



INFOR LUFT- UND RAUMFAHRT & VERTEIDIGUNG

Wie aus servicebasierten Angeboten ein zentrales Alleinstellungsmerkmal und eine Einnahmequelle werden

Angetrieben von IoT-Technologien (Internet der Dinge) und zunehmenden Bestrebungen, sich vom globalen Wettbewerb abzuheben, ist Servitization zu einem wachsenden Trend in der Luft- und Raumfahrt sowie der Verteidigung geworden. Was aber ist Servitization? In welchem Verhältnis steht sie zur digitalen Transformation? Und wie können Sie die Vorteile der Servitization optimal nutzen? Dieses Dokument liefert Antworten auf diese und weitere Fragen.

Bei der Servitization stehen die Datenerkenntnisse, die aus Sensoren und IoT-Systemen gewonnen werden, oft im Mittelpunkt eines neuen Serviceangebots. Manchmal dient das neue Angebot dazu, Umsätze zu generieren, das alte produktorientierte Geschäftsmodell abzulösen oder als Zusatzinstrument zur Steigerung der Kundenbindung beizutragen.

Servitization-Anwendungsfälle

Servitization bedeutet, ein traditionelles Produkt als Dienstleistung anzubieten, zumeist in Verbindung mit Mehrwertfunktionen. Das neue kundenorientierte Angebot wird dann zu einem Alleinstellungsmerkmal, das Mehrwert schafft, Beziehungen aufbaut, Kommodifizierung verhindert und mehr Gewinne generiert.

Für die Luft-, Raumfahrt- und Verteidigungsindustrie reicht Servitization über Reparatur- und Wartungsdienstleistungen oder den Aufbau eines Call Centers zur Bearbeitung von Kundenanfragen hinaus. Diese Aspekte sind zwar Bestandteil der Strategie, doch es geht um viel mehr. Servitization steht also für ein neues Geschäftsmodell. Hier sind zwei Beispiele:

- **Antriebsdienstleistungen statt Triebwerke**— Auf Flugstunden basierende Modelle – Stichwort „Power by the hour“ – sind mittlerweile weithin bekannt. Vertragspartner stehen heute jedoch vor der Herausforderung, erschwingliche und zuverlässige Antriebsdienstleistungen für Flugzeug- oder Raketenantriebe bereitzustellen. Sowohl Luft- und Raumfahrt- als auch Verteidigungsunternehmen, die sich an diese Strategien heranwagen, stehen vor der Herausforderung, den Service einzusetzen, aber auch mit den Risiken umzugehen, die mit dem Verkauf eines Antriebsservices in Ergänzung zum Triebwerk selbst verbunden sind.
- **Verkauf von Navigationsdiensten**—Zahlreiche Luft-, Raumfahrt- und Verteidigungsunternehmen vollziehen derzeit Umstellungen am Kerngeschäftsmodell. Beispielsweise hat ein Anbieter von Hardware für die Schiffsnavigation heute Abonnement-Dienstleistungen im Programm, bei denen die von den Systemen gelieferten Daten zugänglich gemacht werden und eine Vernetzung mit den Geschäftspartnern stattfindet. Dieses neue Modell bündelt das komplette Serviceangebot und verwandelt den traditionellen Hardware-Verkauf in einen Abonnementverkauf, der ähnlich wie bei einem Mobilfunkanbieter abgerechnet wird.

Entwicklung der Strategie

Im Servitizationmodell ist der Point of Sale nicht das Ende der Transaktion, sondern der Beginn einer Kundenbeziehung. Dieses Geschäftsmodell eröffnet dem Unternehmen margenstarke Umsätze – und schafft gleichzeitig gegenüber dem Kunden eine kontinuierliche Verantwortung für die Produktleistung und -wartung. Das ist jedoch nicht risikofrei, da das Unternehmen während des gesamten Produktlebenszyklus für die Leistung in der Verantwortung steht – eben nicht nur, solange das Produkt neu ist. Wird dies jedoch erfolgreich gemeistert, steht am Ende möglicherweise eine stärkere Beziehung zum Kunden.

