

Serviceinformationen zur richtigen Zeit am richtigen Ort

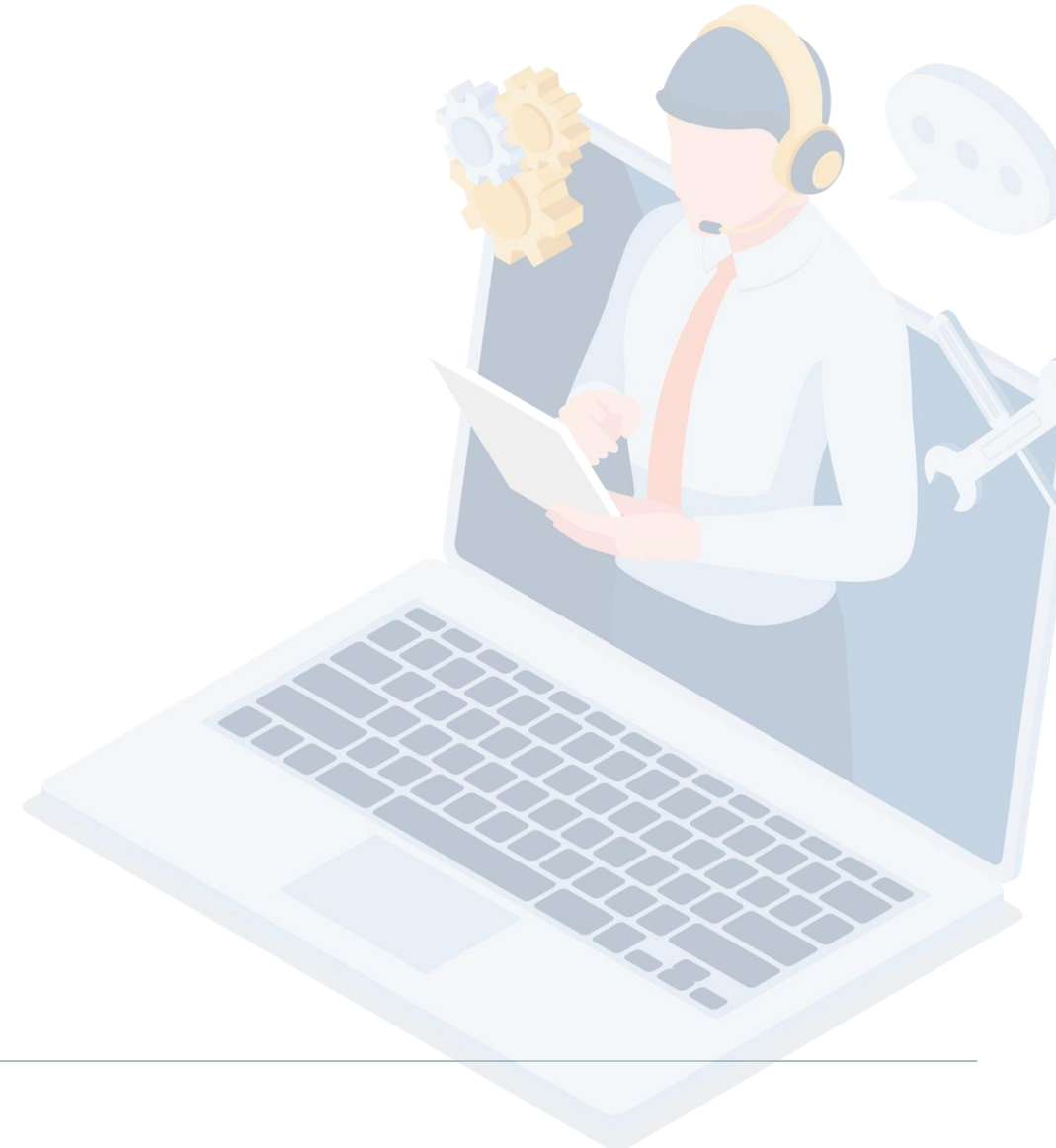
gdslive 2023

Dr. Stefan Bradenbrink, PANTOPIX



Agenda

1. Service – Strategien und Trends
2. Ziele und Ist-Zustand
3. Soll-Zustand





Dr. Stefan Bradenbrink

Partner & Senior Consultant

Über 20 Jahre Erfahrung mit Serviceprozessen und -strategie, Informationsprozessen sowie Informationsbereitstellung. Experte für Value Management und Customer Experience.

