**Sanitär Dienstleistung mutiert zu Big Wash Room Data**

**Auch Beton ist heute intelligent**



# CONCREMOTE

Optimieren Sie Ihr Bauprojekt.

**Punktgenau.**



**Zeit sparen**



**Sicherheit  
erhöhen**



**Betonqualität  
verbessern**



**Kosten  
senken**



**Downloads**



**[login.doka.concremote.com](https://login.doka.concremote.com)**





Von reinen Produktangeboten



Zu plattformbasierten Smart Services und Produkten



# SONOS

Von reinen Produktangeboten



Zu plattformbasierten Smart Services und Produkten



amazon music

Google Play Music

DEEZER

TUNE IN

digital

ALDI life MUSIK | Napster

Apple MUSIC

Spotify

JUKE

SOUNDCLOUD

TIDAL

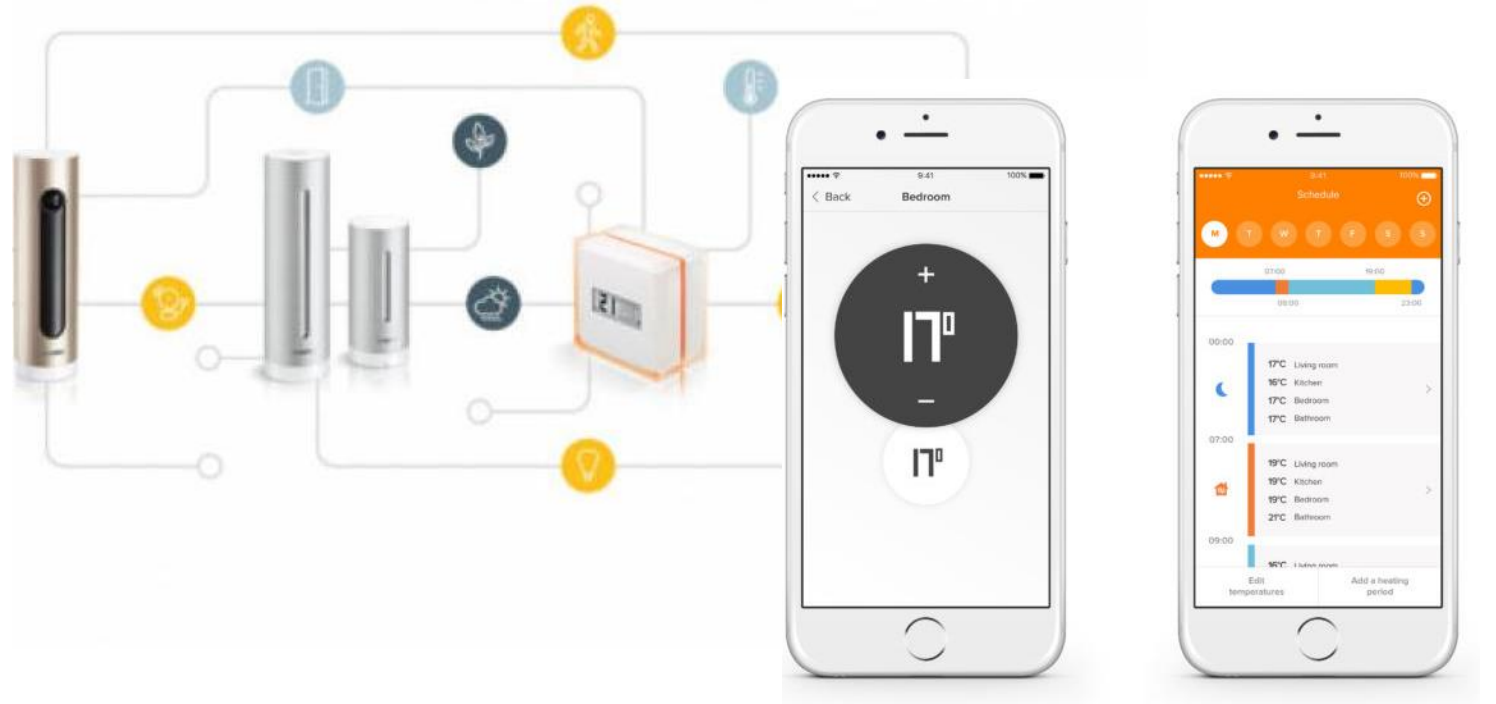
napster



# NETATMO

Von reinen Produktangeboten

Zum IoT Plattformanbieter im Bereich Smart Home



legrand®

GROUPE  
MULLER

Vaillant

VELUX®

# Smart Services gehört die Zukunft!

WERTVERSPRECHEN

Product

Product +  
Service

Smart Product

Smart Services

- › Website Technologie
- › Portale

- › IoT Sensorik
- › Apps
- › Predictive Analytics

- › Plattformtechnologie
- › Multi-Channel Vernetzung
- › Cognitive Intelligence

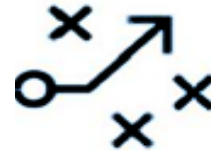
ANGEBOTSENTWICKLUNG

# Die Geschäftsmodelle von Plattformen basieren auf sechs charakteristischen Eigenschaften

**Kundenzentrierung**



**Adaptierbarkeit:  
Innovation auf der  
Plattform realisieren**



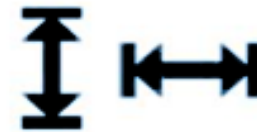
**Prognostizierbarkeit:  
Wissen nutzen**



**Aggregation:  
Lernen aus Daten**



**Exponentialität:  
Netzwerkeffekte**



**Skalierbarkeit:  
Grenzkosten gegen Null**

## **Key Learnings:**

- **Digitale/Smart Services durchdringen jede Industrie**
- **Digitale Produkte und Plattformmodelle haben die erfolgreichsten Unternehmen der Gegenwart entstehen lassen und werden in mehr und mehr Industriezweigen zum dominanten Modell**
- **Ein Smart Service ist mehr als die Verlängerung einer physischen Wertschöpfungskette – er realisiert einen ganzheitlichen Nutzen für den Abnehmer**
- **Bei der Entwicklung und beim Vertrieb von Smart Services ist der Kunde bzw. Nutzer in den Mittelpunkt zu stellen**

**BOLDLY GO  
INDUSTRIES**

**INNOVATE  
DESIGN  
TRANSFORM**

- 1. Intro, Vorstellung und Erwartungen**
- 2. Produkt- und Lösungsverkauf: Smart Services**
- 3. Fokus Nutzerzentrierung**
- 4. Digitale Geschäftsmodelle & Monetarisierung**
- 5. Co-creation, Agilität und Ökosysteme**
- 6. Vorgehensmodelle: Von Design Thinking bis MVP**
- 7. Abschlussrunde**



***Weltweit scheitern 90% der Start-Ups (Forbes),  
hauptsächlich aufgrund von Marktversagen:  
“Sie stellen Produkte her, die keiner haben  
möchte.”***

Fortune



# Ein Tag von Julia



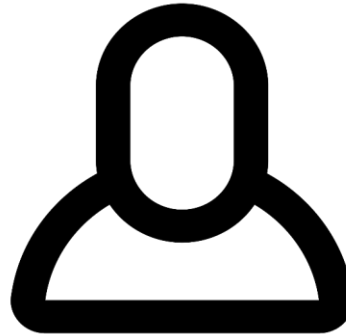
# Unser persönliches Nutzerverhalten verändert sich schon heute stark!



Der Mensch ist überall vernetzt –  
Einfachheit,  
Bequemlichkeit



Mobile Funktionalitäten und eine  
benutzerfreundliche Oberfläche  
= Basisanforderung.

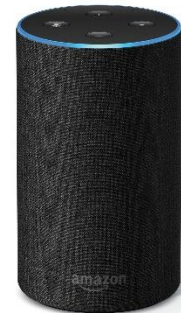


Individualisierte,  
personalisierte  
Produkte / Dienste

Schneller, effizienter,  
immer abrufbar und  
verfügbar

Transparenz, Vertrauen,  
Sicherheit

Die Nutzer sind  
verwöhnt von  
Google, Amazon und  
Co.



**User Experience: Zufriedenheit reicht nicht mehr aus! Kunden wollen begeistert werden. Erwartungen müssen übertroffen werden.**