Tipps für die Aufnahme eines Servicebetriebs

Eine Servitizationstrategie stützt sich zumeist auf einen hochgradig funktionstüchtigen Wartungs- oder Außendienstbetrieb. Für Hersteller in der Luft- und Raumfahrt bzw. im Verteidigungsbereich muss gewährleistet sein, dass die Außendienstteams mit allen Aspekten umgehen können – von der Einrichtung und Kalibrierung der Geräte bis hin zu Serviceverträgen, Garantieansprüchen und Notreparaturen.

In der heutigen Dienstleistungswirtschaft reagieren Kunden empfindlich, wenn Servicetechniker zu spät kommen, nur unzureichend mit Ersatzteilen oder Werkzeugen ausgestattet sind oder von der betreffenden Anlage – und den jeweiligen Wartungserfordernissen – keine Ahnung haben. Dies gilt auch im B2B-Bereich (Business-to-Business). Tatsächlich sind die Anforderungen in B2B-Situationen mitunter noch dringender. Es geht hier um hochwertige, geschäftskritische Ausrüstung, wo Reparaturversäumnisse oder nicht gelieferte Teile u. a. Flugumleitungen oder Einsatzverzögerungen zur Folge haben können.

Technologische Grundlagen für die Umsetzung eines Servitizationplans

Sie müssen nicht nur Ihre internen Systeme zur Verwaltung der Kundenbeziehung unter die Lupe nehmen, sondern sich auch auf jene Abteilungen und Anwendungen konzentrieren, die sich mit den Kunden und deren Systemen auseinandersetzen. Dies kann vom Außendienst über Tools bis hin zu Lösungen reichen, die Sensordaten vom Standort des Kunden empfangen und analysieren. Sie und Ihr Kunde werden über ein Geflecht von Daten eng miteinander verknüpft sein.

Die Technologie für den Außendienst und die Anlagenwartung ist oftmals ein wichtiger Bestandteil einer Servitizationstrategie. Auf ihr basieren die Lieferung, Installation und Wartung von Kundenanlagen sowie alle weiterführenden Dienstleistungen. Hier sind einige der typischen Erfordernisse, die für die Service-Ausrichtung Ihres Unternehmens zu berücksichtigen sind.

Überblick über den Kunden: Sie sind auf einen vollständigen Überblick über den Kunden – vergangene und wahrscheinliche zukünftige Einkäufe, Kontostatus und Servicehistorie – angewiesen.

Transparenz: Der unternehmensweite Einblick in Prozesse – von der Bestellung bis zur Lieferung – ist unerlässlich für ein massives Bestreben, den Kunden an die erste Stelle zu setzen und die Kundenzufriedenheit kontinuierlich zu verbessern.

Serviceverträge: Die Fähigkeit, Serviceverträge anzubieten, zu verwalten und auszuführen, ist maßgeblich. Der Auftragnehmer muss über qualifizierte Techniker, Werkzeuge, eine Serviceflotte, einen adäquaten Ersatzteilbestand und Werkzeuge zur Überwachung der Vertragsbedingungen verfügen.

Präventive Wartung: Sie benötigen Technologiesysteme, die die Maschinenleistung überwachen und den Wartungsbedarf vorhersagen können. Proaktivität ist der Schlüssel, um die Produktion ohne unerwartete Stillstände oder Verzögerungen am Laufen zu halten. Sensordaten können helfen, Frühwarnsignale für Wartungsbedarf zu erkennen.

Vorrätige Ersatzteile und Anlagen: Die Verfügbarkeit von Ersatzteilen – auch von langsam bewegenden oder teuren Teilen – ist wesentlich für den Servicebetrieb. Prädiktive Analytik erleichtert Bedarfsprognosen, so dass keine Kapitalbindung durch übermäßige Sicherheitsbestände auftritt.

Serviceorientierte Mitarbeiter: Sie benötigen einen kundenorientierten Ansatz, der authentisch und technisch versiert ist. Es gilt, qualifizierte Servicetechniker einzustellen und zu halten – auf dem hart umkämpften Arbeitsmarkt von heute kein leichtes Unterfangen.

Außendienstprozesse: Der Servicebetrieb muss schlank und hocheffizient sein, damit Call Desk, Service Center und Zeitplan/Disposition reibungslos funktionieren.

Sensorgenerierte Daten: IoT-Technologien bieten erweiterte Funktionen, mit denen Unternehmen physische Konflikte und die Leistung zahlreicher Merkmale – von Temperaturwerten bis Vibration – verfolgen können. Diese Datenpunkte können ausgewertet werden, um die Leistung vorherzusagen oder automatisierte Reaktionen auszulösen.

