

TEKZONEFORUM 053

MO. 29. AUG. 2005, 17:00 UHR

MASS CUSTOMIZATION & PERSONALIZATION

INDIVIDUALITÄT IN MASSEN:
MIT NEUEN IT- KONZEPTEN ZUM ADAPTIVEN
DIENSTLEISTUNGS-DESIGN

WIRD PRÄSENTIERT VON

netcetera

MEDIENPARTNER

netzwoche

Mike Franz

2005-08-29, 1700 – 1800 Uhr

Agenda

- I Objectives
- II Introduction
- III Best-Practices & Pitfalls
- IV Wrap-Up

- V Open Discussion

Objectives

MCP – Mass-Customization and Personalization

INDIVIDUALITÄT IN MASSEN: MIT NEUEN IT-KONZEPTEN ZUM ADAPTIVEN DIENSTLEISTUNGS-DESIGN

MASSIVE INDIVIDUALITY: WITH NEW IT-CONCEPTS TOWARDS AN ADAPTIVE SERVICE-DESIGN

After this short introduction of definitions and best practices we would like to discuss

- Products vs. Services – any Differences?
- What are the Challenges?
- Is the Technology available?

Introduction

Mass Customization and Personalization – Definition

Mass Customization and Personalization (MCP) aims to provide goods and services that best serve individual customers' personal needs with near mass production efficiency.

Introduction

Mass Customization and Personalization

Advantages

- high coverage of customer needs
- lower inventories (build to order)
- charge a premium

Disadvantages

- longer delivery times (build to order)
- customer needs time to specify exact requirements
- confusion in the selection process

Introduction

Definition – Configurable Services

Intangible products with a significant **service dimension**, which can be **customized** to **individual specifications** from a **set of options** designed to meet a **pre-determined** range of **customer needs**.

Introduction

Physical Products vs. Intangible Products (i.e. Services)

- services are **delivered as is** (no build process, no inventory)
- life-time of **customer relationship** typically **longer** for services
- the **process structure** is typically **more complex**
- spending time for configuration is acceptable for service customers
- because of its intangibility, service customers might be overwhelmed by the given option complexity
- in a service business, a premium is not acceptable even though the service might be tailored to the individual's needs

Introduction

Configurable Services

- .. until recently, services have mainly been sold through sales representatives, because of
 - n complex and unstructured services
 - è no componentization
 - è no productizing
 - è no process structure
- .. bottom line for configurable service
 - è **streamlining of processes & products**
 - è **self-servicing (internal and external) enables a more efficient sales process (e.g. online-commerce)**
 - è **customer can contribute to the innovation process**

