

Vom IT-Dienstleister zum Service Provider

Erweitern Sie Ihren Servicekatalog mit innovativem Service Design und überzeugen Sie Ihre Kunden mit nutzerzentrischen Services

Das IT-Dienstleister-Dilemma

Als IT-Dienstleister Ihrer Muttergesellschaft haben Sie viele Jahre lang zuverlässig IT-Infrastrukturen betrieben, geduldig deren Geschäftsziele unterstützt und deren Fachabteilungen jeden Wunsch von den Augen abgelesen. Gewissenhaft haben Sie auch Ihre Hausaufgaben gemacht und ein IT Service Management eingeführt und die IT-Infrastruktur laufend aktualisiert. Und plötzlich soll das nicht mehr genügen?

Die Fachabteilungen mieten mehr externe Software-as-a-Service an, fordern mehr Agilität von der IT und selbst Datensicherheit ist bald kein Argument mehr um die Auslagerung von vielen IT-Leistungen zu verhindern. Neue Softwareparadigmen wie Microservices und DevOps tun ein Übriges, um die alte, heile IT-Welt auf den Kopf zu stellen. Zeit, umzudenken und vom IT-Dienstleister zum Service Provider zu werden.

Die großen Cloud-Anbieter wie Amazon Web Services, Microsoft Azure und andere haben inzwischen nahezu unschlagbare IaaS- und PaaS-Serviceportfolios aufgebaut und erweitern diese zügig. Die Kunden wählen einfach aus deren Servicekatalogen und

zahlen nur für das was sie benötigen. Aber liefern diese Angebote auch den Mehrwert, den Ihr Kunde wirklich braucht? Hier liegen Ihre Chancen.

Zum Service Provider werden

Service Provider zu werden, bedeutet mehr als eine virtualisierte IT-Infrastruktur aufzubauen und als Private Cloud zu betreiben. Gefordert ist vielmehr ein Wandel zum proaktiven Verstehen der Kundenbedürfnisse, smarten Vereinbaren von leistungsfähigen Ökosystemen und innovativen Verpacken der Resultate in abrufbare Lösungsangebote.

Hier sind die Elemente einer erfolgreichen Service Provider-Transformation:

- Strategie: Wie positionieren wir uns?
- Design: Wie entwickeln wir Services?
- Portfolio: Wie vermarkten und pflegen wir Services?
- Delivery Networks: Wie und mit wem liefern wir die Services?
- Cost Recovery: Wie bepreisen und berechnen wir die Services?

Selbstverständlich bedarf es dazu neue und veränderte Prozesse und Rollen, sowie eine veränderte Organisation, die das neue Operations Model trägt.

Take Aways

- Fachabteilungen wandern in die Cloud aus, fordern standardisierte und abrufbare Services, nach Nutzung verrechenbar
- Der Wandel zum Service Provider bietet Chance um wichtiger Partner des Kunden zu bleiben
- Transformation ist eine gesamtheitliche Aufgabe mit Menschen, Prozessen und Tools
- Wählen Sie einen Berater der, neben Erfahrung, Modelle, Prozesse und Methoden für den Weg zum Service Provider mitbringt und der betriebswirtschaftlich und produktorientiert denkt
- Wichtig ist ein modularer Beratungsansatz mit modernen Methoden aus dem Innovation-, Service- und Lean Management, der individuell auf Ihre Anforderungen und Situation abgestimmt wird
- Mit begleitendem Coaching müssen die neuen Prozesse im Unternehmen verankert werden

INSERVATE Consulting - Inspiring Digital Service Innovation

Die kompetente Unternehmensberatung für Service Innovation durch digitale Transformation:

- INSERVATE – das heißt SERVICE gepaart mit INNOVATION
- We walk the talk: INSERVATE Consulting ist ein modernes Start-Up, das mit einem Netzwerk von erfahrenen Spezialisten zusammenarbeitet, die bei Bedarf in die Projekte eingebunden werden

Unsere Themen: ■ Service Management ■ Service Design ■ Innovation Coaching ■ Project Management
 ■ Digitalisierung ■ Cloud & Digital Workplace

Strategie und Portfolio

Der Wechsel vom Dienstleister zum Serviceanbieter stellt einen fundamentalen Wandel im Geschäftsmodell dar, weil die Initiative für die Ent-



wicklung einer Lösung nicht mehr vom Kunden ausgeht und folglich die Verantwortung für den finanziellen Erfolg zum Provider wandert.

