

Motivations

Economic motivations:

1. Reduction of the products profitability and (presumed) better margins obtainable with the services
2. Greater stability of revenues and cash flows that services can provide

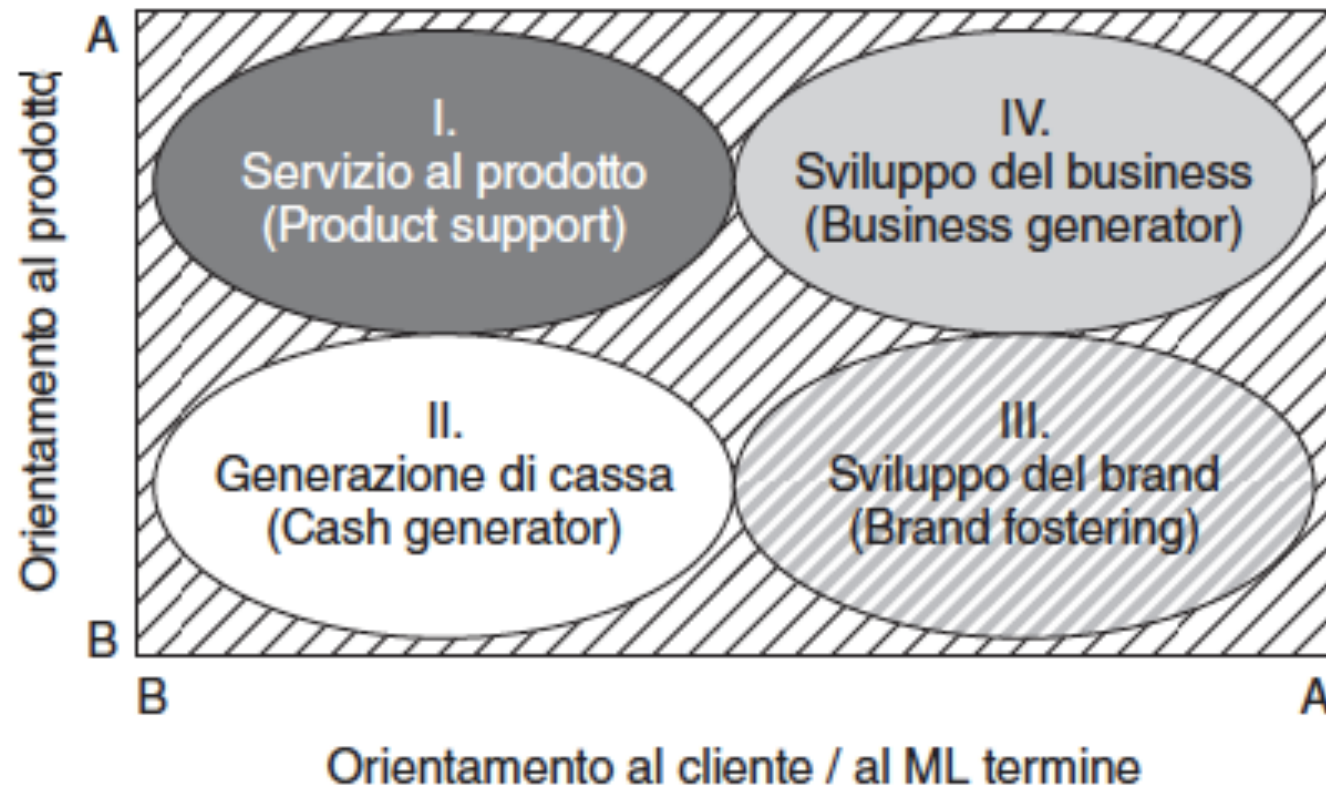
Marketing and strategic motivations:

1. Adding service to the product is considered a way to differentiate company's offer from that of competitors and gain a competitive advantage
2. Service is normally a process in which two parties interact and therefore has a relational value that the product normally has not

Servitization Benefits

- **Financial:** service, linked to the product, can be a source of additional financial flows
(e.g. the combined purchase of a car and the insurance policy offered by the manufacturer, or the combined purchase of an aircraft engine and flight hours)
- **Strategic;** associating a service with a product allows easier product differentiation
(e.g. accessing iTunes by purchasing the iPhone)
- **Marketing;** sale of the service can trigger sale of the product
(e.g. food and wine tasting events)

