



Darko Švetak
urednik

Švetak Darko



www.linkedin.com/company/irt3000



facebook.com/irt3000



[@irt3000](https://twitter.com/irt3000)

Official Media
Partner of
ISTMA World



» Ste pripravljeni na storitvizacijo?

Po digitalni preobrazbi in industriji 4.0 se proizvodna podjetja soočajo z novo visokotelečno besedo – storitvizacijo. Ta jim, podobno kot druge, napoveduje znatno revolucijo. Pa jo bo lahko uresničila?

V preteklosti je bila povezava med proizvajalci in storitvami nadvse črno-bela. Proizvajalci so izdelovali najrazličnejše izdelke, storitvena podjetja pa so nudila storitve. A časi se spreminjajo. Meje se še naprej brišejo in tako so tudi klasična proizvodna podjetja pred novo preobrazbo, ki ji poveljuje trend storitvizacije.

V zadnjih letih so tako številni proizvajalci začeli med seboj tekmovati ne le z izdelki, temveč predvsem s portfeljem integriranih storitev. Gre za zavedno in zelo učinkovito strategijo, kako doseči pomenljivo diferenciacijo na masovnem trgu. Hkrati pa pomeni tudi to, da izdelki pospešeno postajajo storitve. Proizvajalec kompresorjev tako ne trži več sistemov za komprimiranje zraka, temveč prodaja stisnjen zrak kot storitev. Hilti svojih novjših orodij ne trži več ločeno, temveč v paketu z mesečno naročnino, v katero je zajeto tudi vzdrževanje. Da prav nobena industrija ali izdelek nista imuna na storitvizacijo, dokazuje proizvajalec avtomobilov Volvo, ki enega od svojih novih modelov prodaja s sloganom »Ne kupite tega avta!«, saj stavi na vseobsegajoči najemni poslovni model.

Storitvizacija se je napovedovala že dlje časa. Akademski članki so proizvodna podjetja že pred dvema desetletjema spodbujali k temu, naj se osredotočijo na zadnjega v dobavni verigi – potrošnika/uporabnika. Seveda tak zasuk ni bil mogoč čez noč – podjetja, ki

se ubadajo predvsem z razmišljanjem o tem, kako doseči čim višjo učinkovitost proizvodne linije, čim manj odpada ter urejeno skladiščno poslovanje, se pač močno ločijo od podjetij, ki so svoje poslovanje gradila na tem, da so strankam zagotavljala čim boljše storitve in uporabniške izkušnje. Organizacijsko in kulturno si ti dve vrsti podjetij nista prav blizu. A po novem bo najbolj uspešen njun hibrid.

Med pionirji s področja storitvizacije, ki so jo prignali do zavidljivega nivoja, velja izpostaviti Rolls Royce, Xerox in celo londonško podzemno železnico. Ti so se resnično poglobili v to, kaj pričakuje končni uporabnik njihovega izdelka oziroma storitve ter jim zagotovili najboljšo rešitev ali storitev. Rolls Royce zanesljiv in udoben prevoz brez razmišljanja o vzdrževanju vozila, Xerox neprekinjeno tiskanje, londonska podzemna pa točne in cenovno dostopne transportne povezave, na katere se potniki lahko vsak hip zanesejo. Kdor se poglobi v analizo teh podjetij, hitro najde skupne točke: poslušanje in razumevanje potreb končnih uporabnikov, operativno odličnost in kakovosten izdelek/storitev.

Danes lahko storitvizacijo že razvrstimo v tri nivoje, odvisno od vrednosti, ki jo prinaša uporabniku. Nekatera podjetja tako nudijo le osnovne storitve – predvsem izdelek kot storitev, druga dodajo še vzdrževanje, upravljanje na daljavo in tehnično podporo, tretja pa že uvajajo napredne poslovne modele plačila po dejanski uporabi, zagotavljanja storitev in morebitne brezšivne integracije v poslovna okolja.

Je vaše podjetje že na zemljevidu storitvizacije?

Preverite, ali je žreb tokrat izbral vas!

Vmesno žrebanje v veliki nagradni igri za naročnike revije IRT3000

Pri reviji IRT3000 vas, cenjeni naročniki, kar naprej razvijamo. Skrbimo za vašo odlično obveščenost, izobraževanje in včasih tudi za razvedrilo.

V tokratnem žrebanju med našimi zvestimi naročniki, nagrado (igra LESS) prejmeta:

- PIŠEK - VITLI KR PAN, d.o.o., Franc Pišek, Šmarje pri Jelšah
- KAMOT SISTEMI D.O.O., Matjaž Kamnik, Prevalje

Sodelujte tudi vi. Podaljšajte naročnino ali izpolnite naročilnico na spletni strani www.irt3000.si. **Letna naročnina znaša samo 50 evrov, naročnina na e-revijo pa 30 evrov.**