Über PANTOPIX

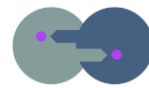


Turning information into value - unabhängige Beratung für intelligente Lösungen.



Beratung

- Informations-, System- und Prozessanalysen
- Datenmodellierung
- Serviceprozesse



Umsetzung

- Wissensgraphen
- CCMS, CDP, PIM etc.
- XML, DITA, iRDS
- Integration und Migration



Betrieb

- Cloud-basierter Service
- Infrastruktur

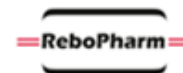


VOITH



SARTORIUS

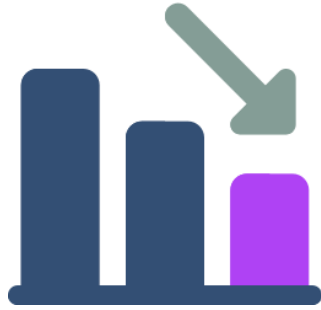
Honeywell



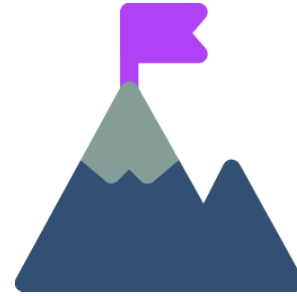
KAVO
Dental Excellence

Service – Strategien und Trends

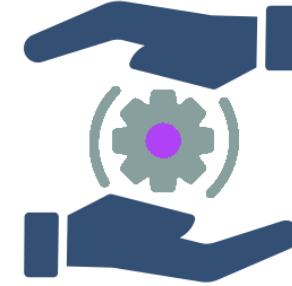
Service



Sinkende Gewinnmarge



Kritischer Erfolgsfaktor für
Unternehmenserfolg



Service Strategien



Service Trends

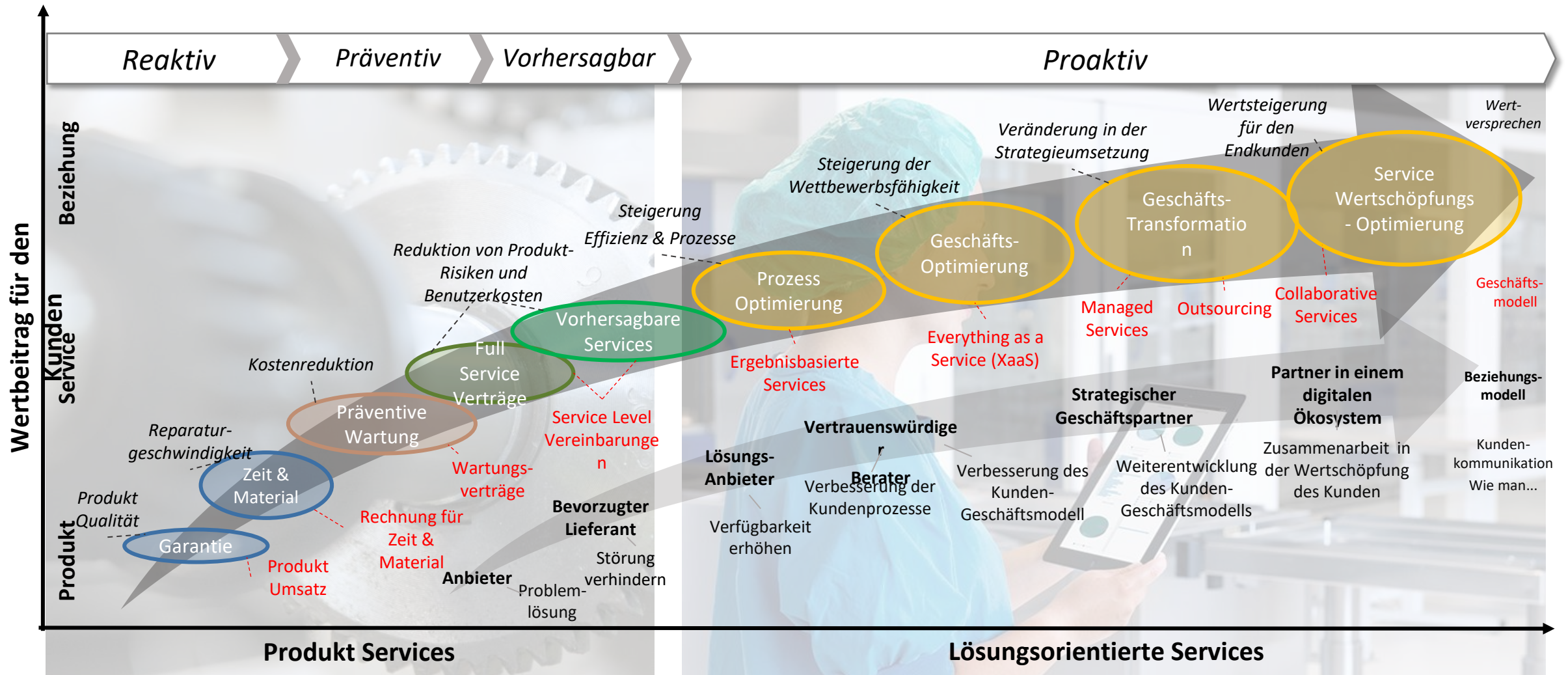


Bedarfsgerechte
Informationen



Informationen
