



WHITEPAPER

Individualisierte B2B-Produkte auch morgen noch erfolgreich verkaufen

Kaufen B2B-Kunden ein komplexes Industrieprodukt anders als ein Auto?

Nein! Laut einer Studie von Forrester treffen 6 von 10 B2B-Käufer ihre Investitionsentscheidungen auf Basis von Informationen, die sie selbst über das Internet einholen.

Weshalb? Zum einen ist die Hälfte der B2B-Rechercheure jünger als 35 Jahre – also Digital Natives. Zum anderen werden Verhaltensweisen, Erwartungen und Anforderungen aus dem B2C-Bereich auf den B2B-Bereich übertragen.

Mit weitreichenden Konsequenzen für den B2B-Vertrieb:

- Käufer treffen Investitionsentscheidungen mit Informationen aus dem Internet
- Informationen zu Lieferzeiten und Preisen werden ad hoc erwartet
- Der Kunde und seine Anforderungen stehen im Zentrum und nicht das Produkt

Damit ist auch klar: Nur diejenigen Unternehmen werden sich in Zukunft erfolgreich im Wettbewerb behaupten, die ihre Verkaufsstrategie an das zukünftige Verhalten der B2B-Kunden anpassen.

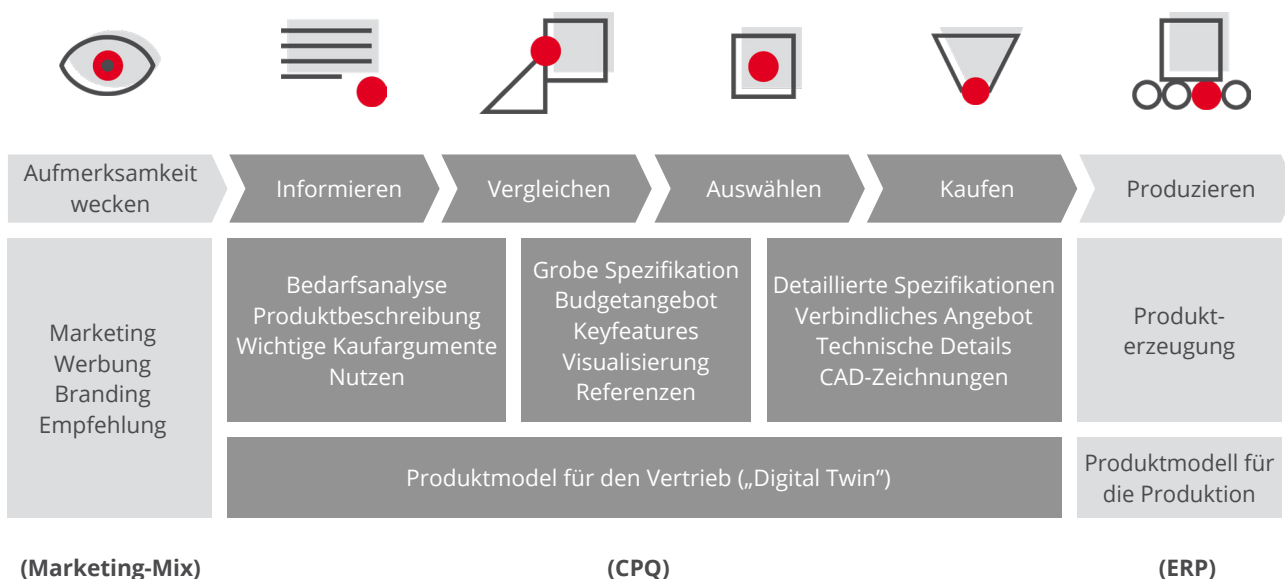
CPQ bietet Lösungen für die 4 zentralen Herausforderungen eines zukunftsfähigen B2B-Vertriebs

1. Relevante Informationen zur richtigen Zeit: CPQ berücksichtigt Customer Journey

Früher bestimmte der Vertriebsmitarbeiter den Fluss von kaufrelevanten Informationen und sorgte für die Verfügbarkeit im passenden Kontext. Im modernen, digitalen Vertrieb entscheidet der Interessent selbst, wann er welche Information haben möchte. Mit der richtigen Aufbereitung, dem passenden Timing und einer agilen Bereitstellung der Angebotsinformationen können sich Unternehmen im Wettbewerb profilieren – vor allem, weil die Produkte selbst zunehmend vergleichbar werden. Deshalb rückt die Customer Journey als Modell zur durchgehenden Steuerung des Informationsangebotes in den Fokus.

Moderne CPQ-Systeme übernehmen innerhalb dieses Modells den gesamten digitalen Vertriebsprozess. Über eine geführte Bedarfsanalyse („Guided Selling“) schlägt die CPQ-Software dem Interessenten passende Produktvarianten vor. Damit wird er bereits in den digitalen Vertriebsprozess einbezogen, wenn er seinen Bedarf und die erste Idee seiner Lösung entwickelt und noch keine Vorentscheidungen getroffen hat. Mit fortschreitender Customer Journey bietet die Software sukzessive detailliertere Produkt- und Angebotsinformationen an: von den ad hoc bereitgestellten Erstinformationen und der Preisindikation führt sie zielsicher bis zum verbindlichen Angebot.

