

DIGITALE TRANSFORMATION FÜR DEN AUSSENDIENST

WICHTIGE FRAGEN

Was ist der beste und zuverlässigste Weg, um einen Field-Service-Prozess zu verändern?

Wie wählen Sie die richtigen Technologie-Tools aus, um die von Ihnen ermittelten Transformationsziele zu erreichen?

Stellt sich die digitale Transformation für jeden gleich dar?

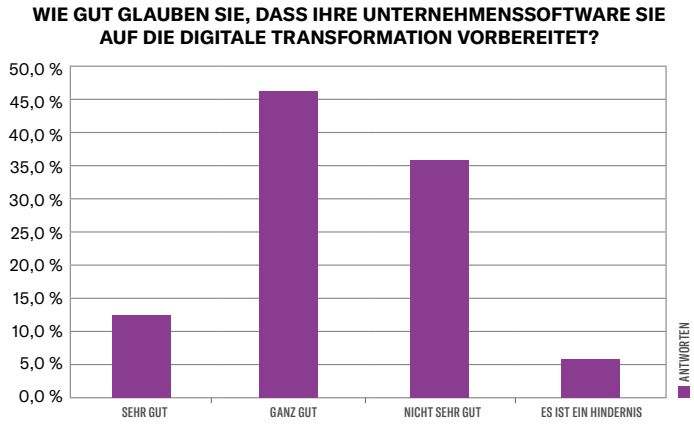
IFS WHITE PAPER
by Sarah Nicastro, Field Service Evangelist, IFS

FIELD SERVICE

DIGITALE TRANSFORMATION JENSEITS VON SCHLAGWÖRTERN – FÜR ECHTE FIELD-SERVICE-EXZELLENZ

Es versteht sich von selbst, dass das Internet längst von einer Hobbyplattform zu einem vollwertigen Bestandteil des Versorgungsnetzes avanciert ist und für ein Unternehmen ebenso notwendig ist wie Strom. Digitale Tools, die üblicherweise aus einem Sammelsurium einzelner Technologien bestehen, welche über Jahre hinweg gekauft und eingeführt werden, sind bis zu einem gewissen Grad sicherlich in allen Dienstleistungsunternehmen zu finden. Dieses technische Sammelsurium reicht in der heutigen Servicelandschaft jedoch nicht mehr aus, da Unternehmen heute auf ein Digital-First-Mindset setzen, Prozesse optimieren und eine Roadmap für die sogenannte digitale Transformation erstellen möchten. Für einen erfolgreichen Wandel müssen Unternehmen sorgfältig über ihre vorhandenen Technologien nachdenken, sowohl im Hinblick auf das, was sie bereits haben, als auch darauf, was sie auf dem Weg zu einem digital ausgerichteten vernetzten Ökosystem einsparen und entsorgen möchten. Wenn Sie das Gefühl haben, dass Sie noch nicht so weit sind – keine Sorge, Sie stehen damit nicht alleine da.

ABBILDUNG 1: Die meisten Unternehmen wissen nicht, wo sie stehen, wenn es um die digitale Transformation geht.



IFS hat über 250 Serviceunternehmen dazu befragt, inwiefern ihr Technologiebestand für die digitale Transformation bereit ist. 46 Prozent gaben an, dass sie sich ein wenig auf die digitale Transformation vorbereitet fühlen – was dem allgemeinen Bild entspricht, dass die meisten Unternehmen bereits mit der Einführung digitaler Technologien begonnen haben, aber es ihnen meist noch immer an einer zusammenhängenden Strategie fehlt. Wir befinden uns jedoch an einem Wendepunkt. Immer mehr Unternehmen gewinnen Vertrauen in ihre digitale Strategie, daher gewinnt die Notwendigkeit eines zusammenhängenden digitalen Technologieplans über das gesamte Serviceunternehmen hinweg zunehmend an Bedeutung.

Damit die wahren Ziele der digitalen Transformation erreicht werden können, müssen Unternehmen jedoch einen Weg finden, um die Reife ihrer digitalen Transformation zu messen.

46 % DER FIRMEN FÜHLEN SICH EIN WENIG AUF DIE DIGITALE TRANSFORMATION VORBEREITET, ABER ES FEHLT IHNEN MEIST NOCH AN EINER ZUSAMMENHÄNGENDEN STRATEGIE.