***„Kein Kunde kauft jemals ein Erzeugnis. Er kauft immer nur das,  
was das Erzeugnis für ihn leistet.“***

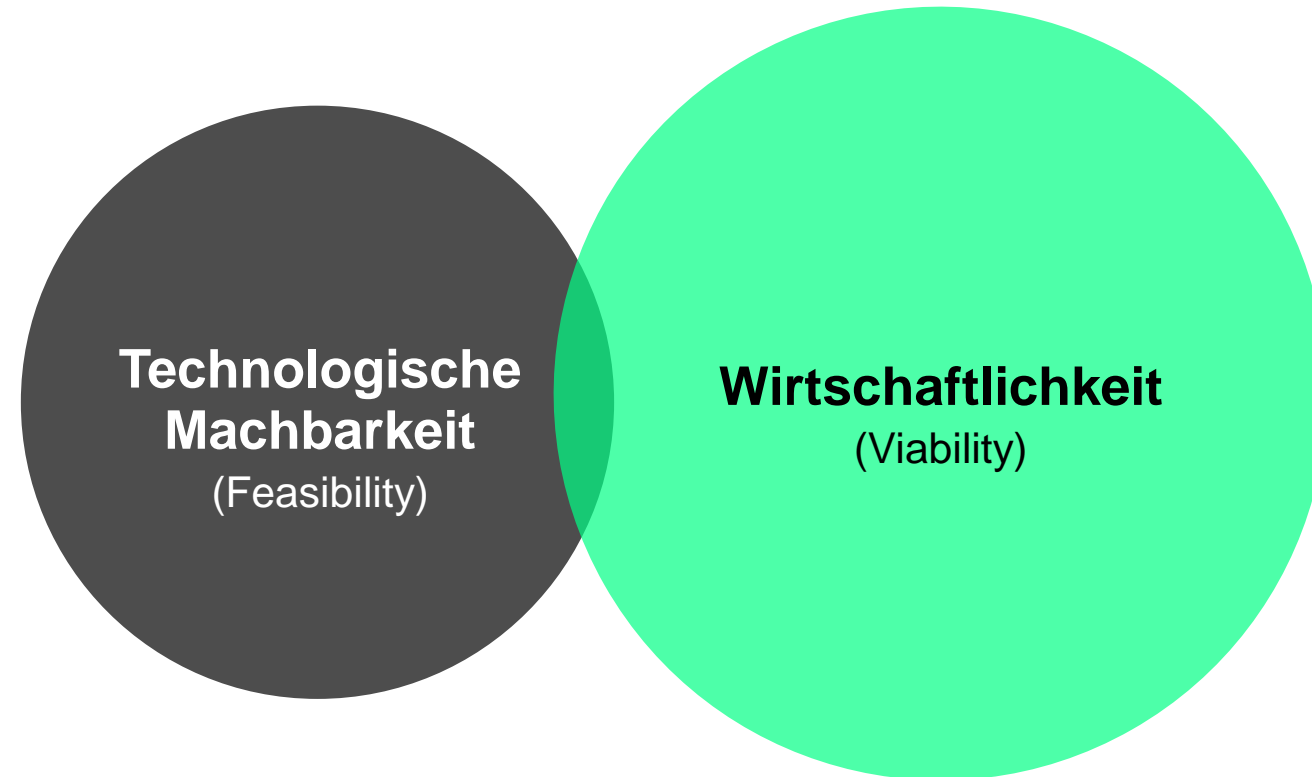
Peter Drucker



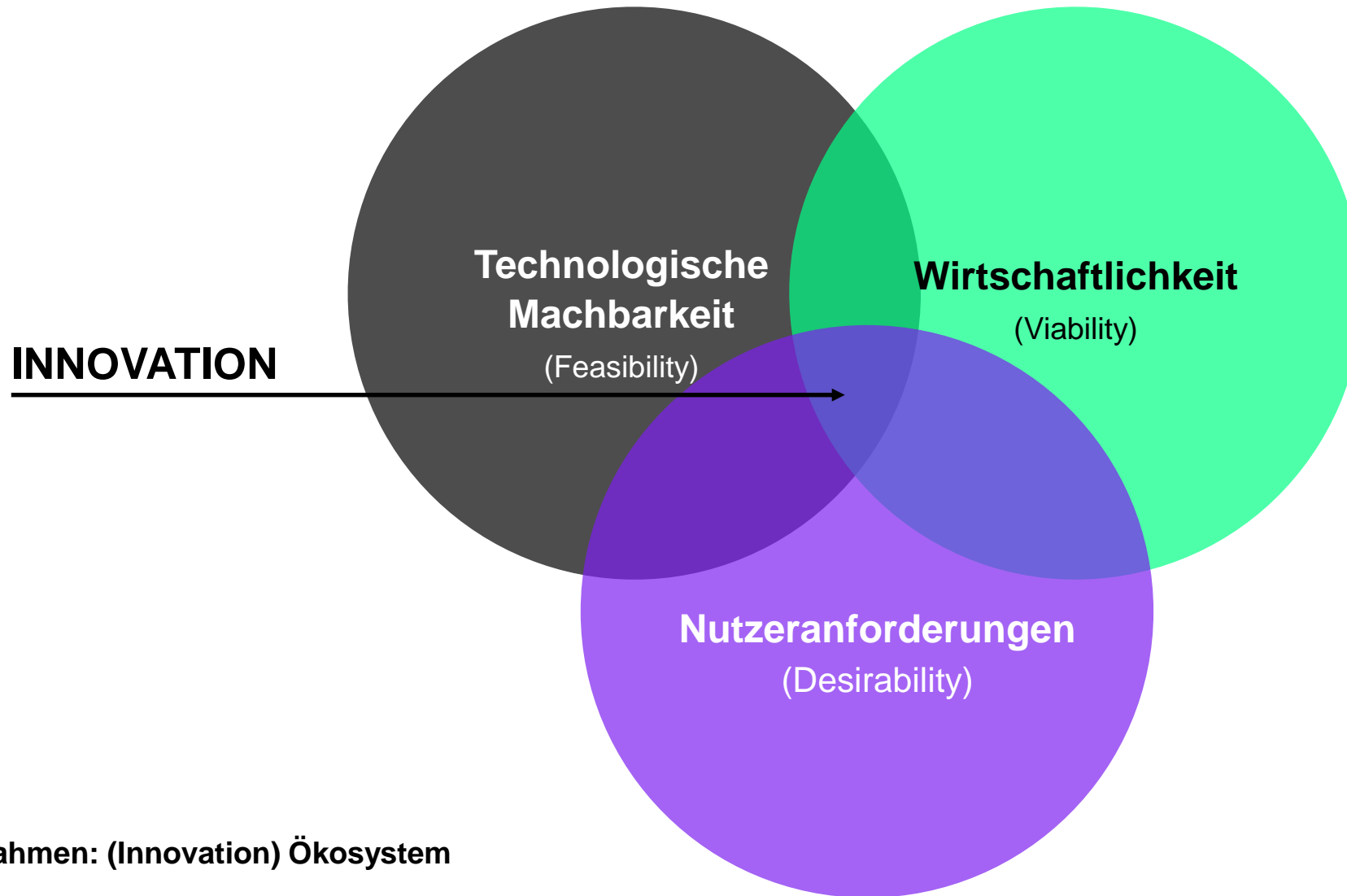
**Was das Marketing sieht.**

**Was der Kunde fühlt.**

# Klassische Strategie: Hohe Wirtschaftlichkeit steht im Fokus!



**Mithilfe von Methoden werden Nutzeranforderungen in den Entwicklungsprozess einbezogen.**



**Rahmen: (Innovation) Ökosystem**

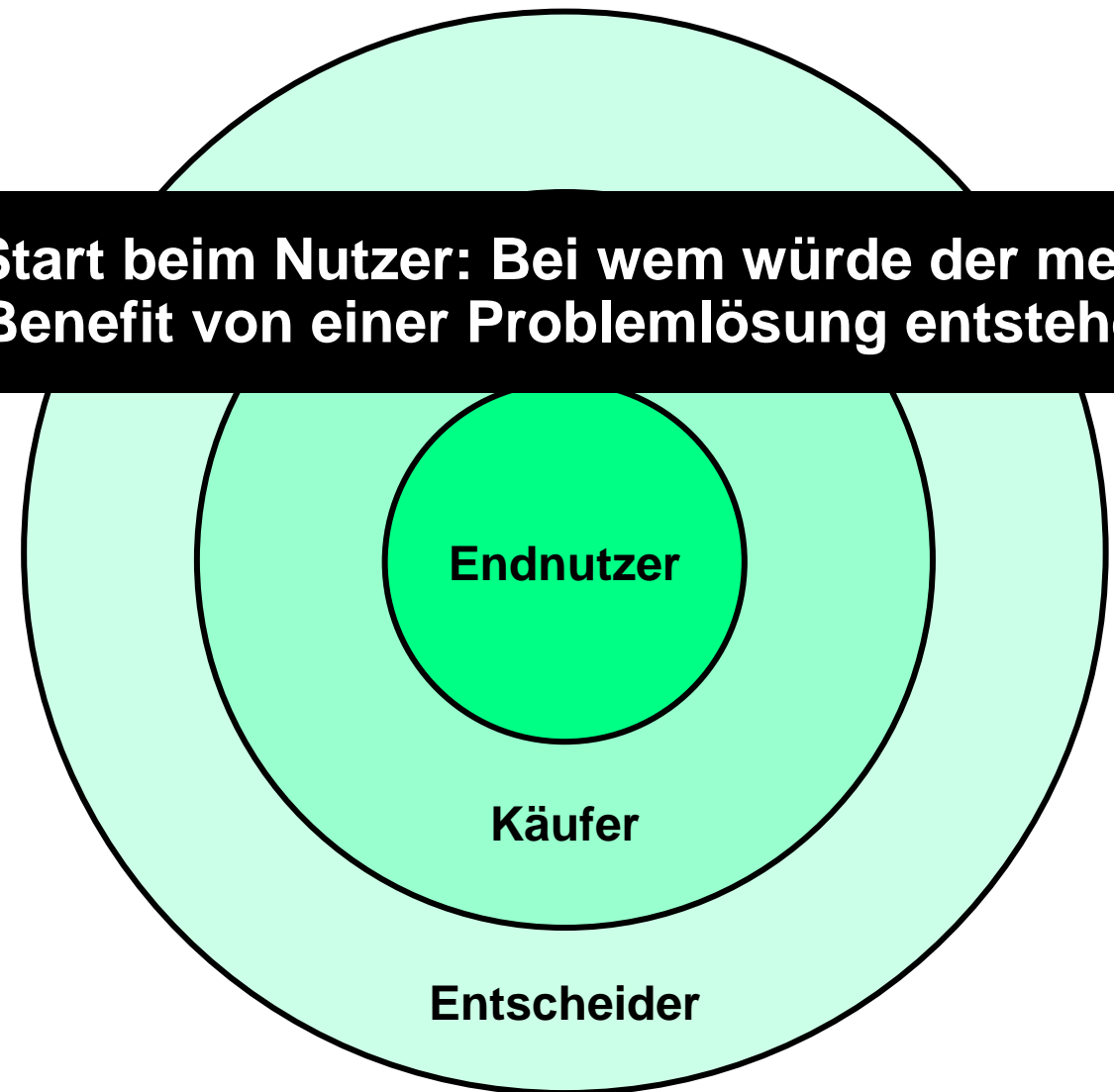
# Rollen im nutzerzentrierten Vertrieb

Der **Endnutzer** ist der eigentliche Nutzer des Produktes/ Services, allerdings häufig nicht der Entscheider. Um den Endnutzer zu überzeugen und zufrieden zu stellen muss der Nutzen eines Produkts / Services klar sichtbar sein.

Die **Käufer** sind die Budgetverantwortlichen. Für Sie spielen vor allem wirtschaftliche Faktoren eine Rolle.