am Point and Moment
of Need

Noventum Service Wachstumsmodell



Service - Trends



Smarte Informationen



Ziele und Ist-Zustand

Entscheidende Fragen

- Was sind die operativen und strategischen Ziele?
 - Wo stehen wir heute?
 - Informationen
 - Metadaten
 - Prozesse
 - Systeme
 - Welche Informationen werden benötigt?
 - Von wem – Rollen- | Ausbildungsspezifisch
 - Wofür – Aufgaben- | Produktspezifisch
 - Wann – moment of need
 - Wo – point of need
 - Wie – Ausgabemedien | -geräte
 - Wie können die operativen und strategischen Ziele erreicht werden?
- WP1: Vision Workshop
 - WP 2: As-is Assessment

 - WP 1: Vision Workshop, WP 3: Customer Analyse

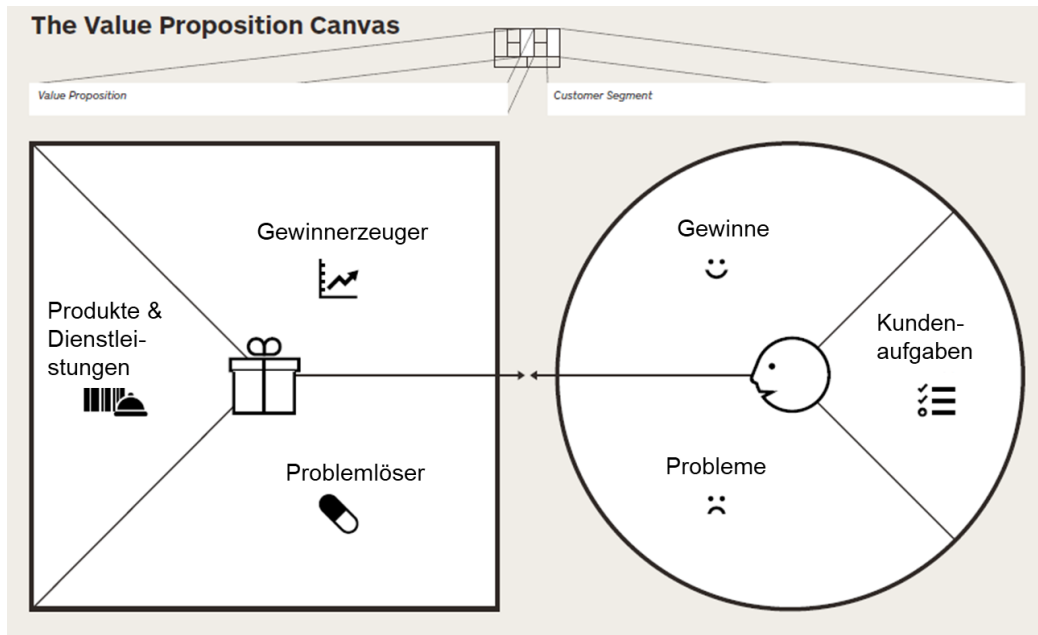
 - WP 4: Roadmap



- Strategische und operative Ziele
- Initiativen und Projekte
- Expectation Management
- Fokussierung auf Ziele
- Kommunikation