Servitization Strategies



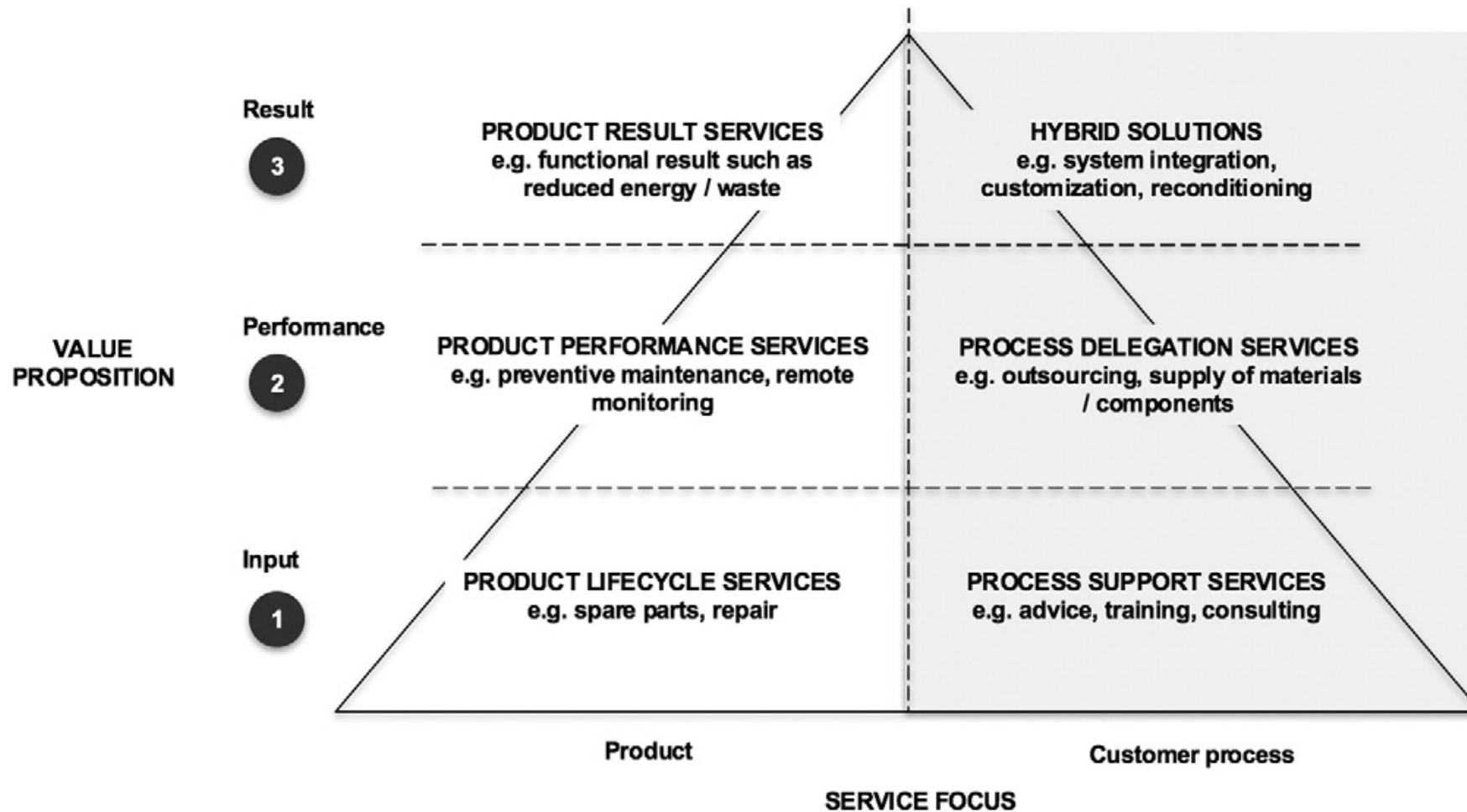
Servitization Strategies, Meaning

I. Servizio al prodotto (Product support)	<ul style="list-style-type: none">• Fornire il minimo di assistenza tecnica e servizi accessori necessari per legge e per mantenere la funzionalità del prodotto.• L'assistenza è «un male necessario» che incide sui profitti.
II. Generazione di cassa (Cash generator)	<ul style="list-style-type: none">• Generare flussi di cassa mediante la vendita di servizi e parti di ricambio.• L'attività si avvantaggia della «cattura» del cliente, «obbligato» a comperare ricambi (e altri servizi) dal produttore originale.
III. Sviluppo del brand (Brand fostering)	<ul style="list-style-type: none">• Costruire la soddisfazione del cliente, differenziare l'offerta di prodotto-servizio, influire sulle intenzioni di acquisto del prodotto. Fidelizzare il cliente tramite la qualità del servizio.• Orientamento al valore d'impresa a medio-lungo termine.
IV. Sviluppo del business (Business generator)	<ul style="list-style-type: none">• Creare valore mediante l'offerta di una ampia gamma di servizi venduti anche «come prodotti» di qualità, innovativi ed economici, anche sulla base di ricerche di mercato mirate a individuare business opportunity.• L'attività viene spesso svolta nell'ambito di una Business Unit indipendente.