Die **Entscheider** treffen die finale Entscheidung über den Start eines Projektes. Hier können positiven Stimmen der Käufer und Endnutzer helfen, ihn zu überzeugen. Der Nutzen des Produktes/ Services muss hier einfach erfassbar sein.

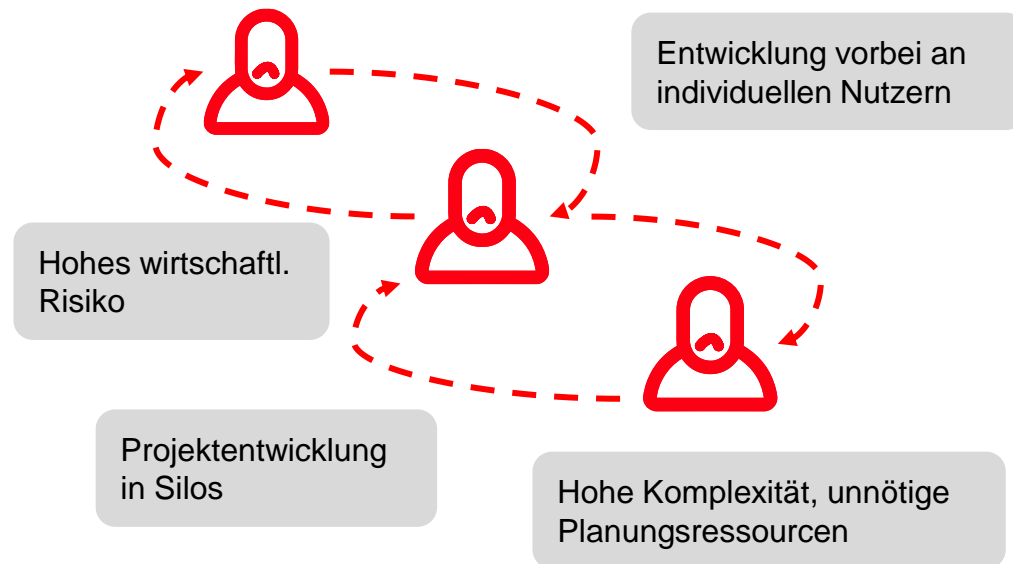
**Start beim Nutzer: Bei wem würde der meiste Benefit von einer Problemlösung entstehen?**





# Vertrieb heute – Vertrieb morgen

## KLASSISCHES VORGEHEN

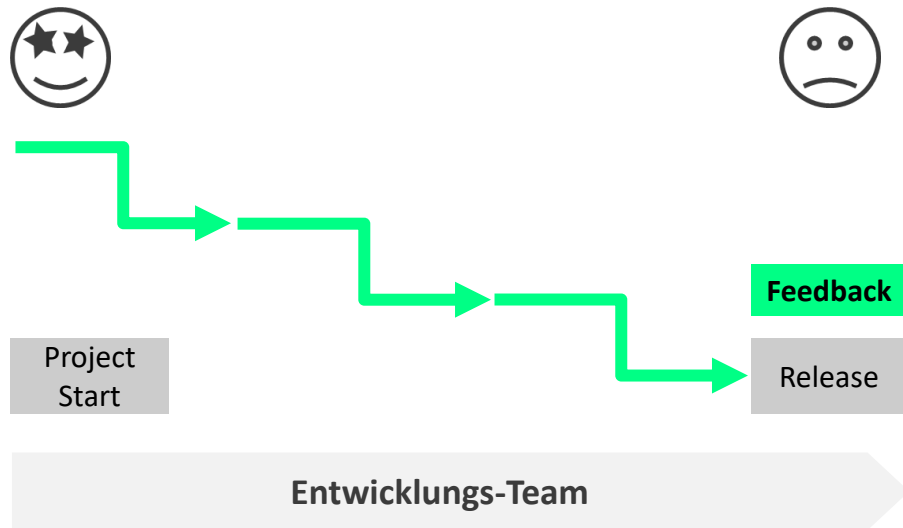


## NUTZERZENTRIERTES VORGEHEN



# Vorgehenswandel: Agile, nutzerzentrierte Produkt/Software-Entwicklung bedeutet früherer Nutzen durch fokussierte & schnellere Entwicklungszyklen! Inkrementelle Weiterentwicklung nur durch reales Feedback aus der Praxis!

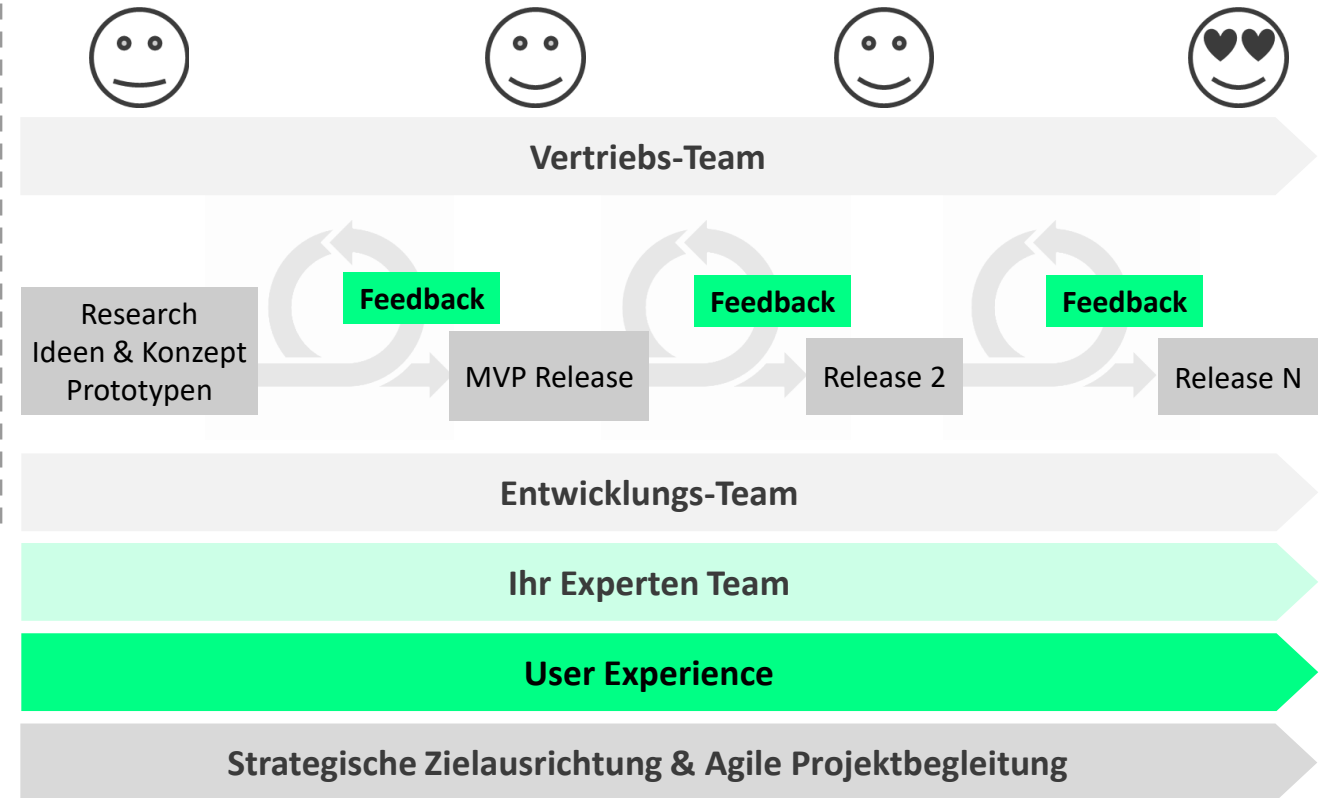
## Klassische Projekte:



### INFO – Wandel zum MVP

MVP = „Minimum Viable Product“, d.h. operativ nutzbares Produkt mit auf vom Nutzer nach und nach priorisierte Services / Funktionen fokussiert.