Der digitale Vertriebsprozess innerhalb der Customer Journey



2. Emotional überzeugen – auch digital: CPQ ermöglicht visuelle Konfiguration

Persönliche Beratungsgespräche mit Vertriebsmitarbeitern rücken in der Customer Journey immer weiter nach hinten – in großen Teilen werden sie sogar komplett ersetzt. Auch ohne den persönlichen Kontakt müssen B2B-Unter-

nehmen sicherstellen, dass sie den Interessenten im digitalen Umfeld emotional begeistern. CPQ macht jede Anpassung oder Änderung der Produktkonfiguration visuell im 3D-Modell sichtbar. So nimmt das „eigene Produkt“ sukzessive Gestalt an – ein hoch emotionaler und involvierender Prozess.

3. Konsistente User Experience gestalten:

CPQ als ganzheitliche Informationsbasis

Die User Experience stärkt in einem Umfeld mit zunehmend vergleichbaren Produkten die Markendifferenzierung und wirkt sich fördernd auf die Kaufentscheidung aus. Auch kanalübergreifend muss ein durchgängiges Erlebnis für den Kunden sichergestellt werden: Zum Beispiel müssen Kundengespräche stets auf den zuvor digital erhobenen Informationen aufbauen und dürfen nicht mehrfach abgefragt werden. CPQ ist die Grundlage für eine optimale und konsistente User Experience entlang der gesamten

Customer Journey. Die Software sorgt für einheitliche Produktmodelle, speichert alle vertriebsrelevanten Informationen zentral ab und stellt damit eine einheitliche Informationsbasis in allen Verkaufskanälen bereit: Der direkte Vertrieb hat die gleichen Informationen, wie der Händler oder ein Webshop. Außerdem wird das Erlebnis des Kunden verbessert, weil seine zentralen Touchpoints, wie User Interfaces oder Angebotsvorlagen, mit CPQ an seine Erwartungen angepasst werden können – intuitiv, ganz ohne Programmierkenntnisse.

4. Kurze Reaktionszeiten sicherstellen:

CPQ verschafft Zeitvorsprung

Mit einem CPQ-System wird die Angebotserstellung weitgehend automatisch abgewickelt. Über integrierte Plausibilitäts- und Vollständigkeitsprüfungen stellt die Software sicher, dass nur technisch mögliche Produktvarianten konfiguriert

werden können. Nicht baubare Produkte werden ausgeschlossen und aufwändige Abstimmungsprozesse zwischen den Abteilungen Vertrieb, Konstruktion, Produktmanagement und Produktion entfallen. Der Vertrieb kann direkt auf Kundenwünsche reagieren und schnell, vollständige und technisch korrekte Angebote erstellen.

camos CPQ – weil alle Beteiligten profitieren

Kunde:

- Ausrichtung auf seine individuellen Anforderungen
- Klare Vorstellung von der Beschaffenheit seines Produktes
- Informationen ad hoc verfügbar – Angebote nahezu in Echtzeit

Vertrieb:

- Angebotsprozess schneller – Erfolgsquote höher
- Cross- und Up-Selling-Optionen über das System
- Steigerung des Gewinns – Regeln für die Einhaltung von Rabatlimits
- Zentral verwaltetes Wissen – Verkauf ohne technisches Know-How



Ca. **18 %** weniger Abstimmung mit anderen Abteilungen



Ca. **33 %** kürzere Durchlaufzeiten für die Angebotserstellung



Ca. **65 %** Steigerung der Verkaufszahlen

Marketing:

- Intelligente Auswertungen der Vertriebs-Daten
- Daten zu Markt- und Produkttrends
- User Interfaces und Angebotsvorlagen im Corporate Design

Produktion:

- Nur technisch korrekte und vollständige Spezifikationen
- Skaleneffekte durch Produktmodularisierung reduzieren Kosten

IT-Abteilung:

- Weniger Systembrüche – durchgängiges Konfigurations-, Kalkulations- und Vertriebstool

Das spricht für camos

- 200 erfolgreiche CPQ-Projekte: führender Anbieter in Europa
- Seit 15 Jahren eine der führenden CPQ-Lösungen für den B2B-Markt
- Namhafte Kunden mit technisch komplexen Produkten wie Siemens, KONE, KSB oder MAN nutzen die Software weltweit
- camos „nimmt seine Kunden an die Hand“ und unterstützt von der Beratung bei der Implementierung bis zum persönlichen Support und der Durchführung von Updates.



Kunden die uns vertrauen

ABB

ARBURG

BERG

DEMAG
A TEREX BRAND

DMG MORI

EIRICH

FAUN
KIRCHHOFF GRUPPE

HAYER & BOECKER

HÖRMANN
Tore • Türen • Zargen • Antriebe

HOMAG

KONE

KSB

LIEBHERR

MAN

maxon motor

MULTIVAC
BETTER PACKAGING

Reifenhäuser

ROHDE & SCHWARZ

SCHAEFFLER
LUK **INA** **FAG**

SIEMENS

TROX® TECHNIK
The art of handling air

VOITH

WITZENMANN
managing flexibility

HAUNI
KÖRBER SOLUTIONS

Für weitere Informationen besuchen Sie
auch unsere Website www.camos.de.

camos.