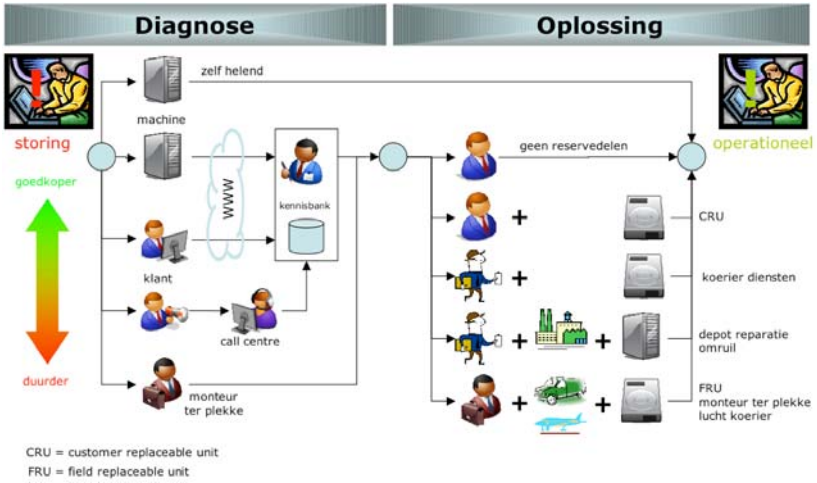
Remote Service: Een logische stap met hobbels

De tijd dat we voor Service de meest ervaren expert naar de klant <u>moeten</u> sturen is voorbij. De techniek stelt ons steeds meer in staat om dingen op afstand te doen. Het kostenplaatje geeft vaak het duwtje om meer en meer remote te <u>willen</u> doen. Toch zijn er tal van obstakels te vinden in de transitie van "aan de machine" naar "remote".

Bij het verlenen van service zijn er twee hoofdprocessen te onderscheiden:

1. het *diagnosticeren* van de situatie;
2. het leveren van een *oplossing*.



Met name in de <u>*diagnose*</u> proces is er een grote rol weggelegd voor remote service. Zonder deze capaciteit zult u ofwel een (dure) expert naar de machine/ installatie toe moeten sturen ofwel bent u afhankelijk van de deskundigheid van de klant om de klacht op juiste wijze door te geven. Tegenwoordig is een computer het hart van bijna elk product. Tijdens het ontwerp van uw product kunt u diagnose functies inbouwen. Is uw product verbonden met een netwerk dan zijn de basis ingrediënten voor remote service aanwezig.

In het <u>*oplossing*</u> proces kan remote service wederom een rol spelen. Menig softwarematig probleem kan op afstand, over het netwerk verholpen worden. Echter, er zal altijd een categorie problemen zijn die vereist dat er ofwel een persoon met kennis en/ of reserveonderdelen naar het product toegaat ofwel dat het hele product of een deel daarvan wordt meegenomen naar de (centrale) werkplaats.

In welke mate u kunt profiteren van remote service hangt van vele factoren af. Een deel daarvan heeft u zelf in handen, namelijk de manier waarop u uw product ontwerpt en hoe u service naar uw klant positioneert. Voor het "andere" deel bent u afhankelijk van de wensen, mogelijkheden en de gevoeligheden van de klant. Welke hobbels er zich in een implementatie pad kunnen voordoen en hoe daarop te anticiperen leest u verderop.

Een logische stap

Remote service is om vele reden een logische stap. Maar men moet zich wel realiseren dat iedere speler in de keten voor dat "logische" andere argumenten en motieven zal/ kan aandragen.
Remote service creëert nieuwe mogelijkheden om service in te vullen. Het benutten van die mogelijkheden genereert voordelen. Welke speler die voordelen "pakt" bepaalt de nieuwe (commerciële) verhoudingen in de service keten en uiteindelijk de acceptatie van de gecreëerde remote service mogelijkheden.

> Voorbeeld: Als een klant een product heeft gekocht dan heeft die recht op het juist functioneren van dat product, ongeacht of u remote service mogelijkheden heeft of niet. Indien u remote service wilt toepassen dan is dat hoogst waarschijnlijk omdat u daarmee als leverancier uw kosten mee kunt verlagen. Logisch voor u maar niet logisch c.q. relevant voor de klant ... tenzij u de klant iets extra's geeft.

De voordelen/ potentie van remote service op een rijtje.

- Voor de klant:
  - betere service
    - sneller operationeel
    - goedkoper geholpen
  - meer service
    - betere/ uitgebreidere dekking
    - beheer uit handen nemen
    - van reactief naar pro-actief naar predictieve vormen van onderhoud

- Voor de leverancier:
  - lagere kosten
    - reistijd
      - minder noodzaak tot reizen
    - mensen
      - gerichte inzet van verschillende expert niveaus
      - schaalvoordelen door concentratie van kennis
    - reserve onderdelen
      - lagere voorraad door beter voorspellen
      - voorkomen van het ten onrechte gebruiken van onderdelen
    - reparatie
      - verlaging reparatie kosten door betere diagnose en correcte inzet van mensen en reserve onderdelen
  - meer omzet
    - verkoop van meer (gedifferentieerde) service niveaus
    - "after-sales" informatie gebruik voor "pre-sales"
  - betere klantenbinding
    - "customer intimacy" & "customer lock-in": je weet meet van de klant en zijn operatie, dus je kunt gerichter communiceren

Remote Service ontwikkelingen

Remote service ontwikkelingen worden mogelijk gemaakt door toenemende technische mogelijkheden gefinancierd door de voordelen genoemd in de vorige paragraaf.