Fortgeschrittene BI, prädiktive Analytik und künstliche Intelligenz: Wenn Sie ein Produkt als Dienstleistung anbieten oder sich gegenüber dem Kunden zu einem Ergebnis verpflichten, benötigen Sie einige fortschrittliche Technologien, um Ihre Bemühungen zu unterstützen und den Prozess effizient zu gestalten. Ohne die richtige Technologie gehen Sie ein großes Risiko ein. In den meisten Fällen sind fortschrittliche BI-Lösungen (Business Intelligence) mit prädiktiver Analytik erforderlich, damit Sie Bedürfnisse, Anforderungen und Trends in der Lieferkette genau abstimmen und mit fundierten Entscheidungen reagieren können.

Zeit zu handeln: Das digitale Zeitalter ist angebrochen. Unternehmen, die sich nur langsam mit modernen Konzepten auseinandersetzen, laufen Gefahr, überholt zu werden. Dies kann nahezu über Nacht passieren. Kunden haben heute wenig Geduld für Unternehmen, die nur langsam reagieren, an veralteten Systemen festhalten oder auf aussagekräftige Datenerkenntnisse verzichten müssen. Wenn man auf der digitalen Reise ins Stocken gerät, ist immer ein anderes, beweglicheres Unternehmen zur Stelle. Start-ups, denen Digitaltechnologien schon in den Genen stecken, gibt es zur Genüge. Sie sind voller Tatendrang und wissen sich durchzusetzen, wenn es darum geht, Marktanteile zu erobern und Unternehmen mit Geschäftsmodellen der alten Schule und veralteter Technologie zu verdrängen.

Die Grundlage der digitalen Transformation

Der folgende Abschnitt stammt aus einem Artikel von Carol Tyler (Infor) mit dem Titel „[Finance digital transformation in the age of innovation and artificial intelligence](#)“. Er soll veranschaulichen, wie Servitization und digitale Transformation zusammenwirken.

Die hochgradige Digitalisierung schreitet weltweit in rasendem Tempo voran. Die Bewältigung der digitalen Transformation ist spannend und herausfordernd zugleich. In der Woge technischer Weiterentwicklungen eröffnen sich massive Chancen für organisatorische Veränderungen. Es entstehen neue Positionen, die es vor ein paar Jahren noch nicht gab – etwa der Chief Digital Officer und der Digital IoT Infrastructure Manager. Die Art und Weise, wie Unternehmen arbeiten und sowohl mit Kunden als auch internen Instanzen interagieren, durchläuft eine Revolution.

Was bedeutet es, ein Unternehmen digital zu transformieren? Gibt es eine ideale und strategische Methode für den digitalen Transformationsprozess? Ein Schlüssel für die Annäherung an die digitale Transformation liegt in der Überlegung, dass es sich nicht bloß um eine Technologieinitiative, sondern um eine Geschäftsstrategie handelt, und dass in der heutigen Welt jedes Unternehmen eine digitale Geschäftsstrategie benötigt. Diese ist nicht nur wesentlich für das Unternehmenswachstum, sondern bietet auch einen enormen Wettbewerbsvorteil.

Es ist wohl so, dass die Antwort je nach Branche, Organisation, Phase und Bereitschaft unterschiedlich ausfallen kann, abhängig von den involvierten Personen sowie von der strategischen Vision und von der angepeilten Marschroute des Unternehmens. Eine weitere zentrale Überlegung lautet: „Wozu eine digitale Transformation durchmachen?“ Dies wirft dann zwangsläufig die Frage auf, wie der Erfolg der digitalen Transformationsphasen und -prozesse angegangen, strategisch angelegt, gestaltet, aufgebaut und gesteuert werden soll.

„Digital zu werden“ ist oft ein maßgeblicher Lernprozess im Hinblick darauf, Kunden besser zu bedienen, Marktanteile zu gewinnen und Wertschöpfung zu erzielen.