I-Bedarfsanalyse – Value Proposition Design

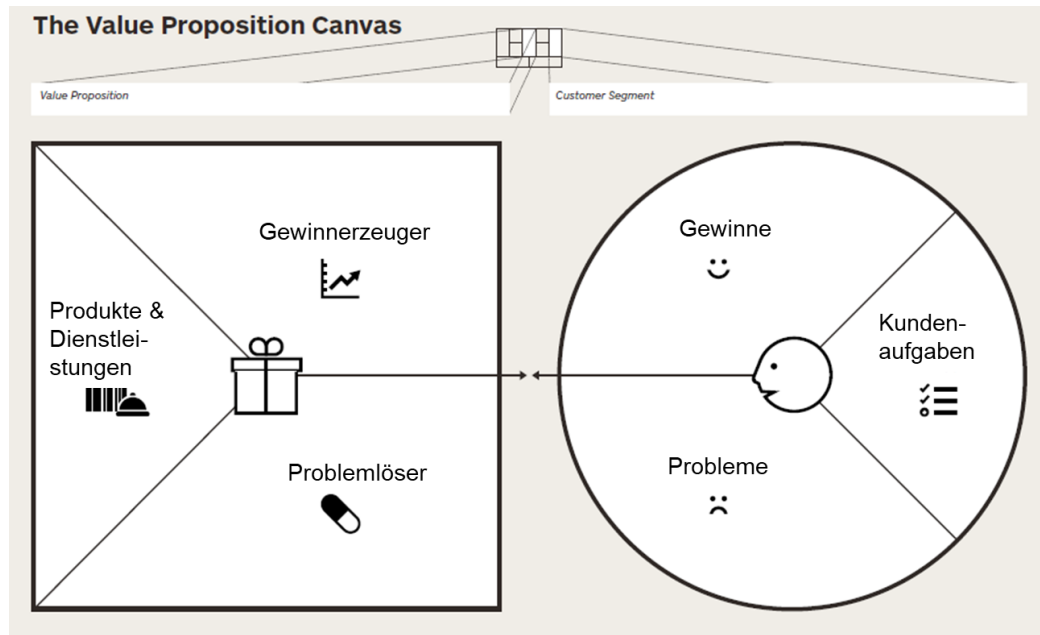
Value Proposition Design von Strategyzer
(www.strategyzer.com)



Ziele

- Neue Wertangebote (Produkte & Services) entwickeln, die die Kunden wirklich wollen | benötigen
- Existierende Wertangebote prüfen, ob die Kunden sie noch benötigen
- Kunden kann ein externer Kunde, aber auch ein interner Kunde sein

I-Bedarfsanalyse – Value Proposition Design



Informationsersteller

- Redakteur
- Trainer
- Techniker
- Supportler
- ...

Informationsnutzer:

- Techniker
- Supportler
- Monteur
- Trainer
- Kundendienst
- Vertrieb
- Marketing
- F&E
- ...