Vroeger zaten er een paar controle lampjes op een apparaat. Daaraan konden we aflezen hoe het ging met dat apparaat. Was het apparaat complex, dan was er een expert voor nodig om de diagnose te kunnen doen.
Tegenwoordig kunnen we producten zo ontwerpen dat die diagnose wordt gedaan door het apparaat zelf. Met steeds meer computer in het product nemen de mogelijkheden toe: paraatheid status, gezondheidsniveau, service aankondiging tot en met complete logboeken.

De lampjes op het apparaat hebben plaats gemaakt voor informatieschermen. Die schermen kunnen worden afgelezen door minder dure service monteurs en door de klant zelf. De beschikbaarheid van netwerken maakt tegenwoordig die stap overbodig, het product neemt zelf contact op met de leverancier.

De leverancier verzamelt de informatie en stuurt daarmee monteurs aan die op afstand of op locatie de oplossing implementeren. Heeft de leverancier eenmaal de informatie, dan kan diezelfde informatie ook gebruikt worden om kennis op te doen die handig is voor de toekomst, door product gedrag te gaan voorspellen (predictief onderhoud).

Implementatie hobbels

Een cruciale schakel in remote service implementaties is de communicatie van diagnose informatie van klant naar leverancier. Technische gezien is het nauwelijks een probleem, maar in een tijd van computer virussen en firewalls, wordt een simpele communicatie ineens complex.
Er rijzen vragen op als:

- is de verbinding veilig;
- welke informatie gaat er over de lijn;
- wordt de informatie alleen gebruikt voor het aangegeven doel;
- is het één- of tweerichtingsinformatie;
- kan iemand van buiten iets veranderen binnen mijn netwerk.

Oftwel: voordat de klant "ja" zegt tegen remote service zal hij enerzijds garanties willen hebben en anderzijds een vorm van compensatie voor de technische ingrepen die hij moet doen aan zijn zijde.

Een tweede hobbel wordt veroorzaakt door de "what is in it for me" vraag.
De genoemde voordelen onder "een logische stap" geven een lijdraad om die vraag te beantwoorden, echter het woordje "me" in de vraagstelling dient nauwer geïnterpreteerd te worden dan de versimpelde tweedeling klant – leverancier.

Elke organisatie is op te splitsen in budgethouders met verschillende verantwoordelijkheden en doelstellingen. Als meerdere spelers uit verschillende afdelingen nodig zijn om remote service te implementeren, dat zal elke "me" vooral kijken naar de "eigen" belangen.

- Klant organisatie:
  - de inkoper van de klant wil financieel voordeel of meer waar voor zijn geld;
  - de IT functie van de klant wil garanties over de data die door de firewall gaat;
  - de gebruiker van het product wil maximale beschikbaarheid;
  - de financiële afdeling wil een gunstige verhouding tussen Kapitaal uitgaven (CapEx) en Operationele uitgaven (OpEx).
- Leverancier organisatie:
  - de (product) verkoopafdeling wil producten verkopen met een zo laag mogelijke "cost of quality";
  - de service afdeling wil dat de verkoopafdeling condities creëert die het mogelijk maken om ná garantieperiode service diensten, zoals remote service, te verkopen;
  - de productontwikkeld afdeling wil de nieuwste technieken uitproberen op de gehele "installed base".

Van alle hobbels die zich in een implementatietraject voordoen, zijn de puur technische vaak de simpelste.

Remote Service oplossingen

Elke remote service oplossing is uniek voor uw product-markt-serviceproces combinatie. De te doorlopen implementatie stappen zijn echter zo ongeveer gelijk. Afhankelijk van de achtergrond en ervaring van uw organisatie zullen enkele stappen reeds in gang zijn gezet.

1. **uw product**: hoe ziet uw product eruit en wat is de service behoefte/ mogelijkheid van dat product;
2. **de techniek**: welke techniek komt er bij kijken en wat kan de techniek allemaal;
3. **uw klanten**: waar is de klant naar op zoek en waar is die gevoelig voor;
4. **uw eigen (service) organisatie**: wat wil uw eigen organisatie, hoe liggen de (financiële) verantwoordelijkheden en doelen;
5. **gedifferentieerde communicatie pakketten**: voor iedereen een eigen verhaal inclusief beantwoording van de "what is in it for me" vraag;
6. **training en overdracht**: het instrueren van verkopers en implementatie partijen om vanuit ieders eigen invalshoek hetzelfde na te streven;
7. **implementatie**: het in de praktijk brengen bij de eerste klant.

In het implementatie traject van remote service is het aantal variabelen relatief klein, echter er zijn vele partijen bij betrokken. De sleutel tot succes ligt dan ook bij het communiceren van een gedifferentieerde boodschap met een gezamenlijk overkoepelend doel.
Verder is het zoeken naar de juiste balans tussen "technology push" en "market pull". Dat betekent dat het implementatie project team de kunst moet verstaan om op ieders stoel te gaan zitten.

Remote service is een logische stap. Remote service kent vele voordelen. Er wordt veel ontwikkeld aan remote service. Ja, er zijn hobbels, maar daar zijn ook weer evenzoveel oplossingen voor. Die oplossing is maatwerk. D-Essence kan u hierbij helpen. D-Essence heeft meerdere malen remote service begeleid en geïmplementeerd bij een breed scala aan bedrijven. Ervaringen die u verder kunnen helpen.

Geïnteresseerd?
Wilt u meer weten kijk dan op onze website (www.d-essence.nl) of neem contact met ons op.

D-Essence
Heer Arendstraat 34
3401 ZP IJsselstein
coen@d-essence.nl
06-4640 8444

D-Essence