## Agile Projekte – Produktorientiertes Vorgehen:



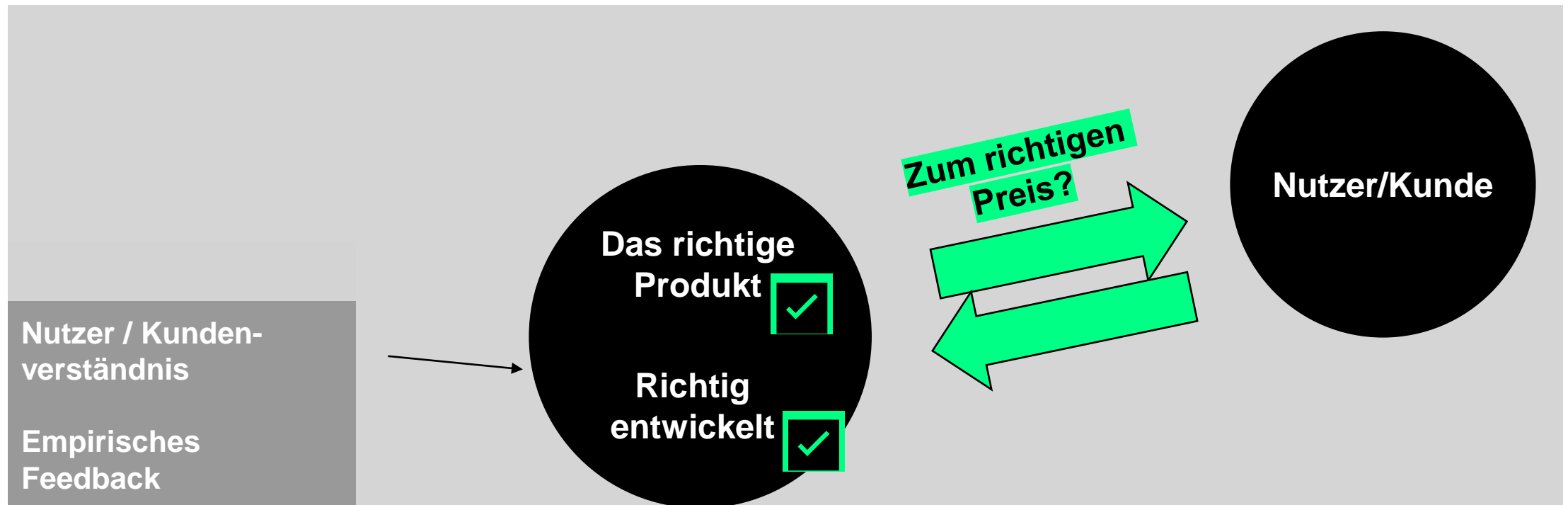
## **Key Learnings:**

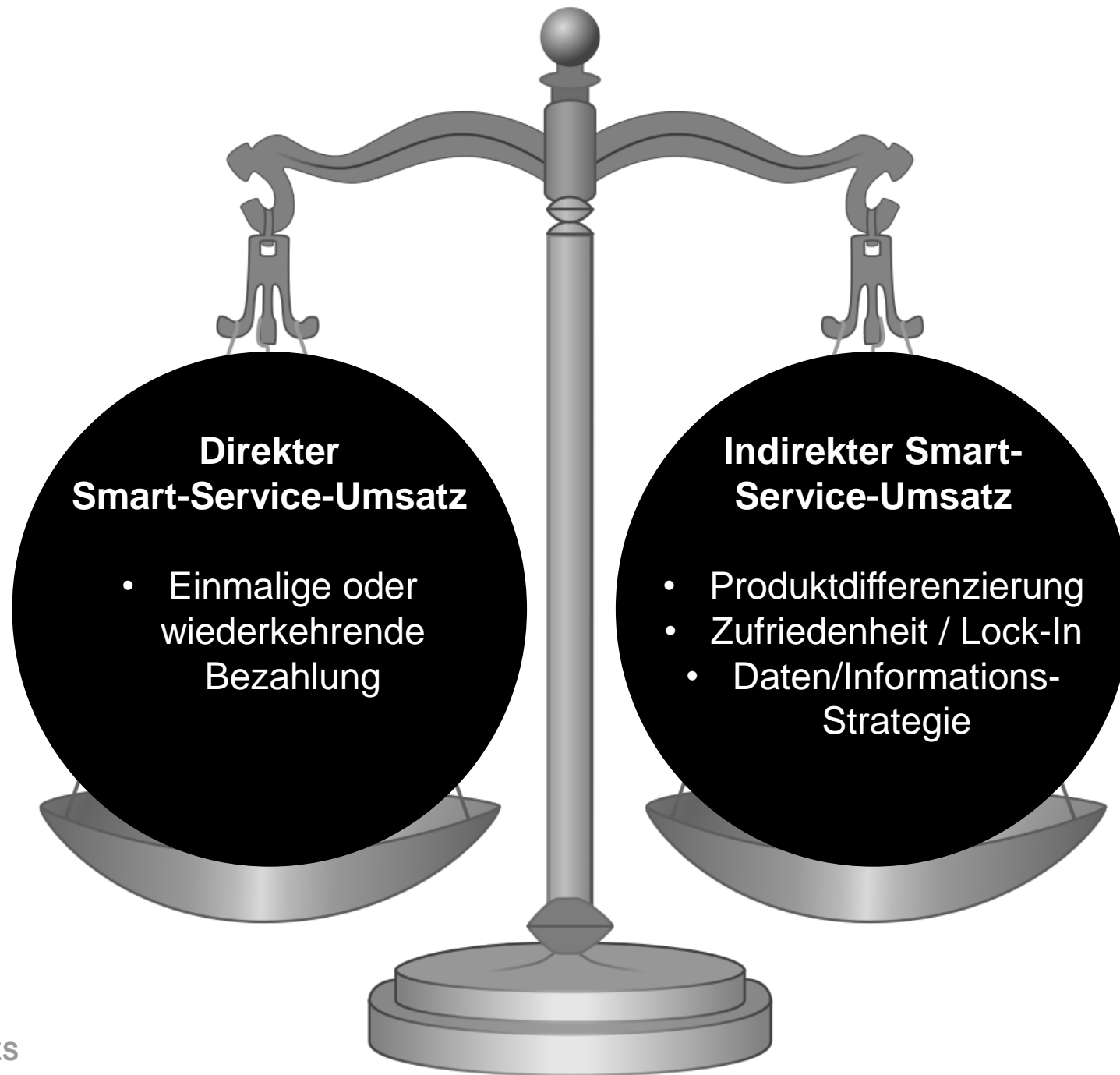
- **Die Experience und der Nutzen einer Lösung (Produkt) ist zentral für den Erfolg.**
- **Der Kunde/Nutzer muss in den Produkt-Entwicklungsprozess einbezogen werden**
- **Nutzerzentrierte Methoden reduzieren das Entwicklungsrisiko und minimieren den Aufwand!**

- 1. Intro, Vorstellung und Erwartungen**
- 2. Produkt- und Lösungsverkauf: Smart Services**
- 3. Fokus Nutzerzentrierung**
- 4. Digitale Geschäftsmodelle & Monetarisierung**
- 5. Co-creation, Agilität und Ökosysteme**
- 6. Vorgehensmodelle: Von Design Thinking bis MVP**
- 7. Abschlussrunde**

# Monetarisierung

Mit Smart Services kann auf viele Arten Geld verdient werden – was sowohl Chance als auch Herausforderung darstellt.





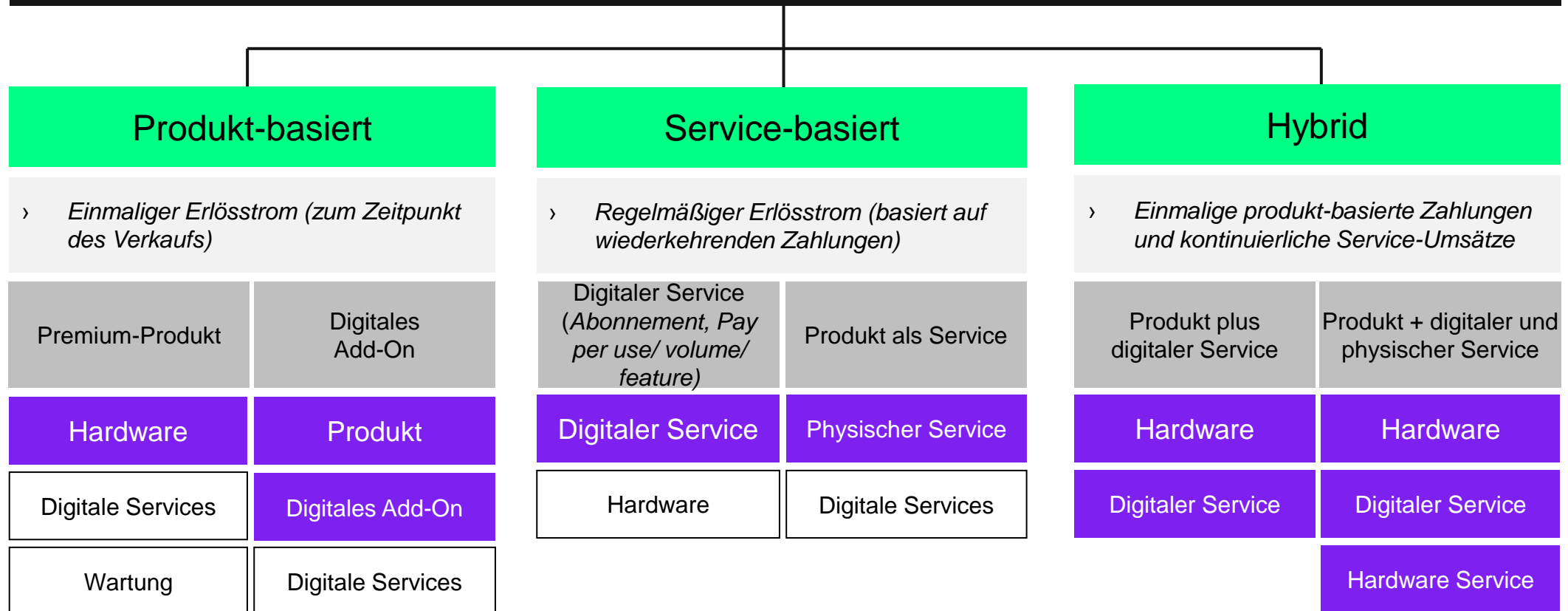
**Direkter  
Smart-Service-Umsatz**

- Einmalige oder wiederkehrende Bezahlung

**Indirekter Smart-  
Service-Umsatz**

- Produktdifferenzierung
- Zufriedenheit / Lock-In
- Daten/Informations-Strategie