Introduction Service Configurator

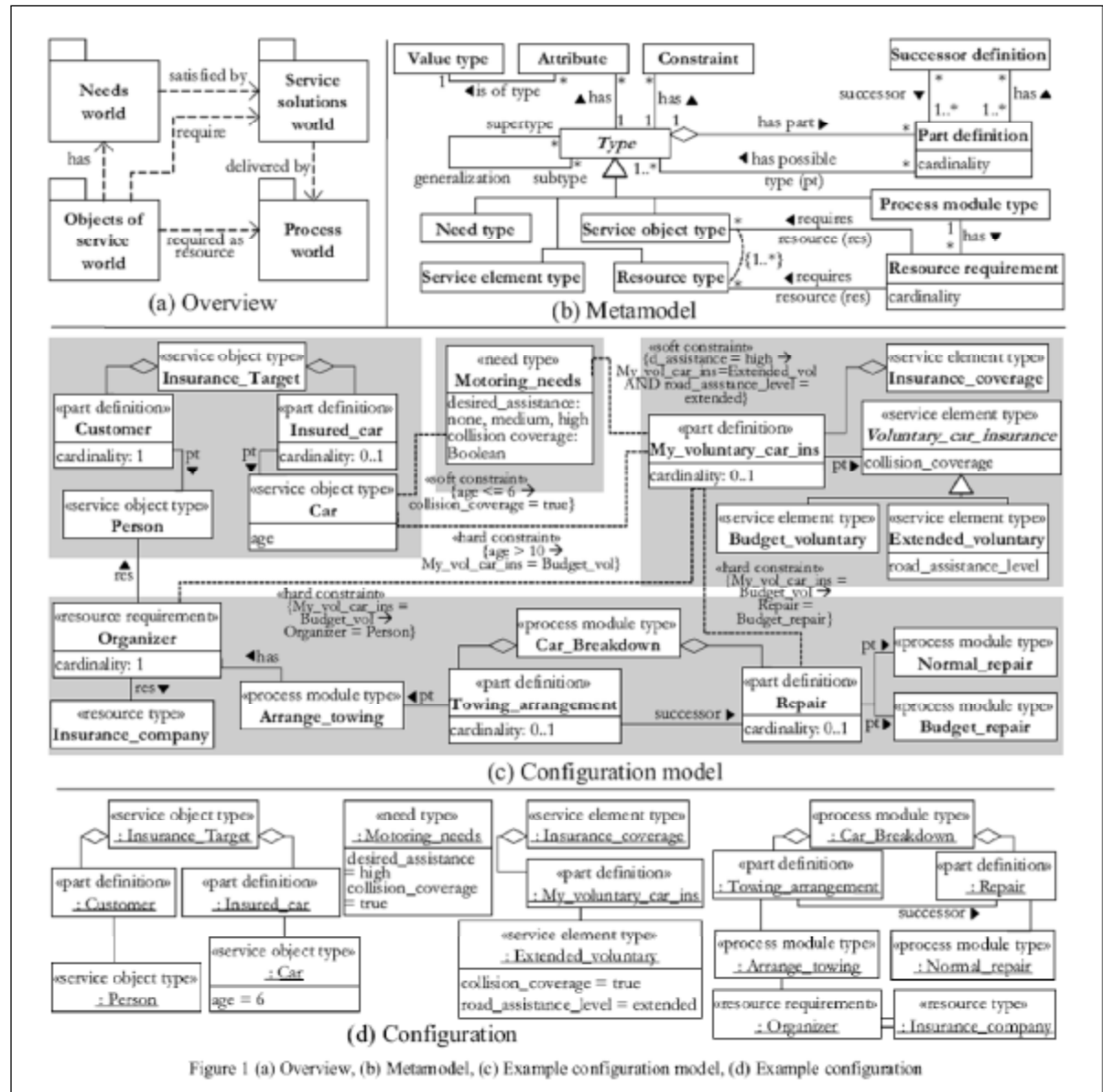
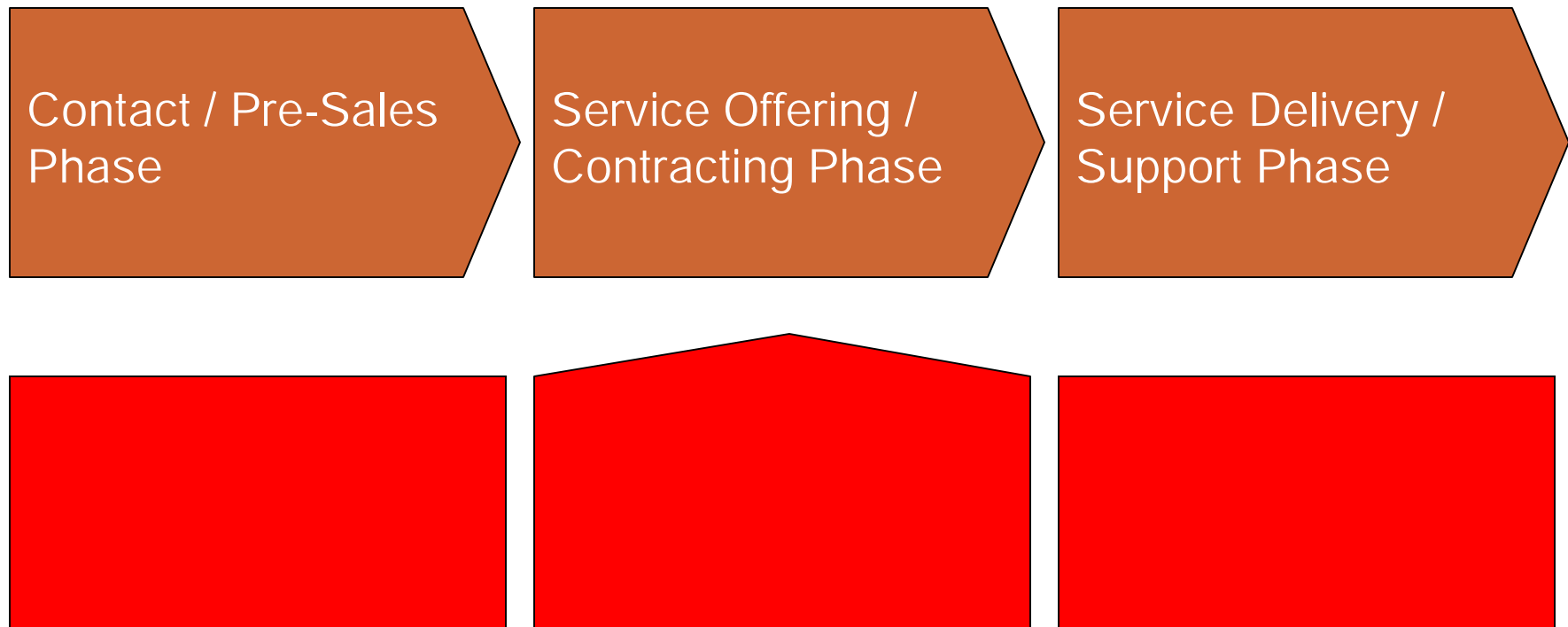