Einige Unternehmen sehen in ihrer digitalen Strategie lediglich den Schritt in die Cloud. Zu einer digitalen Transformationsstrategie gehört jedoch noch viel mehr:

- Investitionen in Technologien, die neue oder erweiterte Betriebsmodelle unterstützen und dazu beitragen, dass Prozesse effizienter und reaktionsfähiger werden und auf digitalem Weg mit Assets, Handelspartnern und Menschen zusammenspielen.
- Investitionen in Informationen, Data Science und Datenergebnisse, die es Unternehmen ermöglichen, Informationen in Wettbewerbsvorteile umzuwandeln – durch bessere Entscheidungen sowie neue Produkte und Dienstleistungen, die dazu beitragen, das gewünschte Kundenerlebnis zu schaffen und den Betriebsablauf zu optimieren.
- Neuausrichtung der Geschäftseinheiten, um eine vollständige Verbindung mit dem Kundenerlebnis herzustellen, mit dem Ziel, einzigartige, individuelle Bedürfnisse zu erfüllen.

Eine Welle der globalen digitalen Expansion

Die Branche der digitalen Transformation expandiert weiter: [Die weltweiten Ausgaben für digitale Transformationstechnologien einschließlich Hardware, Software und Dienstleistungen erreichen 2018 Prognosen zufolge knapp 1,3 Billionen US-Dollar](#). Gegenüber 2017 stellt dies einen geschätzten Anstieg um 16,8 % oder 1,1 Billionen Dollar dar.

[Laut einer aktuellen Einschätzung des Worldwide Semiannual Digital Transformation Spending Guide der International Data Corporation \(IDC\)](#) werden die Ausgaben für die digitale Transformation im Prognosezeitraum 2016-2021 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 17,9 % weiterhin stark zunehmen. Bis 2021 werden sich die Ausgaben für die digitale Transformation nahezu verdoppeln – auf über 2,1 Billionen US-Dollar.

Eine weniger rosige Statistik in dieser neuen Welt der digitalen Transformation zeigt, dass [85 % der digitalen Transformationsvorhaben scheitern](#). Nicht die Technologie ist bei der digitalen Transformation der Aspekt, der mit den größten Herausforderungen verbunden ist, sondern die Frage, wie die Menschen dafür gewonnen werden können, sie anzunehmen und den Wandel effektiv durchzuführen. Tadellose Kommunikation und persönlicher Kontakt sind der Schlüssel zu echtem Engagement. Um die Herzen und Köpfe der Menschen zu erreichen, gilt es, sich mit ihnen zusammzusetzen und Strategien und Veränderungen in verständlicher Sprache – ohne „Managerphrasen“ – zu diskutieren.

Was zählt, ist die Transformation richtig anzulegen. Unternehmen, die die digitale Transformation richtig angehen, gewinnen Marktanteile. Den anderen droht tatsächlich eine negative Investitionsrentabilität.

Durch das Aufsehen rund um digitale Transformation gehen zahlreiche Unternehmen ganz „geschäftig“ dem Vorhaben des digitalen Umbaus nach – oder möchten das zumindest.

Bei so gut wie jedem Consultingfall wollen Unternehmen interne wie externe Ressourcen, um eine Technologie zu entwickeln und zu installieren, die alle Probleme automatisch aus der Welt schafft. Stattdessen müssen Unternehmen zunächst ihre eigenen Geschäftsprozesse unter die Lupe nehmen, Verbesserungsmöglichkeiten ausmachen und ihre Systeme auf wechselseitige Abhängigkeiten und Schwachstellen abklopfen. Ohne diese Schritte kann es sein, dass die neue Technologie den gewünschten großen Unterschied schuldig bleibt.

Damit echte Wettbewerbsvorteile entstehen, muss die Tragweite der Veränderungen über schrittweise Verbesserungen und aufpolierte Softwarefunktionen hinausreichen. Unternehmerisches Veränderungsmanagement spielt eine zentrale Rolle im Prozess, da die Partner für die Veränderung die Rollen der Mitarbeiter verschieben und die Art und Weise, wie das Unternehmen Geschäfte macht, verändern.