# Ertragsmodelltypen für direkte Smart-Service-Umsätze



kostenpflichtig

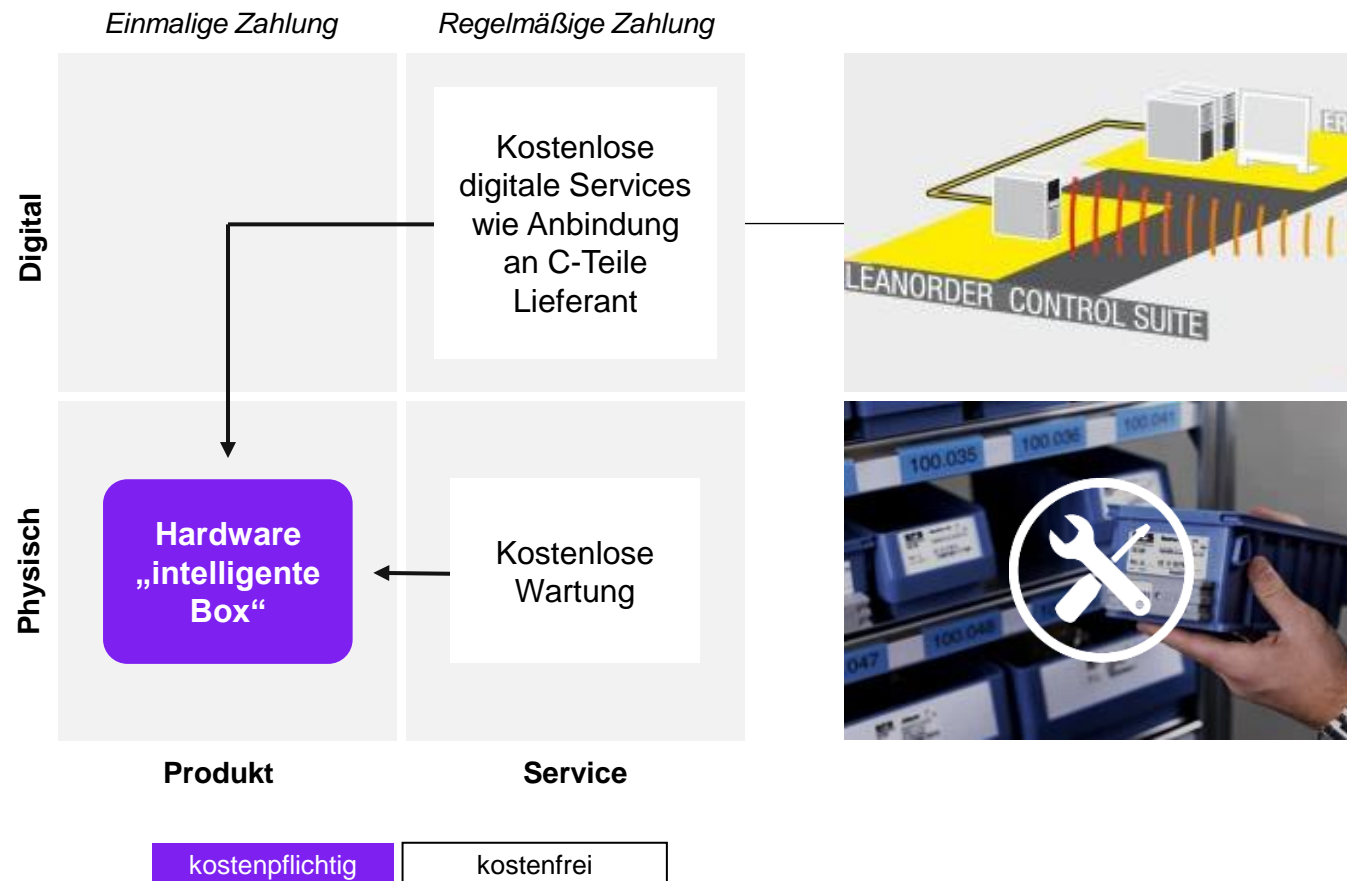
kostenfrei

# Produkt-basiertes Ertragsmodell

## Premiumprodukt

### Beispiel: LeanOrder – Intellion AG, automatisches Nachbestellen von Material in Fertigung

Business Viability Voraussetzung:  
 Positive Produktmarge,  
 Begrenzte Lebensdauer der  
 physischen Komponenten,  
 gesicherte Nachkäufe

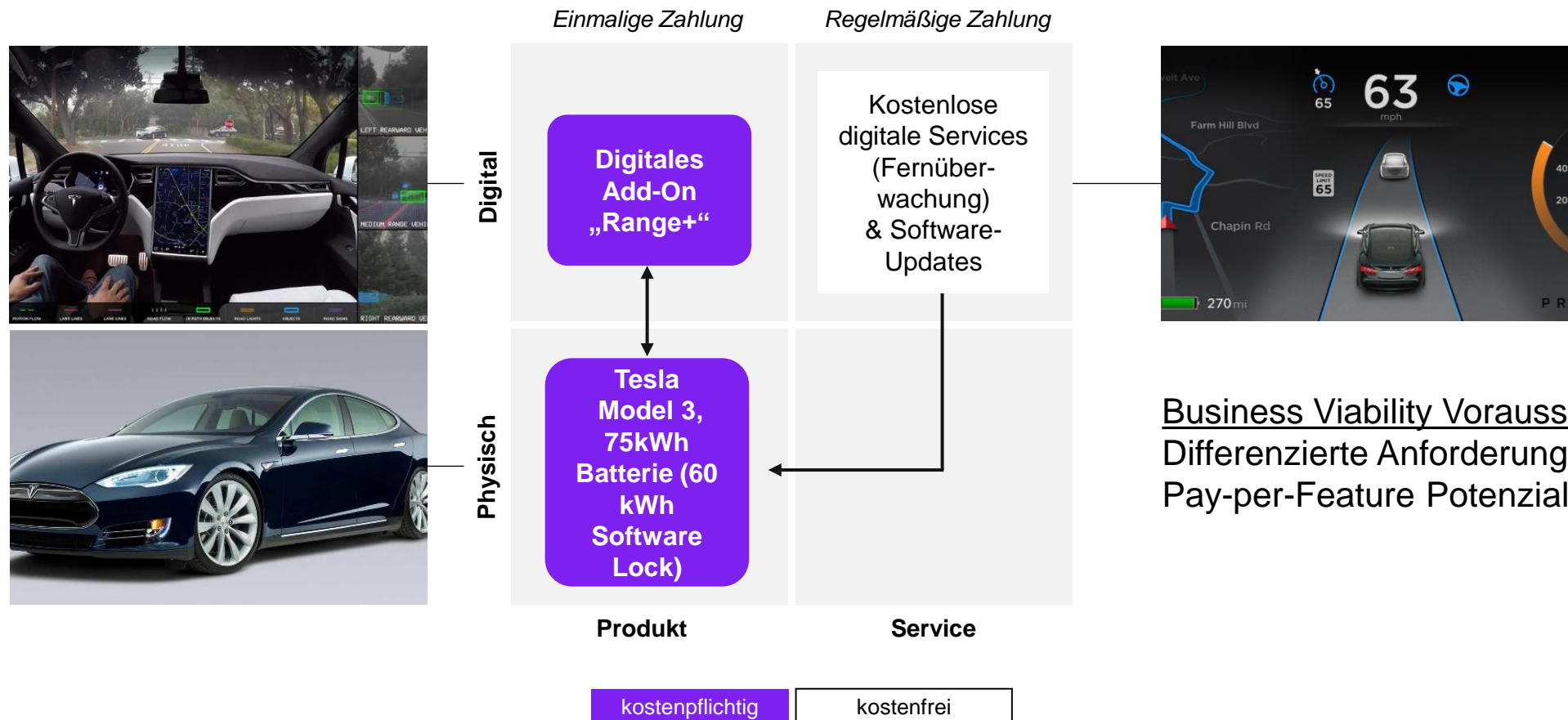




# Produkt-basiertes Ertragsmodell

## Digital Add-On

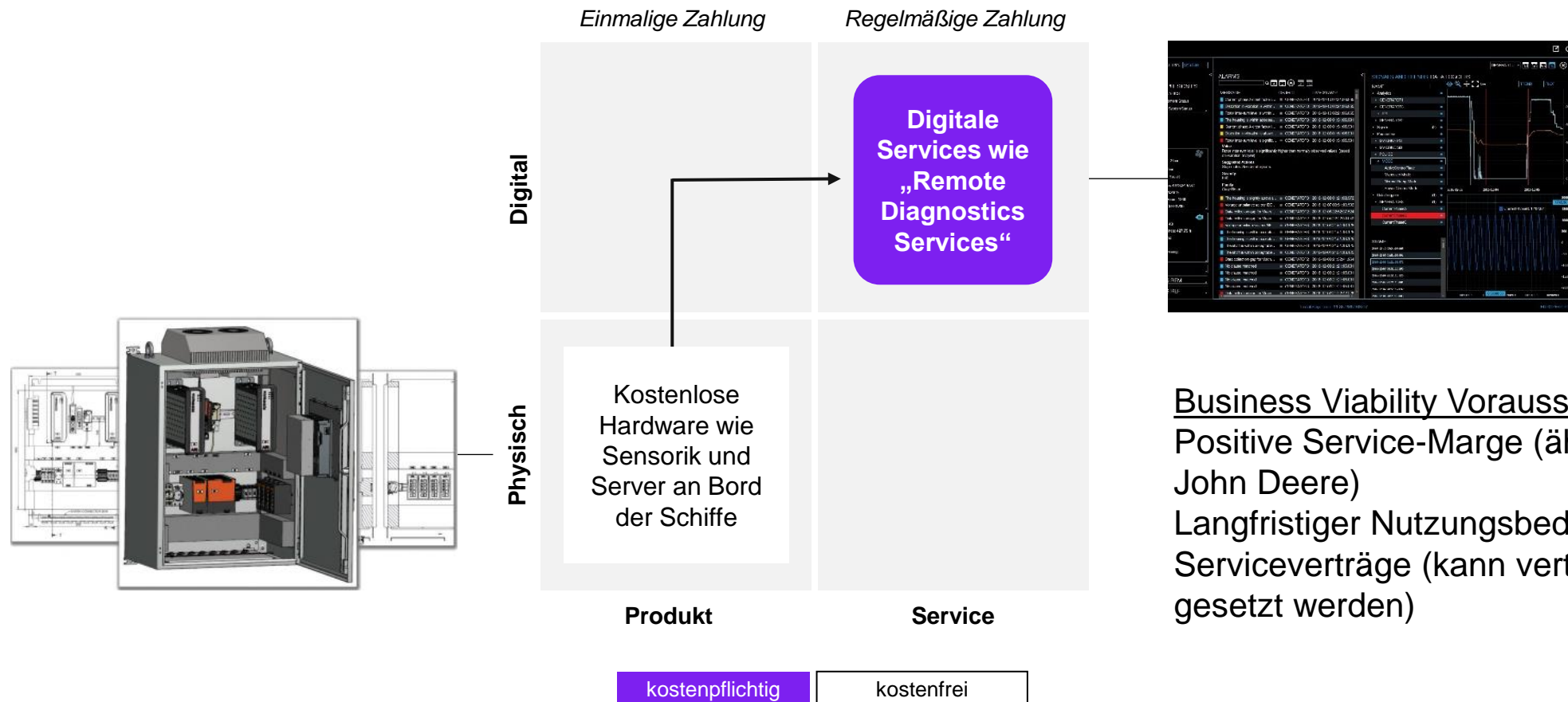
### Beispiel: Extra Reichweite – Tesla Motors Inc.