Value Proposition Design – Beispiel Service Manager

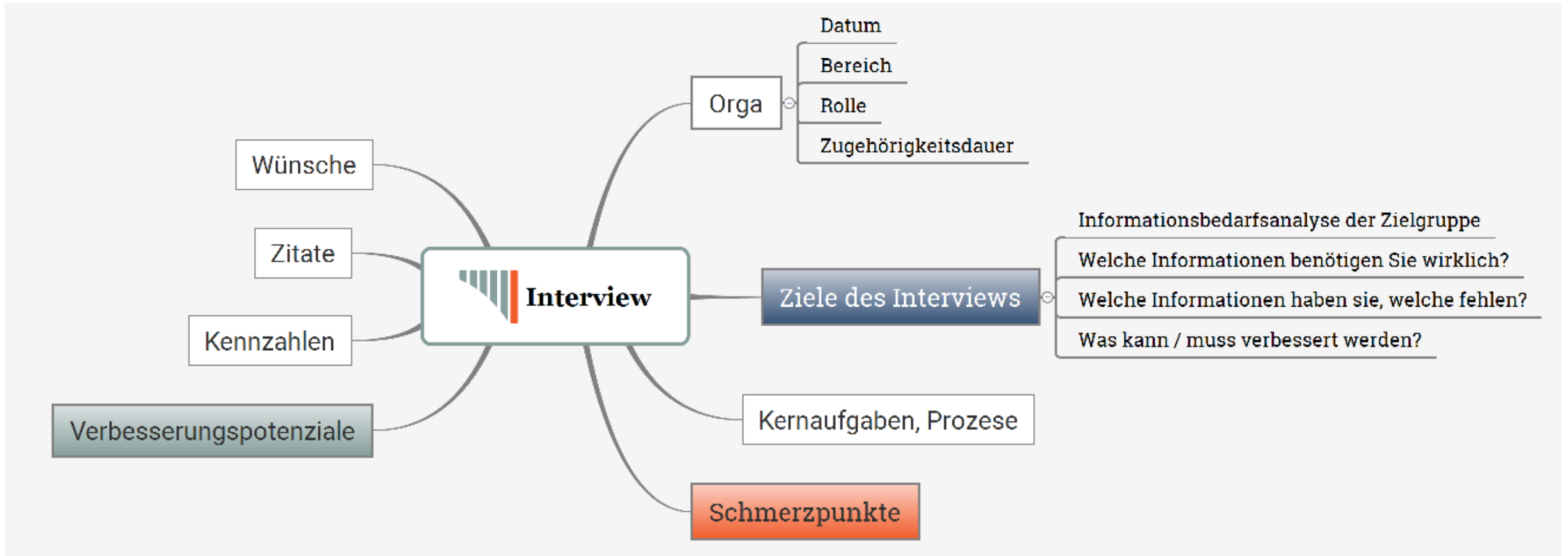
PANTOPIX

Turning Information into Value

SERVICE



I-Bedarfsanalyse – Interviews



I-Bedarfsanalyse – Elektronische Befragung

- Sinnvolle Ergänzung zu den persönlichen Interviews
- Kann vor und/oder nach den persönlichen Interviews durchgeführt werden
- Vorsicht bei der Interpretation der Ergebnisse
- Betriebsrat frühzeitig einbinden

- Typische Fragenbereiche:
 - Nutzen der technischen Dokumentation
 - Qualität der Dokumentation/Informationen
 - Technische Dokumentation Marktbegleiter und Zuliefere
 - Thesen zur Verbesserung
 - Persönliches

Informations-Erstellung



Abteilung



Dokument-/Informationstyp



- a) Für wen/Zielgruppe?
- b) Für welche Aufgaben?
- c) Wie ist der durchschnittliche Dokumentenumfang?
- d) In wie viele Sprachen wird das Dokument übersetzt?
- e) Was sind die durchschnittlichen Update-Zyklen?

recherchieren

- a) Welche Infos benötigen Sie für die Erstellung der Dokumentation?
- b) Wo bekommen Sie die Infos her?
- c) Wie bekommen Sie die Infos?

erstellen

- a) Was sind die Inhalte?
- b) Welche Metadaten werden vergeben?
- c) In welchem System erfassen Sie die Dokumente?
- d) Wo speichern Sie die Dokumente?