Eine digitale Strategie ist nicht nur eine IT-Strategie, sondern der gesamte digitale und transformative Ansatz eines Unternehmens. Dazu gehören die Bewertung des Humankapitals, die Veränderungsbereitschaft und die technischen Aspekte der Strategie. Der menschliche Aspekt der Strategie hilft, die Transformationsziele auf der Grundlage des kurz- und langfristigen Nutzens zu definieren. Die Technologie treibt Innovationen voran, was die Einbeziehung neuer Rollen, die Prozessautomatisierung und die Gesamtansicht eines effektiven Umbaus anbelangt. Das Geschäfts- und das operative Strategiemodell modernster, intelligenter Automatisierungstechnologien zielt darauf ab, das Geschäft zu rationalisieren, Kosten zu senken und schnelle Ergebnisse zu liefern. Um eine erfolgreiche Strategieumsetzung zu gewährleisten, muss das Führungsteam die Vision definieren und sich an kurz- oder langfristigen Strategien orientieren. Digital befähigte Unternehmen haben das Potenzial, Fachleuten mehr Zeit für strategische Vorhaben einzuräumen. Die Erweiterung um künstliche Intelligenz und Robotik, deren Ziel es ist, Geschäftsprozesse zu rationalisieren, Kosten zu senken und Ergebnisse schneller zu liefern, ist eine reizvolle Strategie und verändert die Arbeitsweise der Finanzgruppe. Insbesondere könnte künstliche Intelligenz für die Automatisierung einfacher Aufgaben sorgen und schließlich dahingehend skaliert werden, komplexere prädiktive Analyseaufgaben zu übernehmen.

Diese Ergänzungen lassen sofort ein völlig anderes Bild entstehen. Eine ganze Reihe strategischer Ergebnisse wird erheblich optimiert. Die Finanzverantwortlichen erhalten die Möglichkeit, mit gewaltigen Datenmengen zu arbeiten und diese in verwertbare Informationen umzuwandeln. Die Erweiterung der Finanzfunktion um künstliche Intelligenz und Robotik erfordert eine Überprüfung des Geschäfts- und Betriebsmodells hinsichtlich der Arten von Arbeiten, die sich mit einer KI- und/oder einer Robotikstrategie automatisieren lassen. Durch die Zusammenarbeit mit den vielen Teams, die bei jeder Implementierung ihren bestmöglichen Beitrag zum Projekt einbringen, kann das Unternehmen – angetrieben von Visionen und Größe – vorankommen. Daten können für fundierte Entscheidungen genutzt werden, die zu Finanzinnovationen, Branchendifferenzierungen und letztlich zu geschäftlichen und digitalen Veränderungen führen können. Es ist jetzt einfacher, die kompetentesten Talente und erfahrene Teams für die Projektentwicklung zusammenzustellen. Indem Teams unternehmensweit am selben Strang ziehen, können starke Partnerschaften aufgebaut werden, die die Unternehmensziele vorantreiben.

Digitale Transformation und Veränderung

Jede digitale Transformationsstrategie und jede Implementierung wird die geschäftskritischen Prozesse eines Unternehmens grundlegend verändern. Bei richtiger Anwendung könnten diese strategischen Implementierungen die Art und Weise, wie ein Unternehmen Herausforderungen und Innovationen strategisch anlegt, denkt und angeht, rundum verbessern.

Will sich ein Unternehmen wirklich auf eine digitale Transformation einlassen, muss es im Hinblick auf die Technologie und das unternehmerische Veränderungsmanagement strategisch und konzeptorientiert vorgehen, die richtigen Bausteine zusammentragen und differenzieren. Nur so können Innovation und Umdenken bewirkt werden. Infor® kennt die Probleme und Möglichkeiten in den Branchen unserer Kunden und kann Unternehmen dabei unterstützen, neue Technologien zu nutzen, Prozesse zu automatisieren und datengesteuerte Analysen zu nutzen. Wir schaffen die Voraussetzungen dafür, dass Finanzabteilungen auf digitale Plattformen umsteigen können, die die heutige Arbeitsweise in bahnbrechende Innovationen von morgen verwandeln.

Ihr Fundament für Transformation und Fortschritt

Wie Sie sehen, ist Servitization nur ein Aspekt eines umfassenden Modernisierungs- und digitalen Transformationsprozesses für Unternehmen der Luft-, Raumfahrt- und Verteidigungsindustrie. Um erfolgreich zu sein, benötigen Sie die Strategie noch vor der Investition in Technologie. Die Zusammenarbeit mit einem zuverlässigen, angesehenen Technologieanbieter hat viele Vorteile, vom Zugang zu Experten, die Ihnen helfen, die allgemeinen Ziele zu koordinieren, bis hin zu Einblicken in die modernsten Lösungen und typischen Ergebnisse.