# Service-basiertes Ertragsmodell

## Digitaler Service

Beispiel: Remote Diagnostics – ABB Marine, kontinuierliche Überwachung v. Schiffantrieben

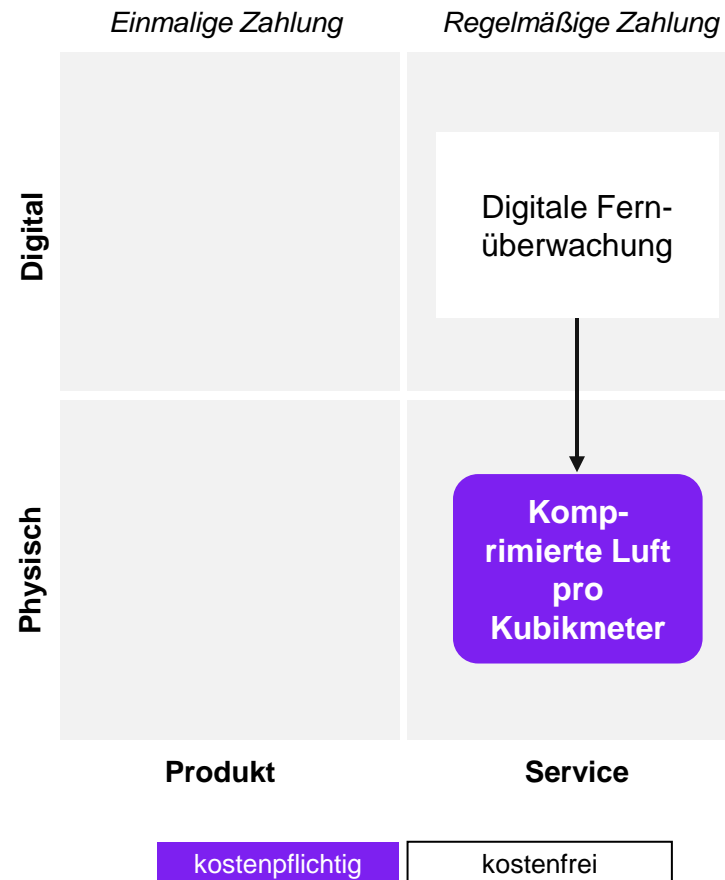


# Service-basiertes Ertragsmodell

## Produkt als Service

### Beispiel: KAESER KOMPRESSOREN SE, Druckluft als Service

Business Viability Voraussetzung:  
 Hohe Service-Marge ersetzt  
 alternativ hohe Asset-Investments  
 (Working Capital Optimierung)  
 Hohe finanzielle Risiken

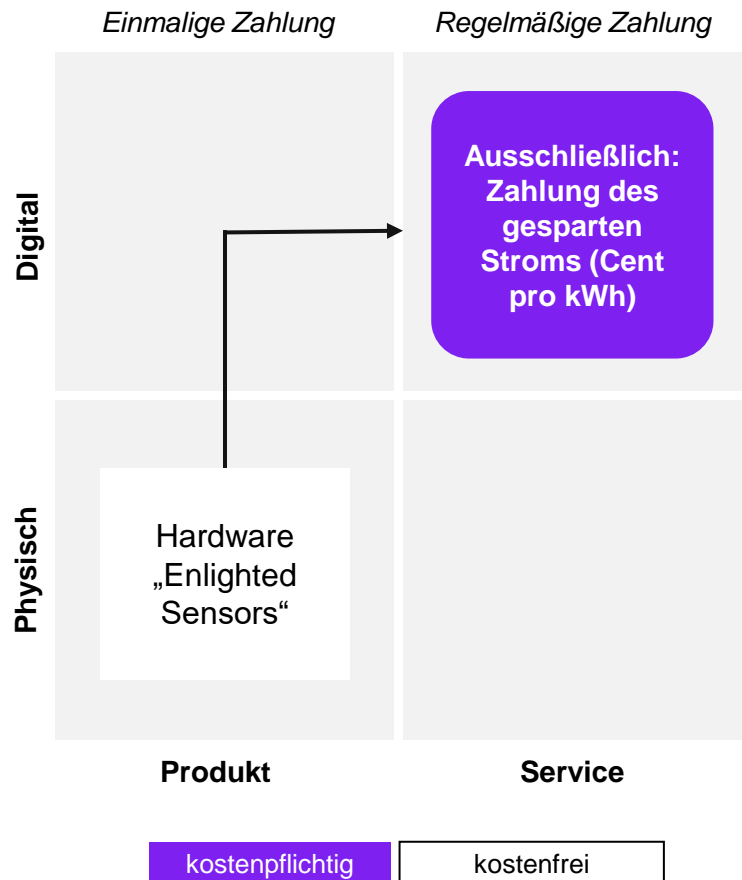


# Service-basiertes Ertragsmodell

## Pay-for-Results

### Beispiel: Enlighted Inc

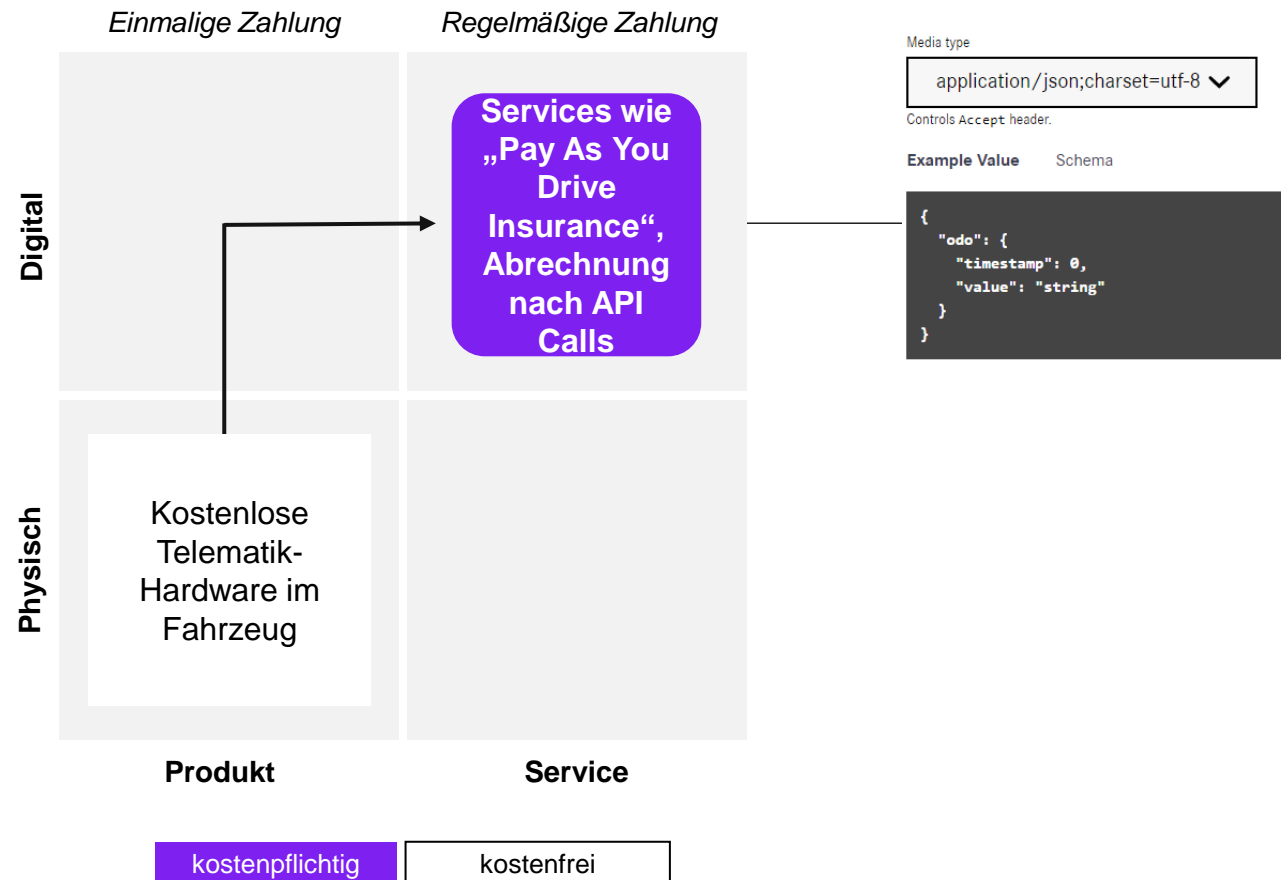
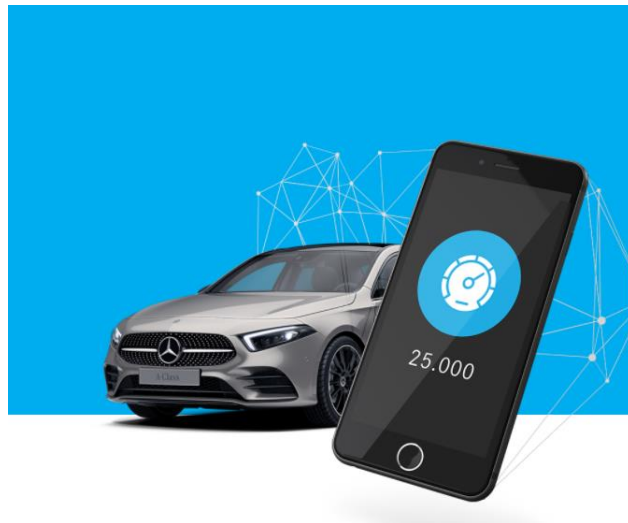
Business Viability Voraussetzung:  
 KPI Transparenz & Messbarkeit  
 Innovation & Zeitversetztheit des ROI  
 Strategische & operative Priorität



