

WHITEPAPER

CPQ im Maschinen- und Anlagenbau: Funktionen, Trends & Use Cases im Überblick

Überblick Whitepaper

Dieses Whitepaper bringt die wichtigsten Funktionen und Trends zum Thema Configure, Price, Quote (CPQ) auf den Punkt. Es beantwortet die folgenden Schlüsselfragen, die sich produzierende Unternehmen komplexer und variantenreicher Produkte stellen – speziell im Maschinen- und Anlagenbau treten diese immer wieder auf:

1. Warum wird CPQ für den Vertrieb so wichtig?
2. Wo befindet sich CPQ im Gesamtprozess?
3. Was sind die CPQ-Kernfunktionen?
4. Auf welcher Grundlage basiert CPQ?
5. Wie unterstützt CPQ die Customer Journey?
6. Was ist der Nutzen im Vertrieb?
7. Was sind konkrete Best-Practice-Beispiele?

1. Warum wird CPQ für den Vertrieb so wichtig?

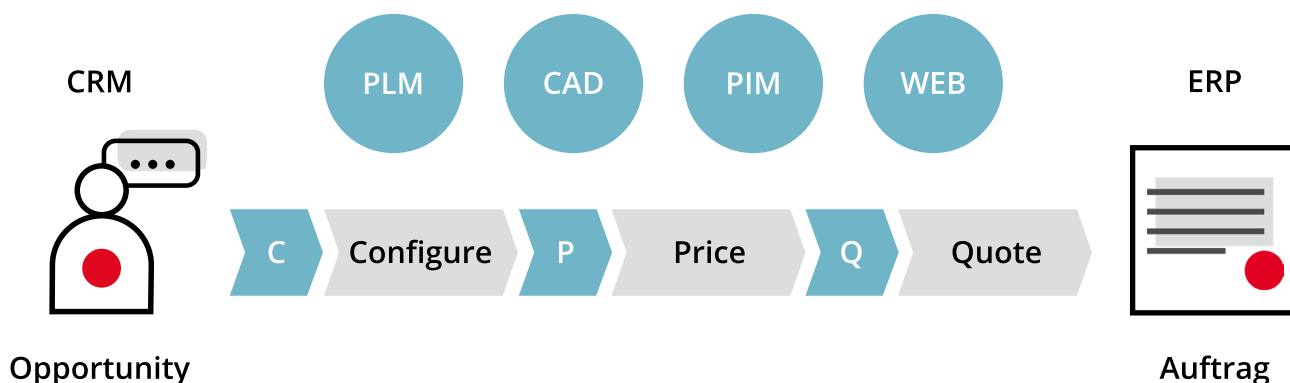
Der Maschinen- und Anlagenbau ist Vorreiter, wenn es um Losgröße 1 geht. Laut der Studie „Deutscher Industrie 4.0 Index 2019“ der Staufen AG streben in diesem Segment knapp zwei Drittel der Unternehmen nach dieser neuen Individualisierungsstufe. Sie haben erkannt, dass es in Zukunft nicht mehr ausreicht, ausschließlich auf die Erfolgsfaktoren Qualität, Zeit und Preis zu setzen. Denn die Digitalisierung bietet Unternehmen neue Möglichkeiten, Ihre Produkte auf den spezifischen Kundenbedarf hin zu individualisieren.

Allerdings muss dafür der Vertriebsprozess noch näher zum Kunden gebracht und die sich dadurch ergebende neue Variantenvielfalt für den Vertrieb und die eigene Produktion wirtschaftlich beherrschbar gemacht werden. Um die Zukunftsfähigkeit zu sichern, setzen immer mehr Anbieter variantenreicher Produkte im Vertrieb auf CPQ. Eine aktuelle Umfrage des Verbands Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) sieht CPQ-Systeme bereits unter den ersten Plätzen, wenn es um Top-Investitionen in IT-Systeme geht.

2. Wo befindet sich CPQ im Gesamtprozess?

Ein CPQ-System kann als digitale Brücke verstanden werden, die den Vertriebsprozess näher zum Kunden bringt und die Kundenanforderungen auf die Produktion abbildet. Es sorgt dafür, die wachsende Nachfrage nach individualisierten Produkten zu bedienen. Aus IT-Sicht befindet es sich als Verbindungsglied zwischen der Opportunity im CRM- und dem Auftrag im ERP-System.

Oft holt das CPQ-System Informationen aus weiteren Quellen, zum Beispiel PLM-, PIM- oder CAD-Systemen, die für ein überzeugendes Angebot notwendig sind. Zunehmend wird die Produktkonfiguration auch im B2B in die eigene Website integriert, damit Kunden oder Händler den Angebots- und Auftragsprozess über das Internet initiieren können.