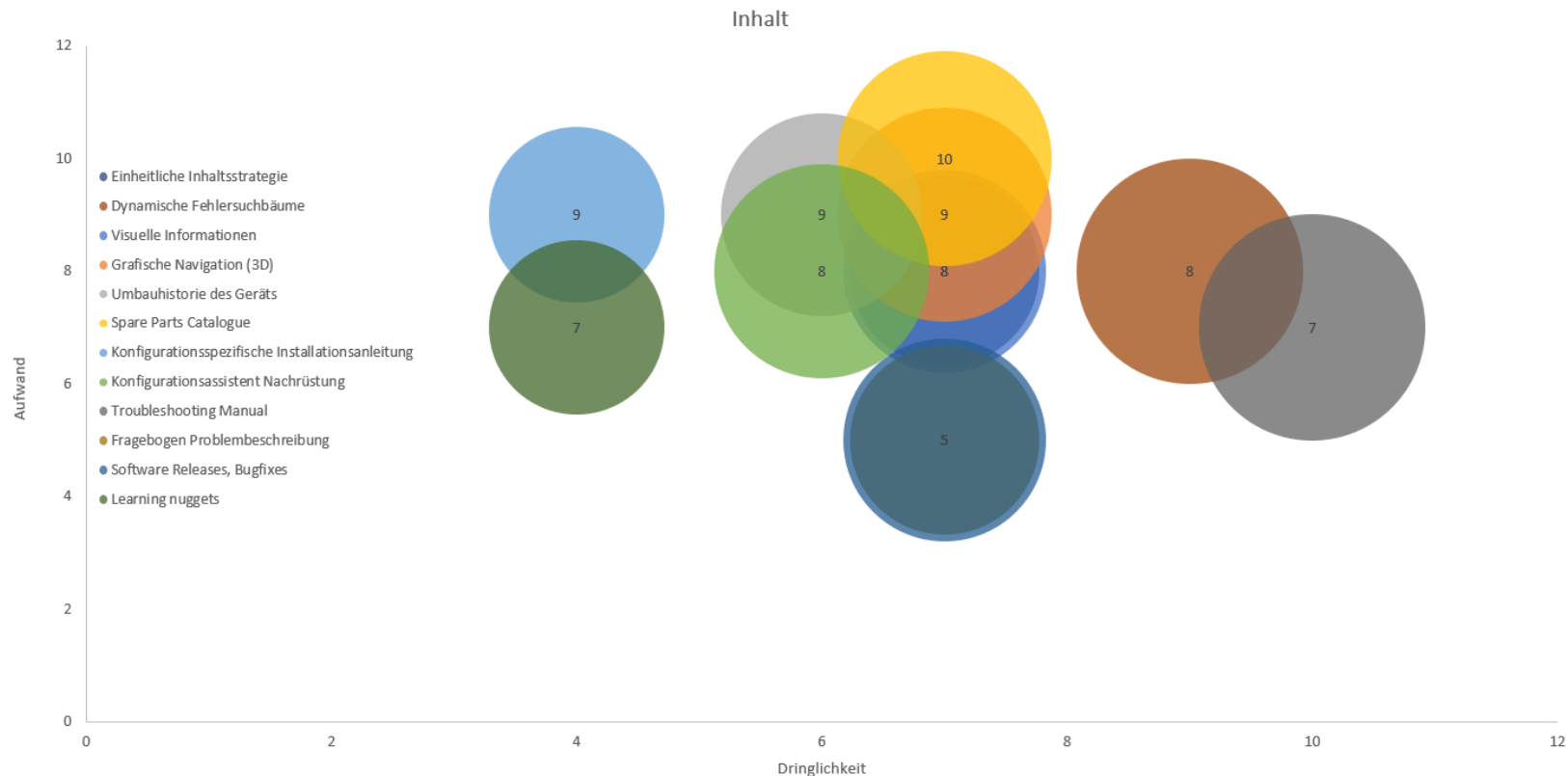
bereit stellen

- a) In welchem System stellen Sie die Dokumente bereit?
- b) Wie stellen Sie die Dokumente bereit?