DER BESTE WEG ZU EINER SOLIDEN BASIS DER DIGITALEN TRANSFORMATION IST ZUNÄCHST DIE BEWERTUNG DES PROZESSES, MIT DEM SIE DIESE TECHNOLOGIEN VERWALTEN.

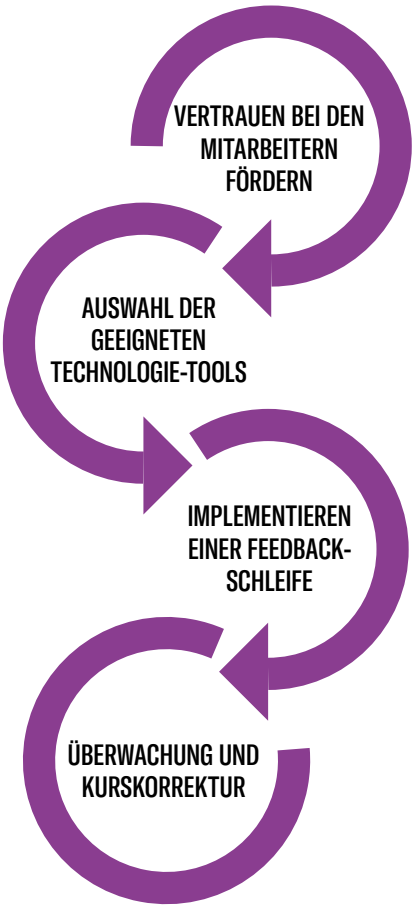


ABBILDUNG 2:
Der digitale Transformationszyklus

DIE PROZESSORIENTIERTE GRUNDLAGE DER DIGITALEN TRANSFORMATION

Digitale Transformationsbemühungen bleiben oft in der Diskussion um spezifische Technologien stecken: mobile Technologien, IoT (Internet of Things – Internet der Dinge), künstliche Intelligenz und viele andere. Während die Bewertung einzelner Technologien sicherlich wichtig ist, ist der beste Weg zu einer soliden Basis der digitalen Transformation zunächst die Bewertung des Prozesses, mit dem Sie diese Technologien verwalten. Siehe **Abbildung 2:**

Auch wenn dies nicht revolutionär erscheint, aber Unternehmen kommen auf dem Weg zu einer erfolgreichen digitalen Transformation häufig vom Kurs ab, wenn sie einige dieser grundlegenden Schritte ignorieren. Wenn Sie sichergehen möchten, dass Sie Ihr Unternehmen auch wirklich auf Erfolg ausrichten, bewerten Sie zunächst jede neue technologische Anschaffung unter den nachfolgenden Gesichtspunkten. Die einzelnen Schritte im Detail:

VERTRAUEN BEI DEN MITARBEITERN FÖRDERN

- Einbeziehung von IT-Führungskräften in den Entscheidungsprozess
- Einbeziehung von IT-Fachkräften in den Entscheidungsprozess
- Einbeziehung von Serviceführungskräften in den Entscheidungsprozess
- Einbeziehung von Servicefachkräften in den Entscheidungsprozess
- Pilot-Einführung von Software in bestimmten Abteilungen oder Bereichen vor der Einführung im gesamten Unternehmen
- Einführungen zu einem Unternehmens-Event machen
- Maximierung von Low-Code-Plattformen, sodass nicht die IT, sondern auch der Service Umgebungen konfigurieren kann
- Bewertung von Redundanzen oder fehlenden Funktionen, die den Betrieb durcheinanderbringen können

Diese Liste ist bei Weitem keine vollständige Liste von Methoden, mit denen idealerweise Unternehmen neue Technologien im gesamten Unternehmen einführen können. Wahre digitale Transformation beteiligt eine Vielzahl von Akteuren am Entscheidungsprozess und stellt sicher, dass die Einführung neuer Technologien auf eine Art und Weise erfolgt, welche die jeweilige Technologie ergänzt. Dabei ist vor allem darauf zu achten, dass

sich das gesamte Unternehmen in eine einheitliche Richtung bewegt.



ECHTE DIGITALE TRANSFORMATION BRINGT EINE VIELZAHL VON INTERESSENSGRUPPEN IN DEN ENTSCHEIDUNGSPROZESS EIN UND STELLT SICHER, DASS SICH DAS GESAMTE UNTERNEHMEN IN EINE EINZIGE, EINHEITLICHE RICHTUNG BEWEGT.