Eingliederung von CPQ-Systemen in den digitalen Gesamtprozess

3. Was sind die CPQ-Kernfunktionen?

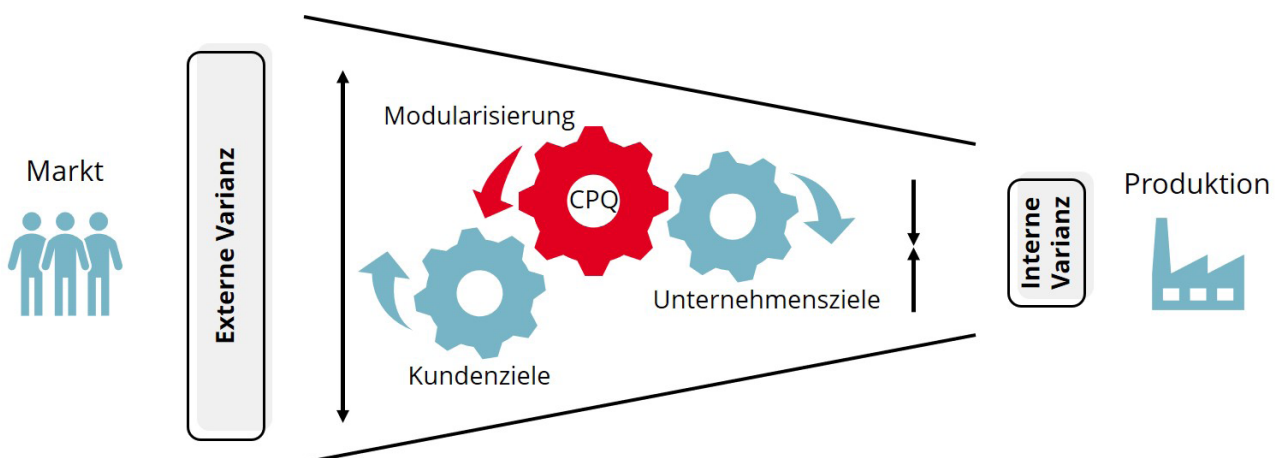
Das CPQ-System ist eine IT-Anwendung, die den Angebots- und Vertriebsprozess digitalisiert, automatisiert und das vertriebsrelevante Produkt- und Angebotswissen zentral verwaltet. Die Kernfunktionen sind die Produktkonfiguration, die Preisermittlung und Erstellung von Angebotsdokumenten. Die Produktkonfiguration basiert auf einer geführten Bedarfsanalyse. Mit gezielten Fragen schlägt sie dem Anwender – also dem Vertriebsmitarbeiter, Händler oder Kunden selbst

– geeignete Produktvarianten vor und navigiert zur besten Lösung für den Kunden. Dabei sichern Plausibilitäts- und Vollständigkeitsprüfungen ab, dass nur technisch mögliche Produktvarianten konfiguriert werden können. Parallel zur Auslegung der Produkte ermittelt das System die Preise und Herstellkosten. Im letzten Schritt erzeugt es personalisierte Angebotsdokumente, wie die technische Beschreibung, das kaufmännische Angebot oder eine 3D-Visualisierung.

4. Auf welcher Grundlage basiert CPQ?

CPQ-Systeme erzeugen aber nicht nur Variantenvielfalt durch Individualisierung. Sie ermöglichen es gleichermaßen, diese wirtschaftlich zu beherrschen. Produkte und Anlagen werden dazu modularisiert. Über den dadurch entstehenden Variantenbaukasten lassen sich standardisierte Funktionsbaugruppen zu kundenspezifischen Produktvarianten kombinieren. Ein durchdachter Baukasten ist die Grundlage von CPQ. Er kann mit einer überschaubaren Anzahl von Komponenten

und zu geringen internen Kosten eine große Zahl von Kundenvarianten erzeugen. Dieses Konzept, das die Individualisierung zum Normalfall macht, wird über den Produktkonfigurator eines CPQ-Systems zum Kunden gebracht: Er übersetzt die Kundensicht in geeignete Produkte und deren Produktmerkmale – immer unter Berücksichtigung festgelegter technischer und wirtschaftlicher Regeln.

