Palvelullistamisella lisäbisnestä valmistavaan pk-teollisuuteen

7.11.2019

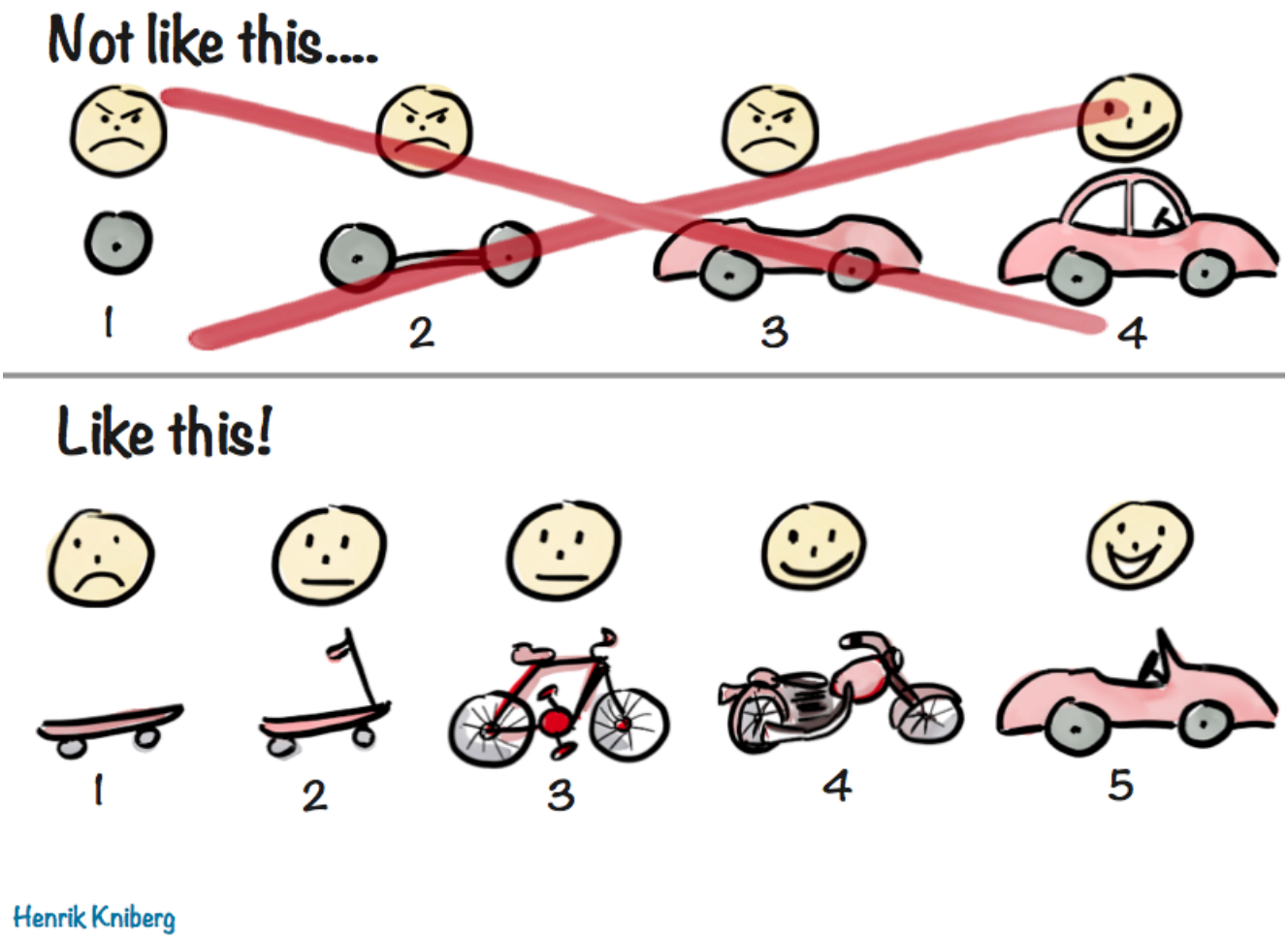
Palvelullistaminen (*engl. servitization*) on yksi nykypäivän kehitystrendeistä valmistavan teollisuuden yrityksissä. Palvelullistamisella yritys pyrkii tarjoamaan teollisten tuotteiden lisäksi palveluita, jotka täydentävät yrityksen tuoteperhettä ja luovat näin ollen asiakkaalle uutta lisäarvoa (Smith et al., 2014). Voidaankin perustellusti todeta, että yritykset pyrkivätkin strategisesti parantamaan markkina-asemaansa sekä ylläpitämään kilpailukykyään palvelullistamisella (Lightfoot et al., 2013). Tuotteiden ja palveluiden monipuolisuus mahdollistaa valmistavan teollisuudelle monimutkaisempien ja -puolisten innovaatioiden tuottamisen sekä myös mahdollisesti täysin uusien markkinoiden avautumisen.