Typologies of Products-Services

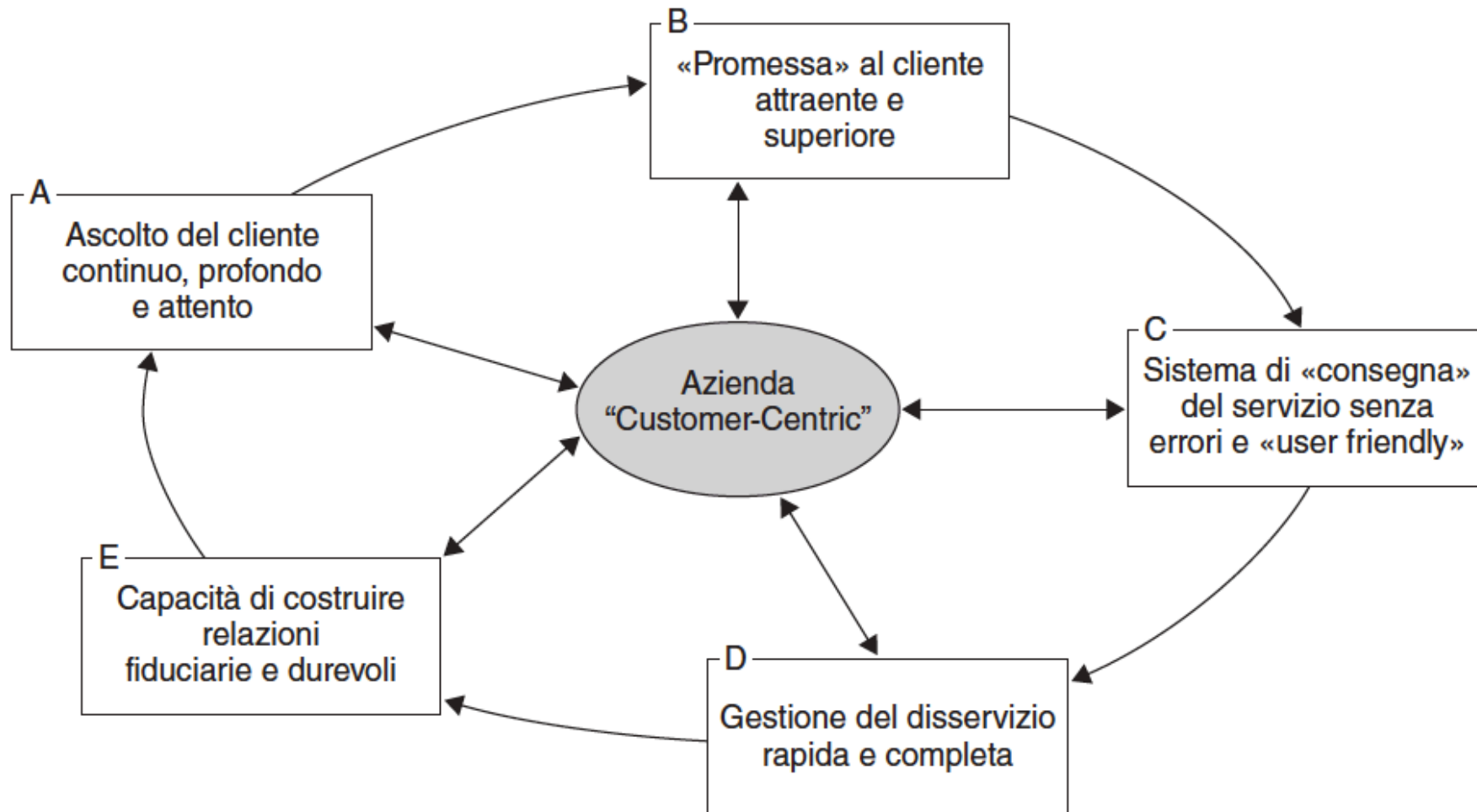
Tipo di prodotti-servizi	Natura	Proprietario del prodotto	Fornitore del servizio	Esempi
Connessi tecnicamente al prodotto	Connaturati al prodotto. Ne consentono l'utilizzo	Cliente	Produttore o terzi	Installazione, manutenzione, ricambi, garanzie sugli elettrodomestici
Integrazione a valle	Aggiungono agevolazioni per l'utilizzo del prodotto	Cliente	Produttore	Finanziamento, assicurazioni, consulenza sui computer
Orientati all'uso	Consentono di utilizzare, senza fastidi, il prodotto quando è necessario	Produttore	Produttore	Full leasing, sharing, pooling di automobili
Orientati al risultato	Assicurano al cliente i risultati della prestazione che desidera dal prodotto, anche su un periodo esteso (ciclo di vita del prodotto)	Cliente	Produttore	Sistemi di printing forniti come parte di una soluzione organizzativa di document management