AUSWAHL DER GEEIGNETEN TECHNOLOGIE-TOOLS

Erstellen Sie sich – wie aus dem Mitarbeiter-Buy-in bekannt – mehrere Listen:

- Operative Herausforderungen und aktuelle KPIs, die Manager und Fachkräfte im Unternehmen als vorrangig identifiziert haben (z. B. ein 20-prozentiger Anstieg der First-Time-Fix-Raten)
- Gewünschte Geschäftsmöglichkeiten, die von der Führung identifiziert wurden (z. B. 15 Prozent höhere Kundenbindung)
- Derzeit eingesetzte Field Service-Technologien
- Fähigkeiten der Wettbewerber und Brancheneinführung spezifischer Technologie-Tools

Ein Beispiel: Das Unternehmen möchte die Zeit von der Ticketerstellung bis zur Rechnungsstellung verkürzen. Ein Gespräch mit Mitarbeitern hat ergeben, dass die Hauptverzögerung am Arbeitsplatz darin besteht, genaue Informationen über die Verfahren und Prozesse in Verbindung mit der Ausrüstung zu erhalten. Diese Schulungs-Tools waren üblicherweise in Handbüchern zu finden. Derzeit verwendet Ihre Belegschaft allerdings BYOD-Smartphones, die mit einer Workforce-Management-Software aufwarten. Eine Studie von IFS hat gezeigt, dass 31 Prozent der Unternehmen den direkten On-site-Zugriff auf Unternehmenssysteme auf mobilen Endgeräten ermöglichen. Man würde daher meinen, dass mittlerweile viele Unternehmen mit der Implementierung solcher Technologien begonnen haben. Aber es ist nach wie vor ein ausreichendes Unterscheidungsmerkmal, um Ihr Unternehmen von anderen abzuheben. Sie entscheiden sich für das Testen einer mobilen Wissensmanagement-Lösung, um den Mitarbeitern zu helfen, Aufträge schneller abzuschließen.



TRANSFORMATION IST EIN SICH STETIG WIEDERHOLENDER PROZESS. EIN SERVICEANBIETER SOLLTE SIE BEI DIESEM PROZESS UND DARÜBER HINAUS BERATEN UND UNTERSTÜTZEN.

Ein wichtiger Punkt hierbei ist: Um mit einer echten digitalen Transformationsinitiative erfolgreich zu sein, müssen Sie erst Laufen lernen, bevor Sie rennen können. Transformation ist ein sich stetig wiederholender Prozess. Verwalten Sie Ihre Field Service Management-Lösung noch immer lokal (On-Premises)? Vielleicht fangen Sie damit an. Verfügen Sie über eine offizielle, identifizierbare Field Service-Management-Software oder ist diese nur Teil eines anderen Programms?

Wenn Sie diese Schwelle erreicht haben, ist es an der Zeit, auf einige der oben genannten Punkte zurückzukommen, um die Lösung angemessen zu bewerten. Ein Serviceanbieter sollte sie bei diesem Prozess und darüber hinaus beraten und unterstützen. Tut er das nicht, arbeiten Sie vielleicht nicht mit dem richtigen Anbieter zusammen.

FEEDBACK-SCHLEIFE

1. Von Ihrem IT-System generierte Berichterstattung
2. Feedback von Führungskräften
3. Feedback von Kunden
4. Feedback vom Personal



IHRE GESCHÄFTSANFORDERUNGEN UND ERFAHRUNGEN MIT DEM FAHRERVERHALTEN SIND ANDERS ALS DIE VON ANDEREN. AUS DIESEM GRUND MÜSSEN SIE UNTERSCHIEDLICH BEHANDELT UND BEWERTET WERDEN.

IMPLEMENTIEREN EINER FEEDBACK-SCHLEIFE

Sie können nicht einfach den „digitalen Schalter“ umlegen und dann darauf vertrauen, dass sich Ihre Geschäftsprozesse schon von selbst regeln werden. Wenn man verstehen möchte, wie man eine funktionierende Feedback-Schleife implementiert, muss man zunächst verstehen, woher das Feedback kommt. Hier sind ein paar (aber nicht alle) der Ressourcen, die Ihr Unternehmen implementiert haben sollte:

- Von Ihrem IT-System generierte Berichterstattung
- Feedback von Führungskräften
- Feedback von Kunden
- Feedback vom Personal

Das Feedback von Personen ist immer noch ein relativ unkomplizierter Prozess, also lassen Sie uns über die Berichtsdaten sprechen. Häufig haben wir es mit Millionen von Datenzeilen zu tun. Viele Softwaresysteme können diese Daten sicherlich zu übersichtlichen Berichten zusammenfassen, aber wer hat Zugriff auf diese Daten? Wo hat man Zugriff auf diese Daten? Und noch viel wichtiger: Welche Meldungen gibt es, um auf eine unzureichende Performance hinzuweisen?

