

La servitisation numérique, de nouvelles opportunités pour les fabricants de produits

18 novembre 2020, 01:00

La servitisation numérique est un type spécifique de servitisation. Dans ce nouveau modèle de revenus, la valeur est créée grâce à des services numériques qui enrichissent un produit physique. Les exemples les plus parlants sont les objets intelligents où les services facilitent l'utilisation du produit. Mais le concept peut être poussé jusqu'au produit complet proposé en tant que service. Découvrons les enjeux de cette nouvelle manière d'innover.

Quels sont les opportunités de la servitisation numérique ?

À une époque où la concurrence augmente et la durée de vie moyenne des produits se raccourcit en raison d'une variabilité accrue des produits, le passage à la servitisation numérique offre de nombreuses nouvelles opportunités pour les fabricants de produits. Tout d'abord, les services supplémentaires aident un produit à se différencier de la concurrence. Ensuite, la conclusion d'un contrat de service avec un client permet de construire des relations à plus long terme et de mieux comprendre ses besoins. Cette « intimité client » accrue génère généralement plus de revenus tout au long du cycle de vie du produit. Il permet également au constructeur de produits de recueillir des informations précieuses à partir des données d'utilisation des produits collectées. Elles peuvent ainsi, par exemple, être utilisées pour améliorer la conception de futurs produits.

Quels sont les nouveaux défis observés le plus souvent ?

Tout d'abord, il faut que le constructeur améliore le produit physique avec la technologie nécessaire et l'équipe d'une série de senseurs connectés qui vont lui permettre, pour commencer, de collecter des données et de les analyser pour obtenir des informations utiles. Deuxièmement, l'entreprise doit choisir le modèle commercial qui répond le mieux possible aux besoins de ses clients. Enfin, l'étape la plus complexe est le passage de l'idée de servitisation numérique à un premier prototype. A cette étape, l'entreprise est confrontée à une multitude de choix, que nous appelons chez Sirris la « paralysie du produit intelligent ». En accompagnant les entreprises tant au niveau commercial que technologique, nous aidons les entreprises à surmonter cette phase et atteindre les étapes suivantes.

Quels sont les impacts sur la stratégie et le fonctionnement de l'entreprise ?

Cette transition de modèle d'entreprise a un impact sur un certain nombre d'aspects organisationnels. Pour s'adapter à ce passage d'un transfert de propriété ponctuel à la maintenance continue d'un produit numérique complémentaire, une entreprise doit se doter de nouvelles compétences pour maîtriser ces nouvelles capacités technologiques. En outre, dans la plupart des cas, cela nécessite également un modèle d'organisation plus collaboratif, dans lequel

des synergies avec d'autres parties prenantes de la chaîne de valeur doivent être établies pour gérer cette nouvelle relation avec le client. Pour terminer, la servitisation numérique déclenche un certain nombre de questions juridiques liées à la propriété des données collectées à partir du produit et à la confidentialité d'une part ainsi que la nécessité de proposer des contrats de service clairs aux clients d'autre part.

Sirris propose, parmi ses services, un accompagnement des entreprises qui souhaitent se lancer dans une réflexion sur la servitisation numérique. Le centre de recherche propose des ateliers collectifs pour appréhender le concept, les aspects technologiques et commerciaux ainsi qu'un suivi individuel, la réalisation d'études de faisabilité, de prototypes, etc...

Intéressé d'en savoir plus ? Prenez directement contact avec [nous](#).

Ce blog est basé sur un [article publié dans le CCI mag'](#).

Auteurs