# Service-basiertes Ertragsmodell

## Digitaler Service – Pay per use/volume

### Beispiel: Vehicle API – Mercedes, Datenfeeds für fahrzeugbasierte Services

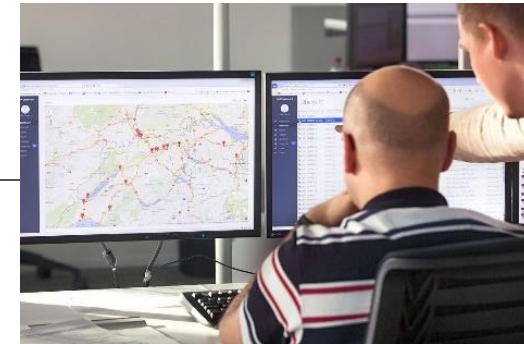
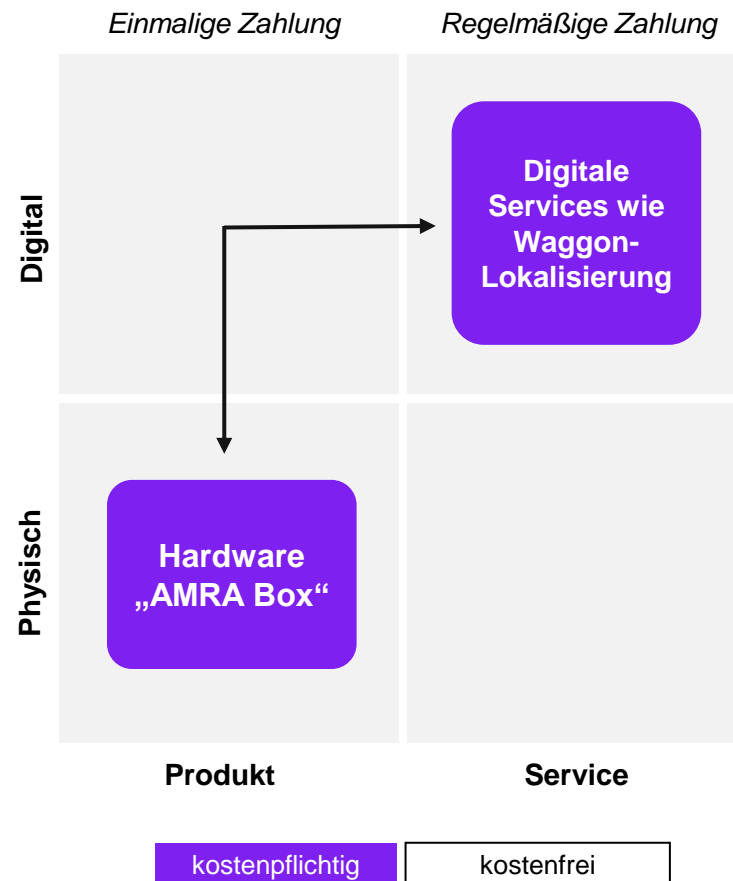


# Hybrides Ertragsmodell

## Produkt plus digitaler Service

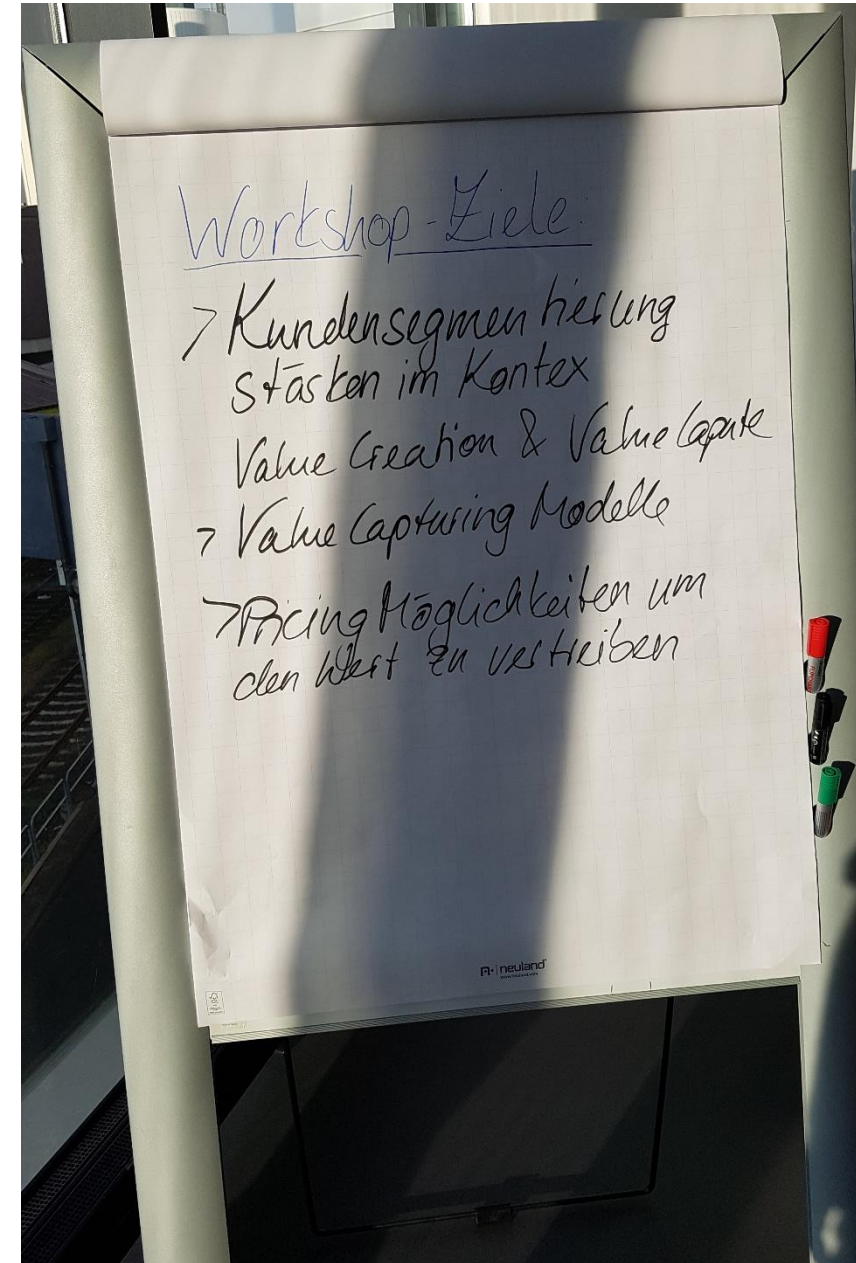
### Beispiel: AMRA – Bosch Engineering GmbH, Asset Monitoring for Rail Applications

Business Viability Voraussetzung:  
Begrenzte Lebensdauer der Hardware für Nachkäufe  
Strategische & operative Priorität



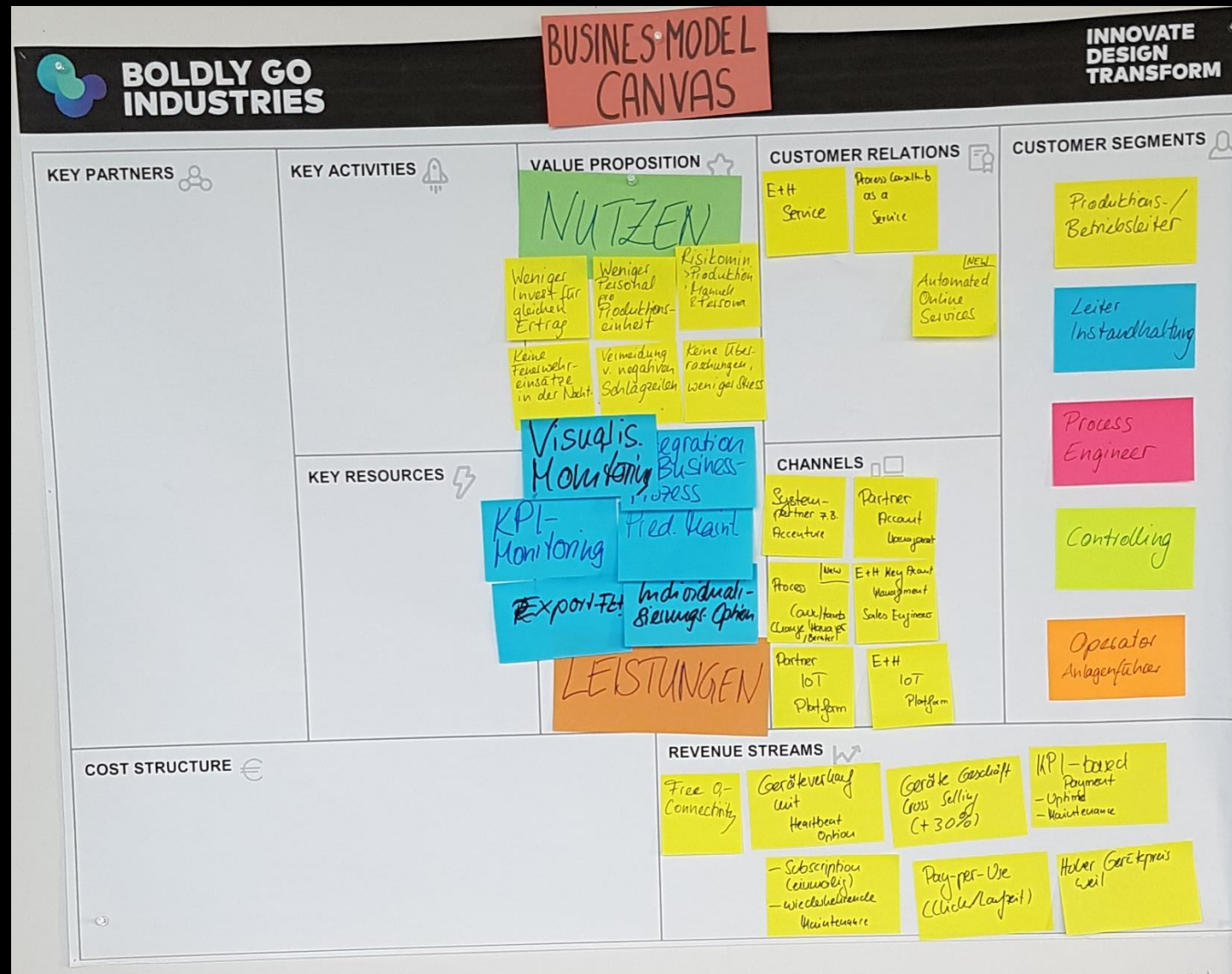
# Dokumentation: Strategic Pricing Workshopziele