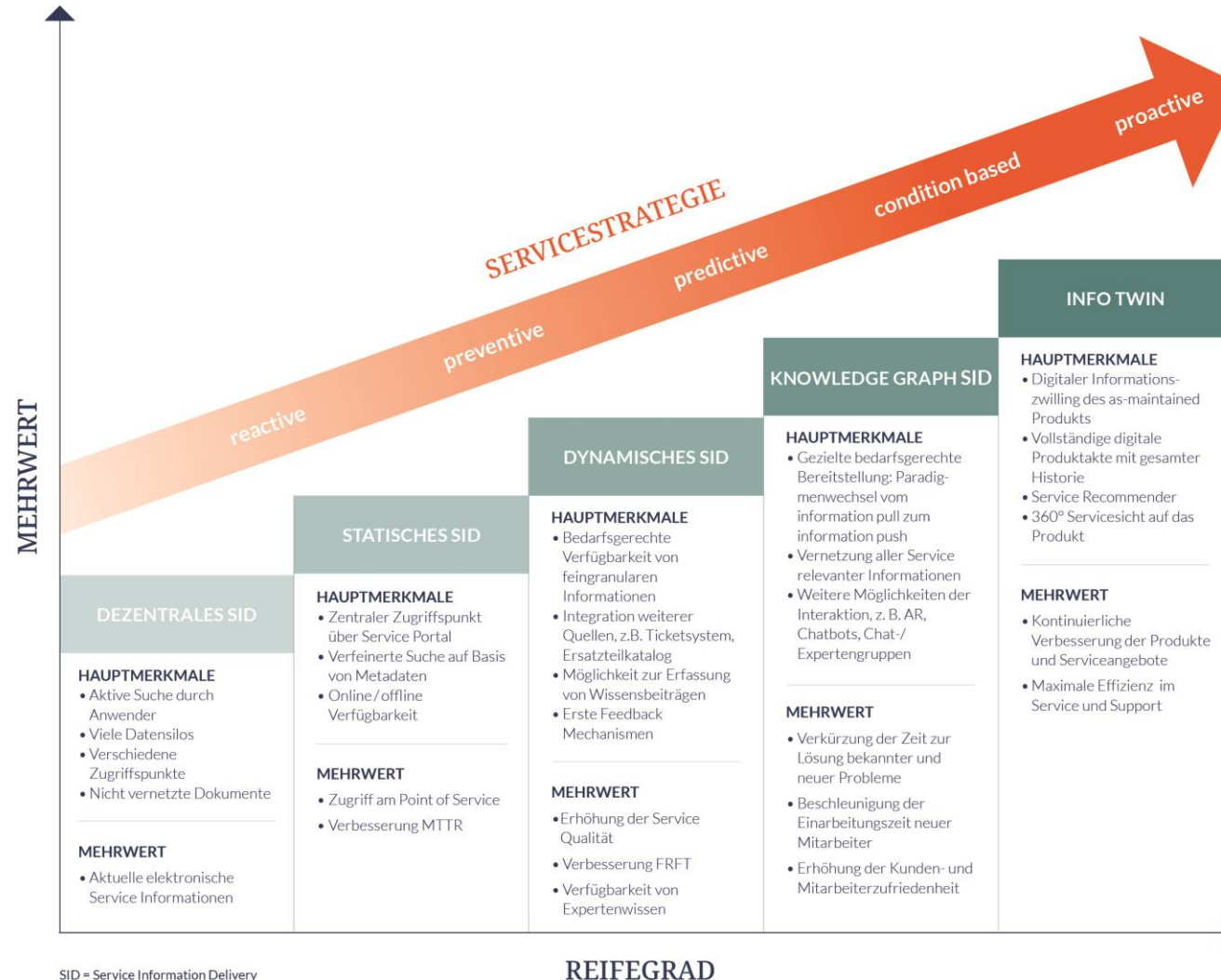
Soll-Zustand

Priority Matrix – Beispiel

Opportunity	Beschreibung	Technische Doku			Service			Support			Unternehmen		
		Dringlichkeit (x-Achse) 1 - 10	Aufwand (y-Achse) 1 - 10	Benefit (Größe) 1 - 10	Dringlichkeit (x-Achse) 1 - 10	Aufwand (y-Achse) 1 - 10	Benefit (Größe) 1 - 10	Dringlichkeit (x-Achse) 1 - 10	Aufwand (y-Achse) 1 - 10	Benefit (Größe) 1 - 10	Dringlichkeit (x-Achse) 1 - 10	Aufwand (y-Achse) 1 - 10	Benefit (Größe) 1 - 10