Nehmen wir an, Sie haben Ausnahmewarnungen für die Sicherheit von Technikerfahrzeugen programmiert. So werden beispielsweise überhöhte Geschwindigkeiten, abrupte Stopps und andere telematische Verhaltensweisen gemeldet. Sollte man jeden abrupten Stopp melden? Welche Kombination an gekennzeichneten Aktivitäten sendet eine Benachrichtigung an den Versand oder das Management? Erfolgen diese Benachrichtigungen mobil oder auf einem Computer?

All diese Fragen sind intern zu beantworten. Ihre Geschäftsanforderungen und Erfahrungen mit dem Fahrerverhalten (ganz zu schweigen von Ihren Technikern selbst) sind anders als die von anderen. Aus diesem Grund müssen sie auch unterschiedlich behandelt und bewertet werden.

ÜBERWACHUNG UND KURSKORREKTUR

Auch wenn dieser Schritt offensichtlich erscheint, darf er nicht übersehen werden. An dieser Stelle können Sie mithilfe Ihrer gewählten Tools und dem Einholen des entsprechenden Feedbacks feststellen, ob Sie Ihre ursprünglichen Geschäftsziele erreichen. Unter anderem deshalb ist die digitale Transformation ein Prozess, kein Endzustand, denn sie kann immer weiter verbessert werden, sei es durch eine Änderung des Verhaltens oder die Einführung ergänzender Technologien zur Unterstützung der vorhandenen Dienste.



ABBILDUNG 3:
Das "Speichenrad" für den Erfolg von Dienstleistungen

DIGITALE TRANSFORMATION SIEHT FÜR JEDEN ANDERS AUS

In Anbetracht dieses Serviceablaufs sind die tatsächlichen Überlegungen zur Einführung von Technologien für die digitale Transformation jedoch etwas komplexer. **Abbildung 3** zeigt ein potenzielles digitales Service-Technologie-Ökosystem, das ich gerne als „Speichenrad“ bezeichne.

Es handelt sich dabei um ein schönes, abgerundetes Technologieportfolio, in dem Ihre Field Service Management-Plattform (FSM) als zentraler Knotenpunkt für Ihre anderen Systeme dient. Die Daten durchlaufen die FSM-Plattform, welche das Reporting regelt. Das Routing zu Workforce Management (Personaleinsatzplanung) erfolgt über die Plattform. Die meisten dieser Dienstprogramme werden wahrscheinlich Teil Ihrer FSM-Plattform selbst sein, aber ein Digital-First-Unternehmen wird Lösungen wählen, die skalierbar sind, sowie Vorgänge, bei denen Modularität angewandt werden kann.

Ergeben diese speziellen Technologien für Sie insgesamt Sinn? Wahrscheinlich nicht, denn Ihr Unternehmen wird eine Reihe von einzigartigen Herausforderungen zu bewältigen haben, von denen viele branchenspezifisch, einige regional und andere wiederum unternehmensspezifisch sind. Auch deshalb ist es so wichtig, einen Softwarepartner zu wählen, der Ihr Geschäft versteht und Sie dahingehend berät, wie Sie Ihre Plattform leicht an andere Systeme anpassen können – unabhängig davon, ob es sich um Altsysteme oder potenzielle zukünftige Überlegungen handelt.

DIE DIGITALE TRANSFORMATION IST EIN NIE ENDENDER PROZESS

Wie bereits erwähnt, ist die digitale Transformation ein Prozess und kein Endzustand. Das sollte bei der Verwendung dieses Workflows klar sein. Wenn neue Technologien alte ablösen, wird sich auch die Art einer sinnvollen digitalen Initiative verändern. Aus diesem Grund ist es unerlässlich, bei der Planung Ihrer digitalen Technologien bereits die Implementierung der Technologien von morgen anzugehen.