Figure 1 (a) Overview, (b) Metamodel, (c) Example configuration model, (d) Example configuration

Introduction

MCP – Process Context



Best Practices and Pitfalls Case I – «DELL – the proven Product Configurator»

The screenshot displays the Dell Online Store's product configurator for a Dell Precision 670 x64 workstation. The interface is divided into several sections:

- Navigation:** A top navigation bar with tabs for "1. COMPONENTS", "2. SERVICES & SUPPORT", and "3. ACCESSORIES".
- Product Overview:** A section titled "Dell Precision 670 x64" showing the price "From \$1,679" and "Now from \$1,179". It includes a "Preliminary Ship Date" of "9/7/2005" and a "Discount Details" link.
- Component Selection:** A "2nd Processor" section with a list of Intel Xeon processor options, including their specifications and prices. The selected option is "Intel Xeon™ Processor 2.80GHz, 1MB L2 Cache (add \$150 or \$4/month)".
- System Options:** A section titled "SYSTEM OPTIONS" for the "Dell Precision Workstation 670", listing various Intel Xeon processor configurations.
- Processor Details:** A detailed view of the "64-bit Intel Xeon™ Processor" with a 900MHz front side bus. The text describes its features, including the Intel NetBurst™ Microarchitecture, Hyper-Threading Technology, and Extended Memory 64 Technology.

Best Practices and Pitfalls

Case I – «DELL – the proven Product Configurator»

- build-to-order delivers **competitive advantage**
- the proven case for physical products is being **extended to the service dimension**

Best Practices and Pitfalls

Case II – «Credit Application of a Major Swiss Bank»

- early commitment (1998/1999) for a streamlined credit process
- extensive service architecture

but

- business analysis not ready for service oriented architecture
- service proliferation generate dependencies which reduce flexibility
- hard-wired frontend applications tie down adaption capability

Best Practices and Pitfalls Case III – «Insurance Offer & Execution»

The screenshot displays the CSS website interface, which is a multi-step process for calculating insurance premiums. The browser window shows the URL <http://www.css.ch/home.htm>.

Page 1: Home Page

- Header: CSS - Fürs Leben sicher.
- Navigation: Für Privatpersonen, Für Unternehmen, Info CSS.
- Left sidebar:
 - Prämienrechner (PLZ: 5000, Jahrgang: 1967, Geschlecht: m)
 - Quicklinks: Prämienrechner, Produktübersicht, Prämienvergleich, Familienversicherung, Sparen bei der CSS.
 - Für Ihre Gesundheit: Familienlebenslage am Wasser, ABC zu Gesundheit und Krankheit.
 - Das passende Hausmittel für: [input type="text"]
- Main content:
 - Tipp: Von den Kleinen
 - Aktuell:
 - Komplementärmedizin: Gross
 - Magazin: Simonetta Sommerli
 - Jede Woche neu: Aktueller Ti
 - Medien und Politik:
 - Das CSS Unternehmensprofil
 - Der CSS-Geschäftsbericht 2006
 - Produkte und Dienstleistung:
 - Mutterschaftsversicherung ti
 - Fitness - Kurse und Angebote
 - WASSERPERLEN - 20 Länder am Wasser