Ein innovativer Lösungsanbieter kann Sie bei der Ortung der sinnvollsten Technologiewerkzeuge für Ihre Ziele unterstützen. Dieser Partner kann Ihnen helfen, eine Strategie zu planen, Ihre Annahmen auf die Probe zu stellen und Risiken zu kontrollieren, indem er bei Pilotprojekten oder Proof of Concept ansetzt. Sie können aus den Erfolgen der Early Adopters lernen. Der wichtigste Ratschlag ist vielleicht jedoch dieser: Warten Sie nicht länger. Machen Sie sich noch heute an die Servitization.

Mehr als Technologie: Ein Partner, der sich für Ihren Erfolg stark macht

Mit Infor können Sie problemlos die richtigen Lösungen für jeden Aspekt Ihres Unternehmens finden. Wir entwickeln komplette Branchensuiten in der Cloud und implementieren Software, die Benutzerfreundlichkeit an die erste Stelle setzt, Data Science nutzt und sich reibungslos in Ihre bestehenden Systeme integrieren lässt. Mehr als 90.000 Unternehmen weltweit verlassen sich auf Infor, um Störungen auf dem Markt zu überwinden und die digitale Transformation unternehmensweit umzusetzen.

Das komplette Produktportfolio von Infor bietet Ihnen alles Nötige, um Ihr Tagesgeschäft zu führen und Ihr Unternehmen langfristig auszubauen.

Ganz gleich, ob Sie wichtige Backoffice-Funktionen wie Personal- und Finanzwesen optimieren, das Kundenerlebnis ankurbeln oder eine digitale Transformation einleiten möchten: Mit den Infor-Lösungen sind Sie gewappnet.

Unsere Anwendungen haben ein ansprechendes Design mit kontextgerechter Business Intelligence und benutzerzentrierten Collaboration-Tools. Sie helfen Ihnen bei der Lösung jeder geschäftlichen Problemstellung und sind für ein sicheres, skalierbares Cloud-Deployment konzipiert.

Das vielfältige Führungsteam von Infor setzt den Maßstab für die über 16.000 Mitarbeiter weltweit, indem es zeigt, wie Transparenz, Zusammenarbeit und Verantwortlichkeit zu besseren Geschäftsergebnissen führen. Durch Leidenschaft und Problemlösung treibt es den kontinuierlichen Fortschritt in allen Arbeitsbereichen voran – für die Kunden, Partner und Mitarbeiter von Infor.

Unsere Kunden inspirieren uns

Von Co-Development-Initiativen bis hin zu Kunden-Communities und allem, was dazwischen liegt: Zusammenarbeit und ein tiefes Verständnis für die realen Anforderungen unserer Kunden spornen uns an, den Status quo in Frage zu stellen und das tägliche Arbeitserlebnis zu verbessern.

Schließen Sie Bekanntschaft mit Infor OS

Für Luft-, Raumfahrt- und Verteidigungsunternehmen, die das Potenzial von Servitization ausschöpfen möchten, schafft die digitale Wirtschaft unzählige neue Möglichkeiten – zumindest für jene, die die Vision haben, diese Chance zu nutzen.

Infor OS is your operating service for the future, designed to serve as the platform for your own digital transformation, in whatever form it may take. Its focus is on delivering technology that goes beyond enabling business—to driving it, putting the user at the center of every experience, and serving as a unifying foundation for your entire ecosystem. The result is a connected, intelligent network that automates, anticipates, predicts, and informs your stakeholders in everything they do.

Infor Fakten auf einen Blick



168
eigene
Niederlassungen



90.000
Kunden



+15.000
Mitarbeiter



+1.750
Partner



+1.200
Support-Experten

Infor OS dient als Fundament für das gesamte Ökosystem Ihres Unternehmens. Es sorgt dafür, dass die Systeme nahtlos ineinandergreifen, automatisch geschäftliche Daten aufbereiten und veränderliche Geschäfts- und Branchenforderungen flexibel begleiten. Infor OS ist dafür ausgelegt, das Potential Ihrer Technologie sowie Ihrer Mitarbeiter zu maximieren. Dafür wartet es mit konversationsorientierter Benutzerfreundlichkeit auf, die die Systeme intelligent, intuitiv und exponentiell wertvoller macht.