- › Kundensegmentierung stärken im Kontext Value Creation und Value Capture
- › Value Capturing Modelle
- › Pricing Möglichkeiten um den Wert zu vertreiben



# Dokumentation: From Value Proposition to Value Offerings (Leistungen)

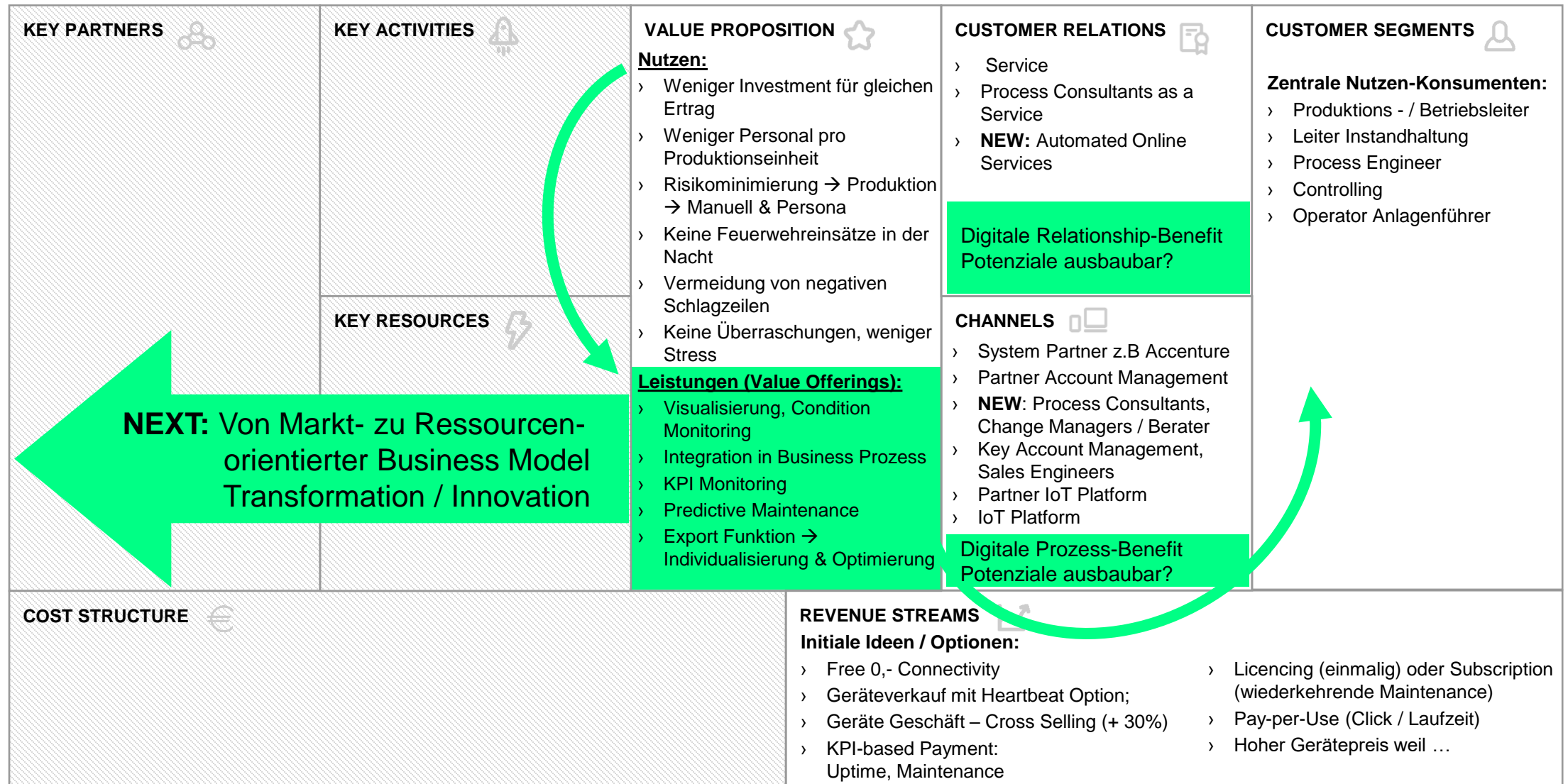
## Ausgangslage zur Identifikation möglicher Value Levers (= monetarisierbar)





# Dokumentation: From Value Proposition to Value Offerings (Leistungen)

## Ausgangslage zur Identifikation möglicher Value Levers (= monetarisierbar)



# Ziel: Hybrides Ertragsmodell und mögliche Einnahmequellen Produkt + digitale und physische Services

## Think about:

### Business Viability Voraussetzung:

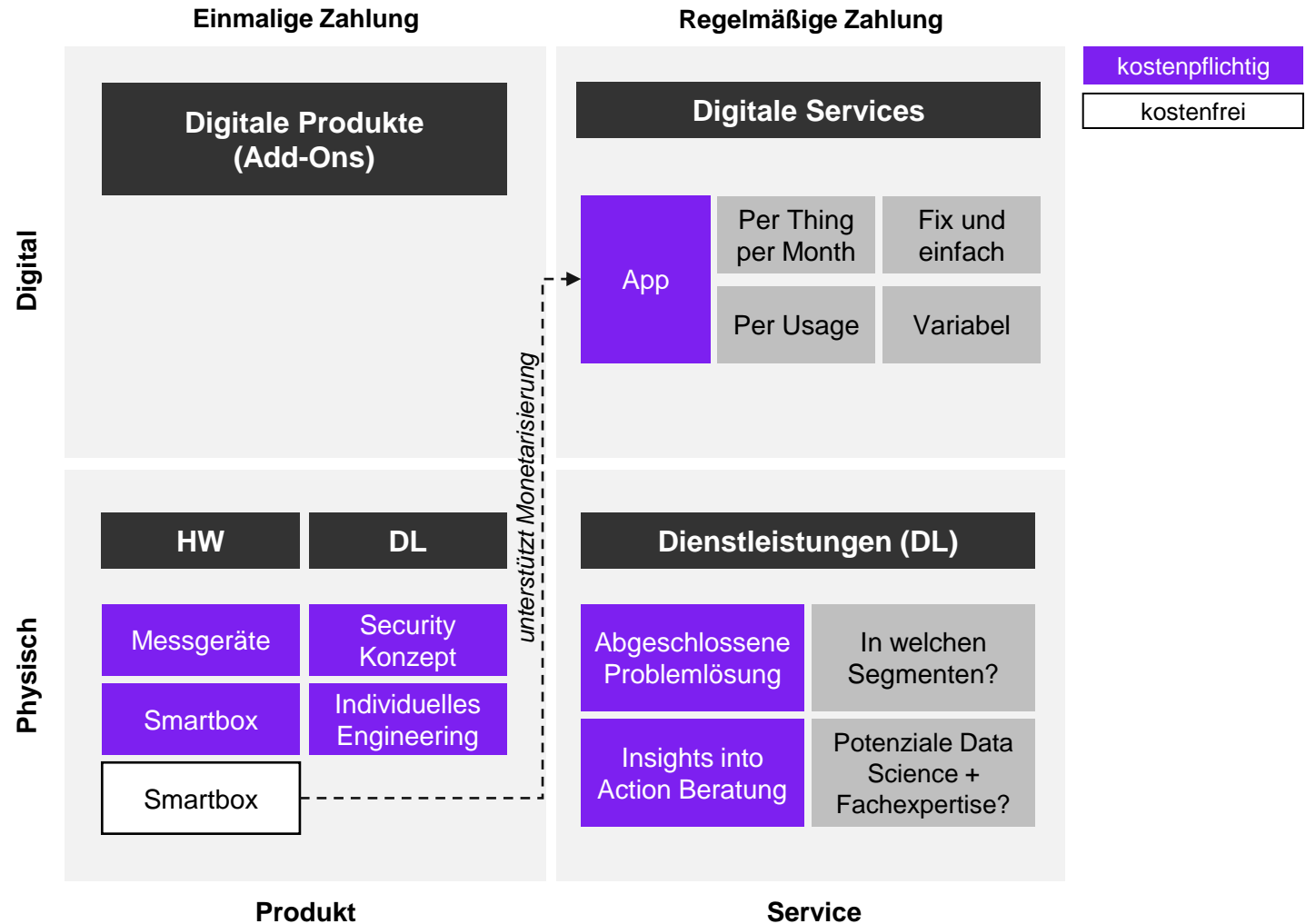
- › Umfangreich integrierter Wertschöpfungsbeitrag
- › One Stop & Disintermediation Convenience von physisch bis digital  
→ Kundenakzeptanz & Value Perception

### Leistungsdimension:

- › Wo in der IoT Wertschöpfungskette wird der Benefit vom Kunden konsumiert?
- › Commodity oder echter Mehrwert?

### Zeitdimension:

- › Wann wird der Benefit beim Kunden realisiert (regelmäßig, Ausnahmefälle, etc.)?



## **Key Learnings:**

- **Es ist zwischen direkter (monetär) und indirekter (strategisch) Business Value von Smart Services abzuwägen**
- **Zur Monetarisierung von Smart Services bestehen beinahe unbegrenzt viele Spielarten und Geschäftsmodelle**
- **Das „richtige“ Monetarisierungs- oder Geschäftsmodell ist abhängig von Faktoren im Zwischenspiel der Unternehmen**
- **Das Preisfenster ist abhängig von negativer Differenzierung (Alternativen) – Kundenzentrierte Entwicklung lohnt sich!**



**Kaffeepause**