Page 2: Premium Calculator

URL: http://www.css.ch/home/privatpersonen/home/privatpersonen/home/privatpersonen/pramien_rechner.htm?sd=00007700

Prämienrechner: Prämien 2006

Input: Peter Meier, 163.70, Total Monat: 968.70

Output: Unser Krankenversicherungsverschlagn für Herr Meier

Details:

- Die Hausarztversicherung/Profil: Jahreshöchstprämie: 1500 (Krankheit)
- Die CSS-Standardversicherung (Krankheit und Unfall): Monatsprämie Netto

Buttons: Neu berechnen, Weiter zur Anfrage, Drucken

Page 3: Insurance Details

URL: <http://www.css.ch> - Die CSS-Standardversicherung

Die CSS-Standardversicherung

Alles für die Sicherheit der Familie

Die CSS-Standardversicherung ergänzt die obligatorische Krankenpflegeversicherung zur lückenlosen medizinischen Grundversorgung. Sie bietet unter anderem:

- Freie Arzt- und Spitalwahl (allgemeine Abteilung) in der ganzen Schweiz
- Beträge an Brillengläser und Kontaktlinsen
- Leistungen für Zahnbehandlungen bei Kindern
- Ultraschalluntersuchungen und Stützgel bei Mutterschaft
- Zusätzliche Medikamente und Hilfsmittel
- Gesundheitskonto mit wertvollen Präventionsleistungen

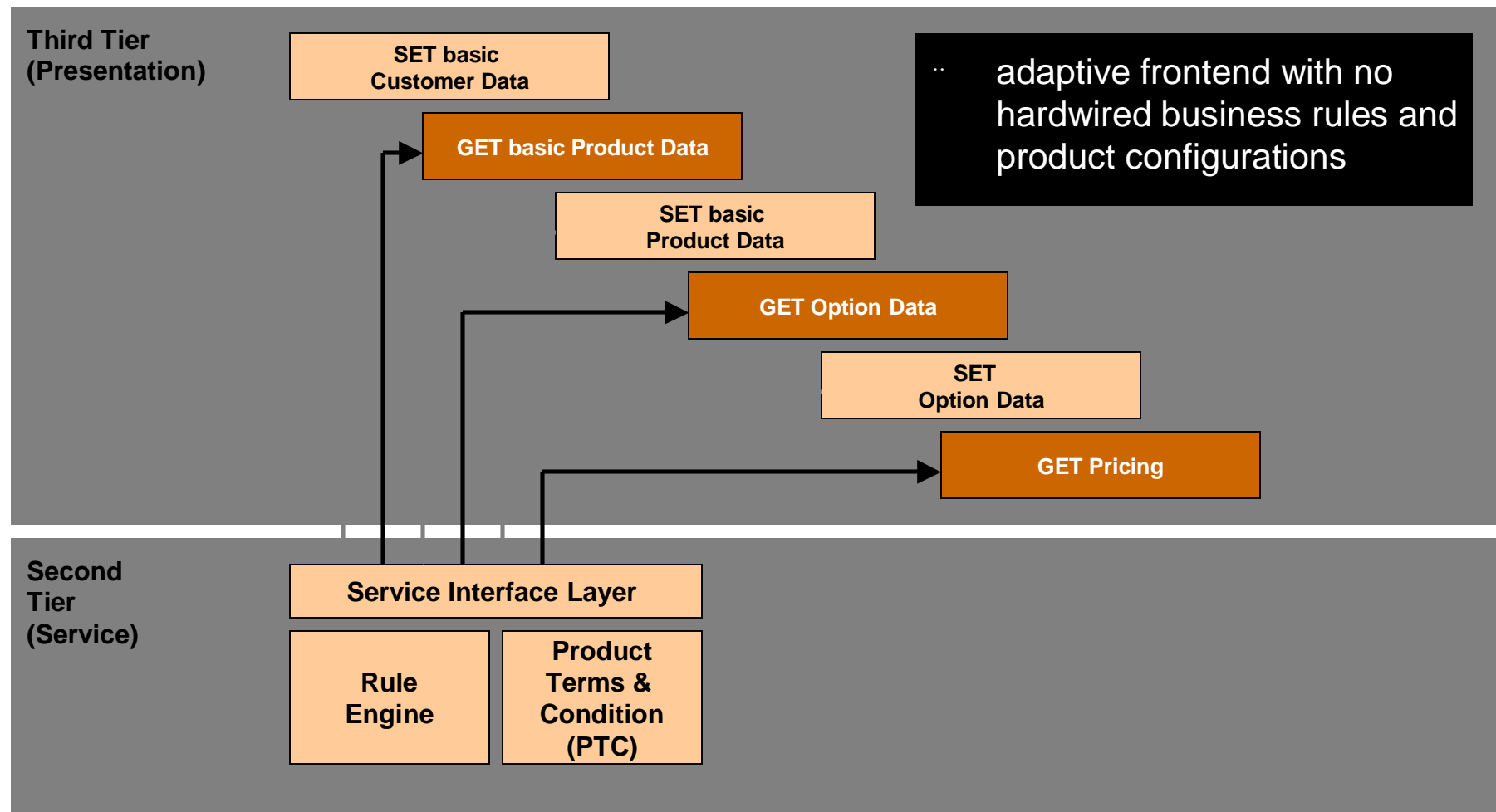
Prämien sparen:

- Bis zu 100% Familienrabatt auf die Kinder- und Jugendlichsprämien
- 25% Leistungsfreiheitsrabatt

Vielseitiger Schutz, interessante Extras.

Die CSS-Standardversicherung bietet eine Vielzahl von Leistungen, welche Sie bei der obligatorischen Krankenpflegeversicherung ganz oder teilweise vermissen. Bei einem Spitalaufenthalt können Sie dank der CSS-Standardversicherung Ihr Spital in der ganzen Schweiz auswählen und bleiben nicht auf den Wahlkanton beschränkt. Diese Wahlfreiheit haben Sie auch bei Arztbehandlungen. Kinder profitieren von grosszügigen Leistungen bei Zahnbehandlungen. Und mit dem Gesundheitskonto beteiligen wir uns gerne an Ihrer aktiven Gesundheitsvorsorge. Mit zahlreichen weiteren Leistungen bietet die CSS-Standardversicherung einen vielseitigen Schutz im ambulanten und stationären Bereich. Ausserdem sorgt sie für eine perfekte medizinische Betreuung bei Schwangerschaft und Geburt. Familien und andere Lebensgemeinschaften mit Kindern profitieren übrigens von unserem attraktiven Familienrabatt.

Best Practices and Pitfalls Case III – «Insurance Offer & Execution»



Best Practices Prerequisites – Business Side

- living «**Mass Customization and Personalization**»
- **clean component structure** of the respective service offering
- **rule-based** und **adaptive** component offering
- ability to assess the single component and service packages with respect to
 - n **decision, customer rating, pricing, risk and compliance**
- ability to **follow-through** after a successful sales-process with automatic execution and delivery

Best Practices

Prerequisites – Technology Side

- **cleanly structured service architecture**
- **open service interfaces** and connectors (i.e. Web-Services, etc.)
- business **rule engine** for offering
- central **terms and condition** database
- **straight-through processing** for execution and delivery
- **audit** and **compliance** measures (online contract execution, etc.)

Wrap-Up MCP – Destination Architecture

- Products vs. Services – any Differences?
- What are the Challenges?
- Is the Technology available?

WE CLAIM

- There are differences, but they are manageable
- The business-awareness for less complex, component-based service packages and their processes must be developed
- Technology concepts and architecture patterns are ready

OPEN DISCUSSION

COMING UP NEXT:

NETCETERA EVE'05: DENKPLATZ ZÜRICH

MONTAG, **19. SEPT. 2005**, 17:00 UHR

MOODS IM SCHIFFBAU

INFOS UND ANMELDUNG: <http://netcetera.ch/eve05>

TEKZONEFORUM054

MONTAG **28. NOV. 2005**, 17:00 UHR

MIT ROUNDTABLE DISKUSSION