Collaboration

Infor OS fungiert als intelligentes Portal für Ihre Anwendungssuite, etabliert einen gemeinsamen Workflow und organisiert Konversationen in unternehmensweiten Streams, in denen Mitarbeiter wichtige Fenster, Daten, Anhänge und Dokumente gemeinsam nutzen können. Durch die Verknüpfung von Geschäftsprozessen mit der Mitarbeiterkommunikation ermöglichen die Collaboration-Funktionen von Infor OS die Kontextualisierung von Intelligenz und die Verwirklichung von Single Sign-On. Die Effizienz steigt, da die Mitarbeiter intelligenter und schneller arbeiten können.

Erweiterungsmöglichkeiten

Mit den Erweiterungsmöglichkeiten von Infor OS lassen sich rasch und einfach robuste Unternehmensfunktionen nach Ihren Bedürfnissen entwickeln.

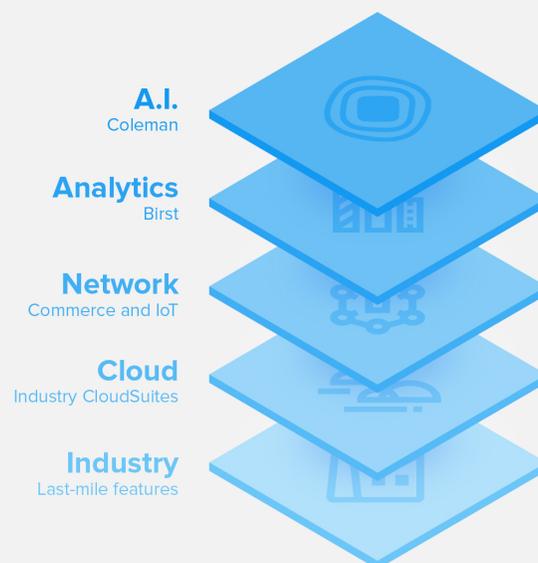
Ob Sie nun eine intuitive, verbrauchergerechte Weboberfläche oder ein hochproduktives Formular benötigen: Infor OS kann Ihnen helfen, mit minimalem Programmieraufwand das richtige Erlebnis über Desktop, Tablet oder Smartphone zu schaffen.

Prozessintegration

Infor- und Drittanbieter-Softwareanwendungen lassen sich mit der speziell entwickelten Middleware-Lösung von Infor OS problemlos integrieren. Durch die Bereitstellung eines einfachen, aber leistungsstarken und skalierbaren Frameworks ermöglicht Infor OS die Beseitigung von Betriebssilos. Das Ausnahmemanagement verbessert sich erheblich, und Sie erzielen eine beispiellose End-to-End-Effizienz.

Business Intelligence

Sichern Sie sich relevante, vorkonfigurierte Branchenanalyseinhalte, die systemübergreifend funktionieren und zentrale Informationen für Ihre Benutzer leicht zugänglich und verwertbar machen. Infor OS nutzt Cloud-native BI-, Analyse- und Datenvisualisierungsfunktionen, die auf Daten aus dem gesamten Unternehmen zurückgreifen und eine breite Auswahl an modernen, aus maschinellem Lernen gespeisten Self-Service-Analyseschnittstellen bieten. Diese Funktionen werden von Birst, einem Infor-Unternehmen, bereitgestellt.



Infor Business-Anwendungen haben einen branchenspezifischen Zuschnitt und sind bereitgestellt als Cloud-Services. Sie ermöglichen eine globale Lieferkette, vernetzte Analysen und eine intelligente, auf künstlicher Intelligenz basierende Benutzererfahrung.

Künstliche Intelligenz

Die KI-Funktionen von Infor OS (künstliche Intelligenz) sind darauf ausgelegt, das menschliche Potenzial zu maximieren, indem sie die Last repetitiver Verwaltungsaufgaben reduzieren und den Mitarbeitern mehr Zeit für wichtige Aufgaben geben. Die KI-Funktionen von Infor OS, die per Sprache oder Chat abrufbar sind, automatisieren Aufgaben und ziehen Daten aus allen Unternehmenssystemen heran, um Erkenntnisse sowohl bei Bedarf als auch proaktiv auf der Grundlage von kontinuierlichen Analysen und Lernen zu liefern.