Neljännen teollisuuden vallankumouksessa digitalisaation rooli on keskeinen, mikä mahdollistaa uudenlaisten digitaalisten palveluiden tuottamisen ja tarjoamisen asiakkaalle sekä tuotteen loppukäyttäjälle. Sensorit, älykellot ja muut mobiililaitteet mahdollistavat kommunikoinnin asiakkaan kanssa siten, että asiakas saa siitä selkeästi lisäarvoa. Uudet palveluinnovaatiot mahdollistavat modernin digitaalisen liiketoiminnan yrityksille muun muassa keinoälyn ja koneoppimisen myötä. Asiakas voidaan kytkeä palvelullistamalla yrityksen ydinprosesseihin, mikä osaltaan sitouttaa hänet myös yrityksen tuotteisiin ja niiden kehittämiseen.

Suuret yritykset, kuten KONE, Sandvik ja Siemens ovat hyviå esimerkkejä suurten yritysten palvelullistamisesta, mutta valmistavan teollisuuden pk-yritykset voivat niin ikään kehittää palveluita ja tätä kautta parantaa markkina-asemaansa sekä tuottaa kassavirtaa palveluiden avulla. Valmistavan teollisuuden pk-yrityksissä palvelullistaminen vaatii kuitenkin alkusysäyksen ja tarpeen kirkastamisen.

Palvelullistaminen ketterästi

Palvelullistaminen on yksinkertaisuudessaan palveluiden kehittämistä ja suunnittelua yrityksen omat nykyiset tuotteet ja asiakastarpeet huomioiden. Lisäksi palvelut pyritään paketoimaan olemassa olevien tuotetarjonnan osaksi. Valmistavan teollisuuden pk-yrityksissä resurssien määrä vaatii kuitenkin uudenlaista tarkastelua aiheeseen liittyen. Samaan aikaan vaaditaan pilotointia sekä ketteryyttä palveluiden kehittämisessä. Onnistuminen on pk-yritysten kehittämistyössä tärkeää. Perinteinen palvelusuunnitteluprosessi voi olla liian raskas valmistavan teollisuuden pk-yritykselle aina palvelun vaatimusmäärityksestä liiketoiminta-alueen määritykseen. MVP-mallilla ja -prosessia (*engl. Minimum Viable Product*) on mahdollista hyödyntää uusien palveluinnovaatioiden tuottamisessa eri tavoin.



Kuva 1. Minimum Viable Product (Kniberg, 2016)

Ries (2011) määrittää MVP-tuotteen olevan sellainen tuote tai palvelu, millä suunnittelutiimi pystyy keräämään riittävän määrän tietoa asiakkailta sekä oppimaan asiakasnäkökulmia tuotteeseen tai palveluun liittyen mahdollisimman pienellä panostuksella. Tällöin tuotteesta tai palvelusta tuleekin asiakkaalle juuri hänen tarpeeseensa sopiva. Tällöin kehittämistyössä lähdetään liikkeelle mahdollisimman pienellä resurssimäärällä huomioiden asiakkaan alkuperäinen tarve (kts. kuva 2). Digitaalisten palveluiden kehittämisessä MVP-mallin hyödyntäminen on nykypäivänä hyvin normaalia. Näistä yksittäisiä hyvin tunnettuja esimerkkejä ovat mm. Facebook, Uber ja Spotify (Krawczyk, 2017). Esimerkkejä MVP-mallilla kehitetyistä digitaalisista palveluista löytyy täältä. Esimerkeistä on hyvä hakea oppia myös valmistavan teollisuuden pk-yrityksiin.

Uudet digitaaliset palvelut voivat kytkeytyä muun muassa yrityksen tuotteisiin uuden tiedon valossa. Muun muassa anturit mahdollista tiedon keräämisen nykypäivänä eri tavoin ja myös hyvin vaihtelevissa olosuhteissa. Anturien keräämää tietoa voidaan hyödyntää eri tavoin digitaalisissa palveluissa. Tiedon tuottaminen ja analysointi on nykypäivänä helpohkoa eri tavoin, mutta oleellinen kysymys edelleen kiteytyy asiakkaaseen sekä asiakkaan kokemaan lisäarvoon. Digitaalisilla palveluilla voidaan monipuolistaa tarjontaa, mutta palveluiden kehittämistyössä tulee mennä samalla tavalla kuin aina ennenkin: asiakas ja hänen tarpeensa edellä.

Ari Sivula, KTT

Lähteet

Krawczyk, R. (2017). 15+ Examples of Successful MVPS. Software Brothers. Saatavissa: https://softwarebrothers.co/blog/15-examples-of-successful-mvps/ [8.10.2019]

Kniberg, H. (2016). Making sense of MVP (Minimum Viable Product) – and why I prefer Earliest Testable/Usable/Lovable. Crisp. Saatavissa: https://blog.crisp.se/2016/01/25/henrikkniberg/making-sense-of-mvp [8.10.2019]

Lightfoot, H., Baines, T. & Smart, P. (2013). The servitization of manufacturing: A systematic literature review of interdependent trends. International Journal of Operations & Production Management, vol. 33 no. 11-12, pp. 1408-1434

Ries, E. (2011). The Lean Startup. How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses. London: Portfolio Penguin

Smith, L., Maull, R. and C.L. Ng, I. (2014), Servitization and operations management: a service dominant-logic approach. International Journal of Operations & Production Management, vol. 34 no. 2, pp. 242-269