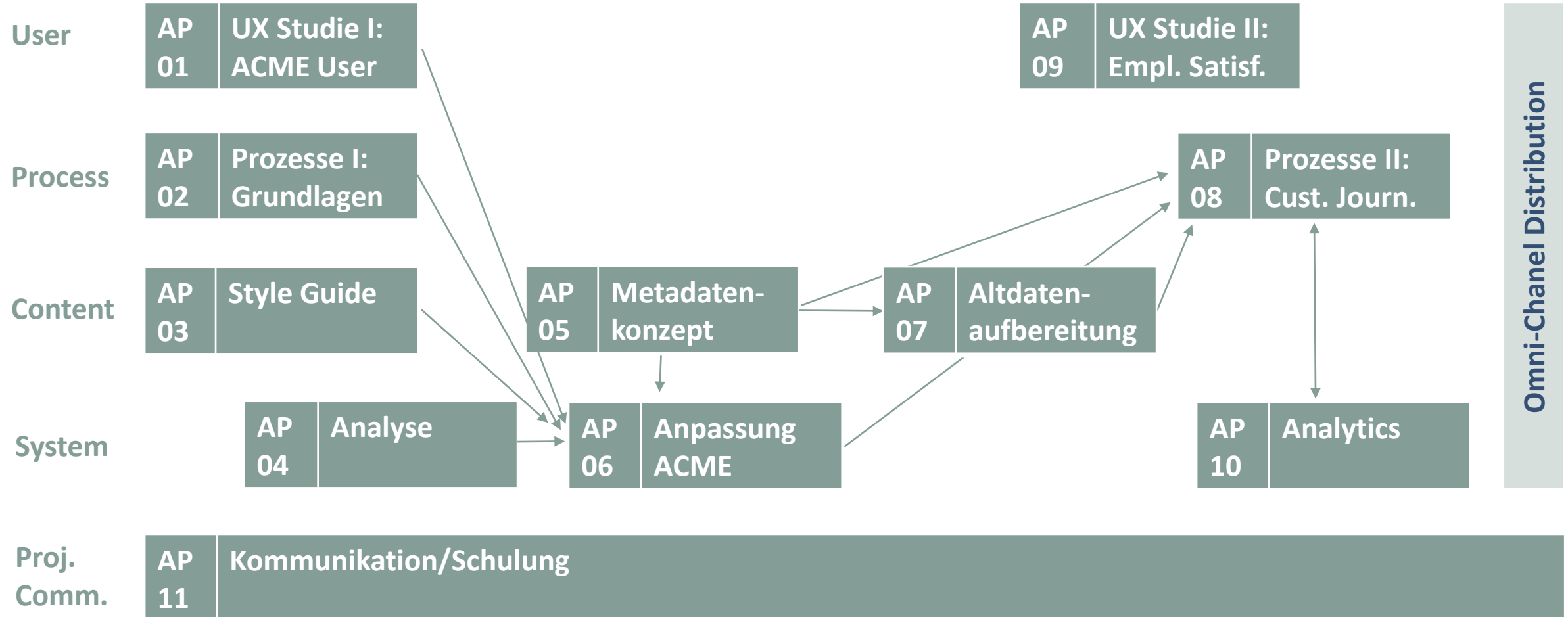
Service Information Delivery – Reifegradmodell



Handlungsempfehlungen: Überblick

Grundlagen („fix the basics“)

Ausblick („future enhancements“)



Steckbrief

AP 05: Metadatenkonzept

AP 05	Metadatenkonzept
Ziele	Metadaten für die Klassifikation der Wissensartikel festlegen.
Aktivitäten/ Leistungen	Arten von Wissensartikeln identifizieren, Klassifikationssystematiken/Taxonomien erarbeiten (z. B. bzgl. Produkte, Informationen, etc.), Thesaurus erstellen (inkl. Vorzugsbenennungen, Alternativbenennungen, Hyperonymen/Hyponymen, etc.).
Ergebnisse/ Mehrwert	<ul style="list-style-type: none">• Wissensartikel können nach einem klaren Muster (ggf. mehrfach) klassifiziert und gefunden werden.• Wissensartikel können untereinander vernetzt werden.• Metadatenkonzept ist Basis für Vorschlagswesen.• Metadatenkonzept ist Basis für mögliche Altdatenaufbereitung mittels KI-Methoden.• Metadatenkonzept ist Basis für Omni-Chanel Distribution und kann flexibel erweitert werden.
Abhängigkeiten	<ul style="list-style-type: none">• Festlegungen aus AP 03: Style Guide• Aktuelle Strukturen/Systematiken
Aufwand (in MT)	

Starten Sie ihre Reise jetzt!





Dr. Stefan Bradenbrink

Partner & Senior Consultant

stefan.bradenbrink@pantopix.com

+49 (0) 7520 956 28 03

Besuchen Sie uns auf www.pantopix.com

Folgen Sie uns auf [XING](#), [LinkedIn](#) und [Twitter](#)!



Fragen und
Antworten!