Handelsnetzwerk

Mehr als 80 % der Daten, die Unternehmen für den Geschäftsbetrieb benötigen, befinden sich außerhalb der eigenen vier Wände. Infor OS nutzt GT Nexus, um eine Cloud-basierte Collaboration-Plattform bereitzustellen, die Prozesse auf globaler Ebene und über ganze Handelsgemeinschaften hinweg automatisiert. Das Ergebnis ist ein Überblick über die gesamte Lieferkette und die Fähigkeit, neue Maßstäbe in Bezug auf Betriebseffizienz und Geschäftsflexibilität zu setzen.

Daten

Der einfache Zugriff auf Echtzeitdaten aus allen Unternehmenssystemen wird mit Infor OS zur Realität. Ihre sämtlichen Datenquellen sind miteinander verbunden, wobei Informationen aus verschiedenen Quellen zu einem Data Lake zusammengefasst werden, der Analysen unternehmensweit zugänglich macht. Ihre Daten sind schnell verfügbar, zuverlässig und auf Knopfdruck aktualisierbar, werden in Echtzeit visualisiert und geben den Benutzern auf allen Ebenen die benötigten Informationen an die Hand, um zeitnah bessere Entscheidungen zu treffen.

CloudSuite Luft- und Raumfahrt & Verteidigung

Die Cloud-basierte Bereitstellung von Infor OS macht Systeme flexibel, kostengünstig und stets modern. Infor OS fungiert als Grundlage für CloudSuite Aerospace & Defense, dessen Last-Mile-Funktionalität kostspielige und beschränkende Anpassungen erübrigt, und schafft damit eine Technologiebasis, die die Gegenwart und Zukunft gleichermaßen meistert.

Ein Partner, der sich für Ihren Erfolg stark macht

Mit Infor haben Luft-, Raumfahrt- und Verteidigungsunternehmen wie das Ihre einen Geschäftspartner, der eine Strategie entwirft, entwickelt und umsetzt, um das Geschäftsmodell zu schaffen, das in der heutigen digitalen Wirtschaft erforderlich ist. Dieses kann dabei durchaus kollaboratives Co-Development von mikrovertikalen Kapazitäten innerhalb unseres Standardangebots beinhalten, die Ihr und unser Unternehmen wettbewerbsfähiger machen. Infor arbeitet seit langem gemeinsam mit einigen der größten Namen im Bereich A&D an Lösungen, bei denen es sich nicht um maßgeschneiderte Software handelt und die digitale Cloud-Strategien Realität werden lassen – etwa jene, wie sie für die Servitization Ihres Kundenangebots erforderlich sind.

Sie erhalten alles Nötige, um Ihr Tagesgeschäft zu führen und Ihr Unternehmen langfristig auszubauen. Ob Sie nun gerade erst damit beginnen, die in Ihren Produkten steckenden Dienstleistungen zu Geld zu machen – zusätzlich zum Verkauf der Produkte selbst –, oder ob Sie sich anderweitig im digitalen Umbau Ihres Unternehmen befinden: Mit den Infor-Lösungen sind Sie gerüstet. Unsere Anwendungen haben ein ansprechendes Design mit kontextgerechter Business Intelligence und benutzerzentrierten Collaboration-Tools. Sie helfen Ihnen bei der Lösung jeder geschäftlichen Problemstellung und sind für ein sicheres, skalierbares Cloud-Deployment konzipiert.

[Mehr erfahren >](#)



Infor bietet Cloud-Applikationen für ausgewählte Branchen an. Das Unternehmen zählt 17.000 Angestellte und mehr als 68.000 Kunden in mehr als 170 Ländern. Mit Infor-Software können Anwender ihre Geschäftsprozesse optimieren. Weitere Informationen finden Sie auf www.infor.de.

Folgen Sie uns :   

Copyright ©2020 Infor. Alle Rechte vorbehalten. Die hier aufgelisteten Wort- und Designmarken (Name, Logo) sind Markenzeichen und/oder geschützte Marken der Infor und/oder deren Tochtergesellschaften und sonstiger verbundener Unternehmen. Alle anderen hier genannten Markenzeichen sind das Eigentum der betreffenden Unternehmen. www.infor.com.

Infor (Deutschland) GmbH, Hollerithstraße 7, 81829 München, www.infor.de

INFFTP2332129-de-DE-0620-1