Da die digitale Transformation ein kontinuierlicher Prozess ist, lohnt Eile nicht. Eine erfolgreiche digitale Transformation beginnt zunächst mit der Bewertung Ihrer derzeitigen Technologien, um daraus eine Strategie für die Bewertung, Implementierung und Anpassung zu entwickeln. Wenn Sie dies bei all Ihren digitalen Einführungszyklen im Hinterkopf behalten, sind Sie für wahre digitale Exzellenz gerüstet.



ES IST SO WICHTIG, EINEN SOFTWAREPARTNER ZU WÄHLEN, DER IHR GESCHÄFT VERSTEHT UND SIE DAHINGEHEND BERÄT, WAS SIE BRAUCHEN, DAMIT IHRE PLATTFORM LEICHT AN ANDERE SYSTEME ANGEPASST WERDEN KANN.

ÜBER DIE VERFASSERIN

Sarah Nicastro bringt aus ihrer Tätigkeit als Chefredakteurin bei Field Technologies Online (FTO) mehr als ein Jahrzehnt an Erfahrung – mit den Trends, Technologien und Geschäftstreibern, welche die Endnutzer von Field Service-Lösungen am meisten beeinflussen – zu IFS mit. Während ihrer Zeit bei FTO war es Sarahs Mission, Field Service-Kunden dabei zu unterstützen, ihre Visionen umzusetzen. In ihrer neuen Position wird Sarah mit ihrer Expertise neue Ideen dafür entwickeln, wie IFS Lösungen die Herausforderungen und Probleme versierter Field Service-Unternehmen adressieren können.

ÜBER IFS

IFS™ entwickelt und liefert weltweit Business Software für Unternehmen, die Güter produzieren und vertreiben, Anlagen unterhalten und Dienstleistungen erbringen. Die Branchenexpertise der Mitarbeiter, die innovativen Lösungen und der hohe Kunden-Fokus machen IFS zu einem der anerkannt führenden und meist empfohlenen Anbieter auf ihrem Gebiet. Über 3.600 Mitarbeiter unterstützen weltweit mehr als 10.000 Kunden mit einer Kombination aus lokalen Niederlassungen und einem stetig wachsenden Partner-netzwerk.

IFS ist im deutschsprachigen Raum (D-A-CH-Region) mit der IFS Deutschland in Erlangen und weiteren Niederlassungen in Dortmund, Mannheim und Neuss sowie der IFS Schweiz in Zürich mit insgesamt rund 280 Mitarbeitern vertreten. Zu den namhaften Kunden von IFS D-A-CH zählen zum Beispiel Avanco, Dopag, Doppelmayr, Dürr Dental, Eickhoff, Hama, Huber SE, Huf Hülsbeck & Fürst, K2, Kendrion, LPKF, Marabu, maxon motor, Nova Werke, Osma und Völkl Sports.

#forthechallengers
ifsworld.com/de

IFS VOR ORT

ZENTRALEUROPA
+49 9131 77 340

FRANKREICH, BENELUX UND IBERISCHE HALBINSEL
+33 3 89 50 72 72

GROSSBRITANNIEN & IRLAND
+44 1494 428 900

OSTEUROPA
+48 22 577 45 00

NORDEN
+46 13 460 4000

AMERIKA
+1 888 437 4968

MITTLERER OSTEN UND AFRIKA
+9714 390 0888

ASIEN-PAZIFIK-RAUM
+65 63 33 33 00

COPYRIGHT © 2019 INDUSTRIAL AND FINANCIAL SYSTEMS, IFS AB. IFS UND ALLE IFS PRODUKT- UND DIENSTLEISTUNGSNAMEN SIND WARENZEICHEN VON IFS. ALLE RECHTE VORBEHALTEN. DIESE BROSCHÜRE KANN AUSSAGEN ÜBER ZUKÜNFTIGE FUNKTIONALITÄTEN DER IFS LÖSUNGEN UND TECHNOLOGIEN ENTHALTEN. DIESE DARSTELLUNG SOLL LEDIGLICH ALS INFORMATION DIENEN UND NICHT ALS VERPFLICHTUNG INTERPRETIERT WERDEN. IFS UND ALLE IFS PRODUKTNAMEN SIND TRADEMARKS VON IFS. IN DIESER BROSCHÜRE GENANNTE UNTERNEHMENS- UND PRODUKTNAMEN SIND GEGEBENENFALLS EIGENE TRADEMARKS DER EIGENTÜMER.

Production: IFS Product Management and Development, Mai 2019.