Um Risiken zu minimieren, muss eine geeignete Positionierung und Übergangs- bzw. Parallelstrategie (bimodal) erarbeitet, Prozesse für das Portfolio Management (Service-Idee, Entwicklungsentscheidung, Produktsteuerung) müssen etabliert werden.

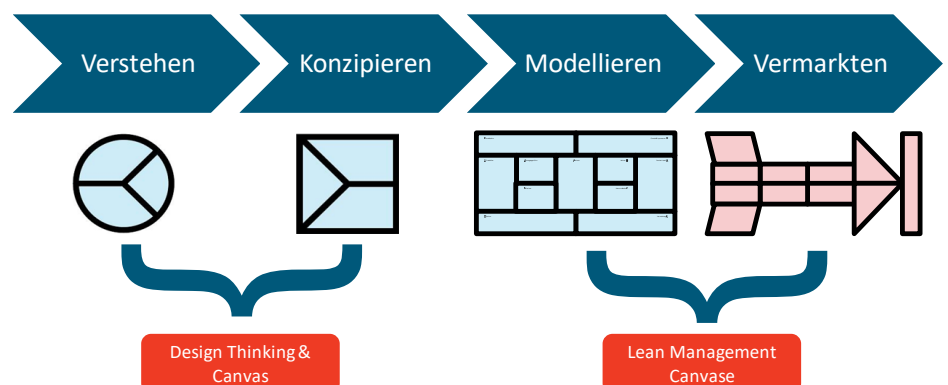
Design und Delivery

Erfolgreiche Services treffen die Bedürfnisse der Kunden – wenn man sie kennt. Mithilfe von Design Thinking- und oder Lean Management-Methoden, wie dem Value Proposition Canvas, werden zukünftig Anforderungen und Alleinstellungsmerkmale nutzerzentriert erforscht und Lösungskonzepte dafür erdacht und erprobt.

Werkzeuge wie der IT Service Canvas unterstützen bei der Formulierung des Business Modells von Services

durch Berücksichtigung aller wesentlichen Faktoren des zukünftigen Service, wie Lösungsarchitektur, Mengengerüste, Partner und Produktionseinrichtungen, Kosten und Verrechnungsmodelle.

Ein Marketing Canvas kann als Hilfsmittel zur Erarbeitung und Darstellung der Kunden- und Nutzerkommunikation, der Positionierung und Servicekatalogstruktur und vielen anderen Aspekten dienen, die für die Vermarktung eine Rolle spielen.



Cost Recovery

Die Bepreisung und Abrechnung von Services ist eine Herausforderung, besonders für den Drittmarkt. Klassische interne Verrechnungsmodelle

sind nicht mehr anwendbar, weil nicht cloud- oder service-üblich.

Aus der vorhandenen Kostenträgerarchitektur - oder im Zuge der Einführung aufzubauende Stückkostenkatalogen - müssen aggregierfähige Kostenmodellbausteine entwickelt werden, die auf die neuen Services anwendbar sind. Zur Erhebung der Kostenrohdaten werden pragmatische Accounting- und Abrechnungsverfahren gebraucht.

Beratung und Coaching

Sichern Sie sich für das Projekt einen Berater, der die passenden Werkzeuge und Methoden mitbringt, um die Transformation im Unternehmen anzustoßen und voranzutreiben und vor allem auch betriebswirtschaftlich und produktorientiert denkt. Ein derartiges Projekt ist kein Technikprojekt! Die Veränderungen müssen mit begleitendem Coaching während und

nach der Einführung im Unternehmen verankert werden. Nur so sind Sie als Service Provider später autark und können Ihren Servicekatalog konsequent und nachhaltig weiter ausbauen und pflegen.