

# **Smart Services**

Mit digitalen Dienstleistungen  
in die Zukunft

Herausgeber:  
Kompetenzzentrum Smart Services

 LOG\_X

# Der Inhalt

## Vorwort

Kapitel 1:

### **Smart Services als Erfolgsfaktor für Dienstleister**

*von Thomas Meiren, Michaela Friedrich, Alexander Gorovoj,  
Christian Schiller*

#### **1.1 Der Dreiklang**

#### **1.2 Mit Smart Services neue Märkte erschließen**

Zwei langfristige Trends

Ein neuer Typus an Dienstleistungen entsteht

#### **1.3 Digitalisierungslücke bei kleinen und mittleren Betrieben**

Ein Bündel an Hemmnissen

#### **1.4 Erste Schritte in Richtung Smart Services**

Die zweifache Blickrichtung

Nutzen für die Kunden stiften

Der technische Kern

Im Fokus: der Prozess

Das Erlebnis inszenieren

#### **1.5 Es wird kein ‚Zurück‘ geben: Ausblick**

Kapitel 2:

### **Take Off**

Geschäftsmodellentwicklung durch Smart Services

*von Giuseppe Strina, Christophe Said, Beatrice Ernst, Daria Hüge*

#### **2.1 Megatrend Digitalisierung**

Ein intensiver Strukturwandel

Wenn sich Wertschöpfungsprofile verändern

#### **2.2 Geschäftsmodellentwicklung und Smart Services**

Innovative Dienstleistungsangebote

Smart Service-Ökosysteme

Smart Service Systeme

## **2.3 Digitalisierung und traditionelle Handwerkskunst verknüpfen**

Bäcker Baier – ein Beispiel aus der Praxis

Der ‚digitale Backzettel‘

Angebote individuell zuschneiden

## **2.4 Ein kurzes Fazit**

Kapitel 3:

### **Von der Idee zum Markt**

Smart Services erfolgreich entwickeln

*von Abdul Rahman Abdel Razek, Daniela Fehrenbach, Christian  
van Husen*

#### **3.1 Use Cases im industriellen Kontext**

Der Dreiklang

#### **3.2 Service Prototyping**

Das Big Picture

Explorieren, evaluieren, kommunizieren

Die Gestaltungsdimensionen

Hauptattribute als Bewertungsgrundlage

#### **3.3 Der Service Prototyping-Prozess**

Ideen finden

Anforderungen definieren

Den Service designen

Implementieren

Kapitel 4:

**Aus Daten Mehrwert schaffen – mit Hilfe von KI**

Smart Services erfolgreich entwickeln

*von Philipp Christel*

**4.1 KI im Mittelstand – ein Überblick**

„Intelligenz“

Der Reifegrad: Wie weit ist das eigene Unternehmen?

KI kauft man nicht wie ein Produkt

**4.2 KI implementieren**

In 8 Schritten zum Erfolg

Das Vorgehen im Detail

**4.3 Potenzielle Anwendungsfälle**

Eine Inspirationsquelle

Kapitel 5:

**Optimale Perspektiven für alle**

Mitarbeitende für die digitale Zukunft begeistern

*von Stefan Schweiger, Valerie Bass, Julius Taubert*

**5.1 Eine innovative Unternehmenskultur**

Charakteristika

**5.2 Change Management: Worauf es ankommt**

Mitarbeitende fördern und fordern

Das House of Change

**5.3 Die Generation Z**

Als Arbeitgeber attraktiv werden

Das Werteleitbild

**5.4 Digital Leadership leben**

Das Geheimnis der virtuellen Führung

Führen aus der Distanz

Kapitel 6:

**Am Anfang steht die Google-Recherche**

Oder: Warum alles unsichtbar wird, was digital nicht sichtbar ist  
von Olaf Deininger

**6.1 Womit alles beginnt**

Gewandeltes Verbraucherverhalten  
Fotografieren verboten. Eigentlich.

**6.2 Der Waschvollautomat-Effekt**

Wenn der Suchbegriff ins Leere geht  
Es hängt von der Zielgruppe ab

**6.3 Kognitive Dissonanzen besser vermeiden**

Persönliche Empfehlungen – noch immer wichtig  
Kontaktaufnahme? Fehlanzeige!

**6.4 Ein kurzes Fazit**

Kapitel 7:

**Der Blick von außen**

Mit Beratern Smart Services gestalten  
von Ewald Heinen, Henrik Lerche, Jochen Siegele

**7.1 Einblick mit Ausblick**

Die Studie

**7.2 Eine erste Sondierung vornehmen**

Inspirationsquelle Video-Podcasts  
Eine virtuelle Rundreise starten

**7.3 Externe Expertise ins Haus holen?**

Erstgespräche sind meist kostenlos  
Den Einsatz ‚präventiv‘ planen

**Ausblick: Wohin die Reise geht**

Portraits

Das Kompetenzzentrum Smart Services

Literaturauswahl

Bibliografische Angaben und Impressum