Servitization Process



Source: based on Kindström & Kowalkowski (2014, p. 102); Ulaga and Reinartz (2011, p. 17)

Servitization Service System



Digital Servitization

- Potential explosion of "**digital services incorporated in a physical product**"
- **Digital technologies** constitute the physical-cybernetic infrastructure for continuous evolution, based on the incessant flows of information and knowledge
- Thus requires an incessant increase in the **companies skills** to measure themselves against a world characterized by digital ubiquity and ubiquitous computing

New Skills



DATA ANALYSIS & MANAGEMENT

- 1. Research, acquisition, elaboration, analysis and interpretation of data**
- 2. Protection of data & digital assets (cybersecurity)**

Data Scientist and
Cybersecurity
Expert



DIGITAL CREATIVITY

- 1. Creation of digital contents**
- 2. Development of back-end and front-end software, database, scripts.**
- 3. Critical Thinking and problem-solving, creativity, ideation of digital solutions and models.**

Service Architect and
Digital
Communication
Expert



INNOVATION APPETITE

- 1. Scouting new technologies,**
- 2. Evaluating risk, cost and opportunity of technology-driven innovation**
- 2. Managing innovation projects**

Project Manager

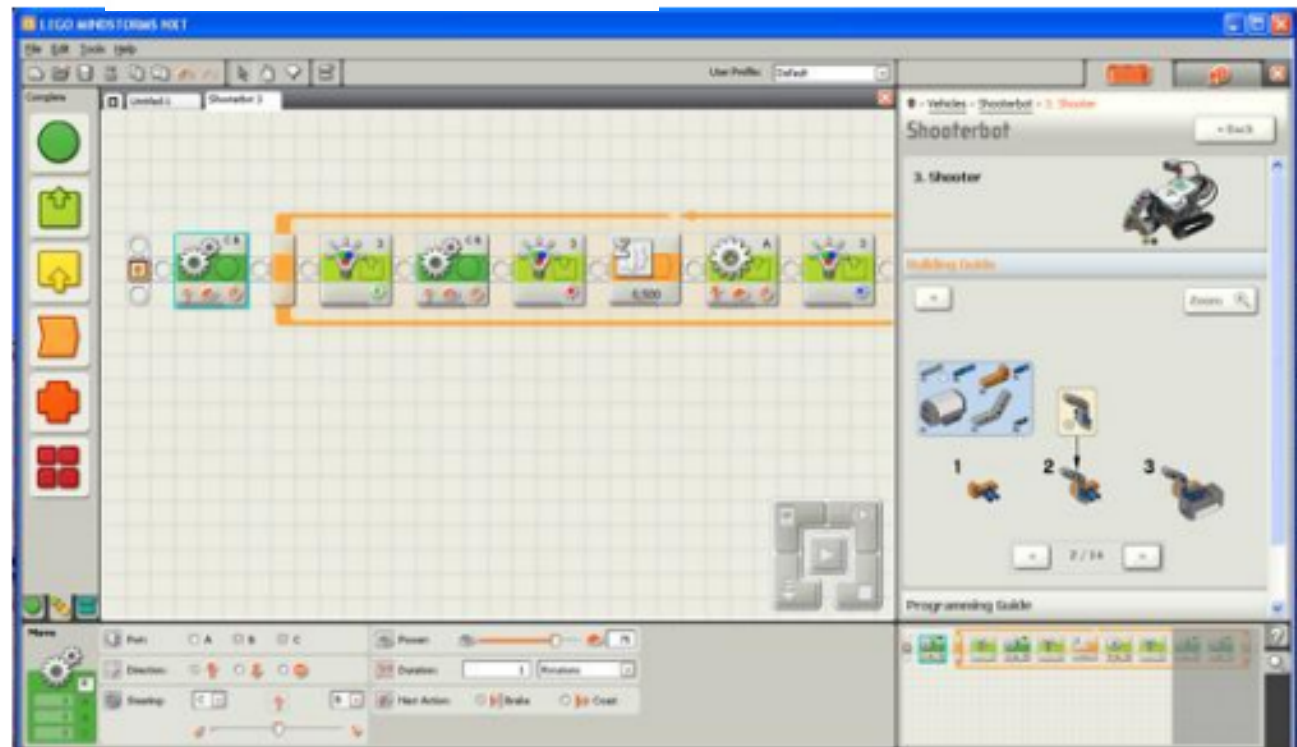


SOFT SKILLS

- 1. Communication**
- 2. Teamwork attitude**
- 3. Leadership**
- 4. Orientation to results**

HR Manager
and Social Media
Manager

Examples



Examples



Contact points between KM & Servitization

