

Erfolgsstrategien für führende Vertriebs- und Serviceorganisationen in der vernetzten Aftermarket-Serviceökonomie



Die Lieferung von Produkten wird immer komplexer. Dies zwingt die Vertriebs- und Serviceorganisationen im Aftermarket dazu, ihre Arbeitsweisen grundlegend zu digitalisieren. Die Notwendigkeit zur Vernetzung von Wertschöpfungsketten ist wichtiger denn je, um schnellere und reaktionsfähigere Abläufe zu ermöglichen.

Eine kürzlich durchgeführte Studie hat ergeben, dass ein grundlegendes Umdenken bei den Geschäftsmodellen stattfindet, und zwar von der traditionellen, nicht-digitalen Fertigung hin zur Maximierung des Angebots als post-digitales Technologieunternehmen. Dies stellt für die Branche Herausforderung und Chance zugleich dar.

[Lesen Sie die ganze Geschichte](#)

Was sind die maßgeblichen Herausforderungen und Prioritäten für den Aftermarket-Vertrieb und -Service?



Rationalisieren von Prozessen und Verbessern der unternehmensweiten Ausfallsicherheit und Vorhersagbarkeit



Erfüllen von wechselnden Kundenwünschen



Erfüllen von Nachhaltigkeitszielen



Maximales Verständnis für die Vorgänge im Anlagevermögen



Dies wiederum führt zu einem verstärkten Druck auf die Bilanzen, die Kosten und die Menschen in den Bereichen Wartung, Betrieb und Lieferkette, da die Unternehmen ihre größten Probleme in der Produktion sehen. Mehr als 99,6 % der Fertigungsunternehmen wollen die Ersatzteilversorgung, die Preisgestaltung für Ersatzteile und das Service Lifecycle Management optimieren und ihre Technologie und Ingenieure qualifizieren.



[Mehr erfahren](#)

Wie gelangt man dorthin?

Digitalisieren des Geschäftsmodells für den produzierenden Aftermarket zur Steigerung der Effizienz und zur Senkung der Betriebskosten



Zukunftssichere Umsätze und Margen mit Aftermarket-Teilen und Serviceverträgen



Akzeptieren der neuen Serviceökonomie

Verknüpfen von Bestand, Preisgestaltung und Servicebereitstellung für belastbarere, intelligentere und kostensparendere Abläufe



Erzielen eines **besseren Serviceerlebnisses** über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg, indem die Kundenbedürfnisse in den Mittelpunkt des unternehmerischen Denkens gestellt werden



Steigern der **Serviceoptimierung** und der Effizienz in der gesamten Wertschöpfungskette, um die Art und Weise zu revolutionieren, wie der Kundenservice erbracht wird



Ermöglichen eines **größeren Servicewachstums** durch die Transformation der gesamten Wertschöpfungskette, um die neue Dienstleistungswirtschaft zu stärken



Einzigartig geeignet für Ihren Erfolg



Unsere Lösungen sind in einzigartiger Weise über alle Prozesse, Abläufe und Datensilos hinweg miteinander verbunden



Wir sind führend bei Innovation, Skalierbarkeit und Co-Creation



Stärken Sie Ihren Fokus auf den Aftermarket-Vertrieb und das Service Lifecycle Management



Mehr erfahren

Laden Sie den vollständigen Bericht **Build a Resilient Aftermarket Service Business** (Aufbau eines stabilen Aftermarket-Servicegeschäfts) herunter, der die Herausforderungen und Chancen für den Aftermarket-Service anhand der Meinungen und Perspektiven von 500 Entscheidungsträgern aus den Bereichen Service und Lieferkette eingehend untersucht.

Kontaktieren Sie uns über www.syncron.com/contact um zu erfahren, wie genau wir Ihnen bei der Ersatzteilplanung und -bepreisung sowie bei der Transformation zur Serviceökonomie helfen können.

