



SERVITIZATION: UNE INTRODUCTION

Descriptions des Cours

La transition d'une entreprise purement orientée produits vers une entreprise balançant produits et services n'est en aucun cas un changement facile. Ce n'est pas aussi simple que de livrer de nouveaux produits sur le marché car cela nécessite de nouveaux processus et approches qui peuvent aller à l'encontre des entreprises de fabrication existantes. L'objectif de cet atelier d'introduction de deux jours vise à présenter les raisons pour lesquelles les services sont importants et ensuite de fournir des exemples de sept défis qui peuvent prévenir ou retarder la livraison de nouveaux services.

Pendant ces deux jours, vous identifierez les étapes concrètes que vous pourriez suivre dans votre propre entreprise pour l'introduction et l'optimisation de services. Vous allez ensuite être en mesure d'évaluer les possibilités de transformation des services et d'entreprendre des étapes de mise en œuvre concrètes pour lancer vos activités de développement de services afin qu'ils soient en ligne avec les résultats de vos clients et vos capacités.

Objectifs

- Comprendre l'importance du service à la clientèle et l'aider à aider votre

entreprise et vos clients.

- Être capable de définir le rôle du support client pour vos produits et comment cela contribue à améliorer les chances de ré-achat.
- Être en mesure d'identifier les formes de soutien à la clientèle qui sont utiles pour vous et vos clients.
- Pour partir avec une liste de quick-wins pouvez-vous améliorer votre prestation de service.

Pour Qui

- Les gestionnaires et les dirigeants qui sont responsables de la prestation de services, de la conception de services et du service après-vente.
- Les gestionnaires et les dirigeants dans le développement de nouveaux produits et le développement d'entreprise.

Tarifs des Cours

Prix Early Bird: 1,350 CHF. Prix Normal: 1,500 CHF

Durée

2 jours

Enseignant



Shaun West

Shaun West a passé 18 ans dans le département après-vente de GE Energy Services (Italie), Sulzer Rotating Equipment Services (Suisse) and RWE (Royaume-Uni) avant d'accepter un poste académique à Hochschule Luzern. Dans chacun de ses rôles, la stratégie de prix a toujours eu un aspect important de l'estimation de la valeur ajoutée, aux transactions fusions et acquisitions en passant par les

contrats de service. Plus récemment, il combine son expérience en industrie avec la rigueur académique pour étudier les enjeux présentés par les systèmes service-produits dans le domaine industrielle.