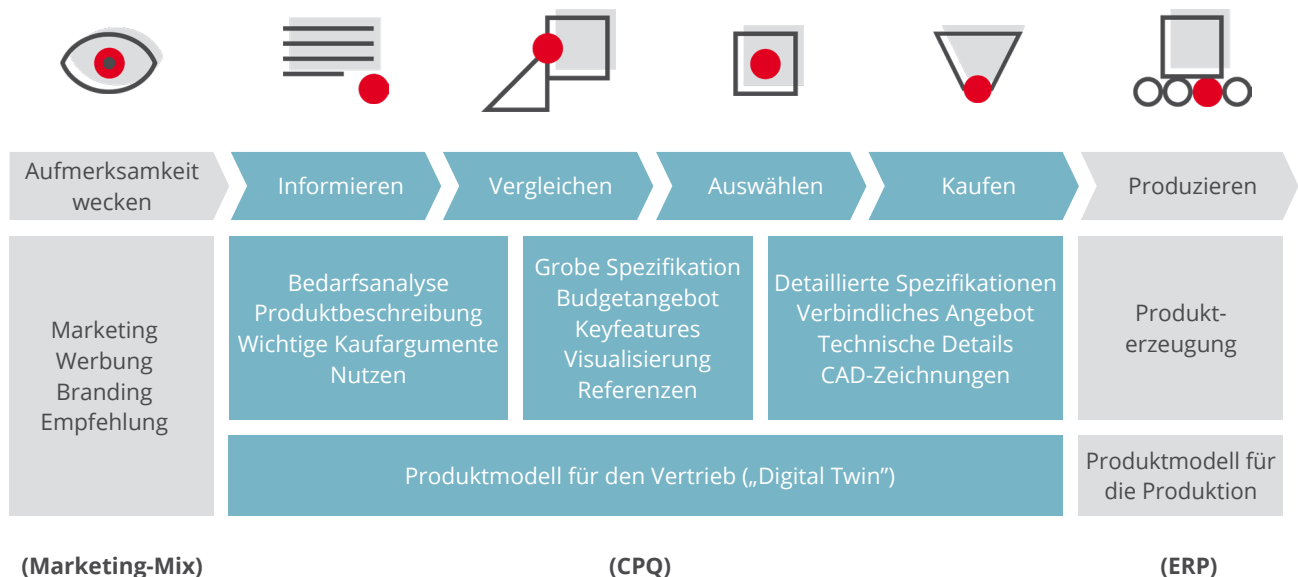


Zielbild der Individualisierung mit marktseitig hoher und produktionsseitig geringer Varianz.

5. Wie unterstützt CPQ die Customer Journey?

Das Informations- und Kaufverhalten im B2B-Umfeld ist im Umbruch. Bereits heute treffen laut einer Forrester-Studie 60 % der B2B-Käufer Investitionsentscheidungen mit Informationen aus dem Internet. Auch wenn es um komplexe Güter geht, wollen sich Interessenten online informieren und zunehmend auch online kaufen. Die Herausforderung besteht darin, dass nicht mehr der Vertrieb, sondern der Interessent selbst entscheidet, wann er welche Information haben möchte.

Deshalb rückt das Modell der Customer Journey zur Steuerung des Informationsangebotes in den Mittelpunkt. Mit modernen CPQ-Systemen kann dieses Modell realisiert werden. Sie sorgen dafür, dass der Detaillierungsgrad von Angebotsinformationen an den individuellen Informationsbedarf des Interessenten angepasst wird: Von den ad hoc bereitgestellten Erstinformationen und dem Budgetangebot steigern Sie den Detaillierungsgrad schrittweise bis zum verbindlichen Angebot.



CPQ innerhalb der Customer Journey.

6. Was ist der Nutzen im Vertrieb?

Unterm Strich werden durch CPQ-Systeme die Abläufe im Vertrieb um bis zu 50 Prozent effizienter, weil Routinearbeiten wie zum Beispiel Abstimmungen zur technischen Realisierbarkeit durch automatisierte Plausibilitätsprüfungen ersetzt oder Freigabeprozesse durch regelbasierte Workflows beschleunigt werden. Aber auch eine qualitative Verbesserung geht mit dem CPQ-System einher. Denn das Produktwissen wird in

einem zentralen Regelwerk verankert, sodass Vertriebsmitarbeiter immer den Überblick über das technisch mögliche bzw. das unter Marktesichtspunkten angebotene Variantenspektrum behält. Dabei gilt der Grundsatz: Je komplexer, variantenreicher und erklärungsbedürftiger die Produkte sind, desto höher der Nutzen des CPQ-Systems.

7. Was sind konkrete Best-Practice-Beispiele?

Best-Practice Haver & Boecker

Haver & Boecker ist spezialisiert auf Maschinen und Anlagen für das Abfüllen von Schüttgütern, die bei der Verpackung und Aufbereitung von Zement, Baustoffen und Mineralien, Chemikalien und Lebensmitteln zum Einsatz kommen. Für jedes Einsatzszenario muss die Packmaschine individuell konfiguriert werden. Seit der Einführung der CPQ-Lösung der camos Software und Beratung GmbH erstellen die Vertriebsmitarbeiter die passende Maschine über einen Produktkonfi-

gurator. Sobald sie alle Komponenten ausgewählt haben, generiert das System automatisch das Angebot mit sämtlichen Preisen und beschreibenden Texten. Statt wie früher zwei Tage, nimmt das nur drei Stunden in Anspruch. Über eine SAP-Schnittstelle wird der Auftrag nach Bestätigung direkt an das ERP-System weitergegeben. Die Mitarbeiter im Vertrieb nutzen die gewonnene Zeit, um neue Kunden zu gewinnen und so den Umsatz zu steigern.



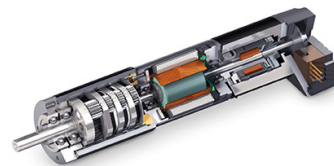
“ Wir haben nach einem leistungsfähigen System gesucht, das den gesamten Verkaufsprozess abbildet und das die Angebotserstellung erheblich beschleunigt. camos hat uns die perfekte Lösung angeboten.“

Ann-Kristin Kaltefleiter-Jürgens, Leiterin der Vertriebssteuerung

Best-Practice Maxon Motor

Die gleiche CPQ-Lösung wird von Maxon Motor eingesetzt. Das Unternehmen hat sich auf kundenspezifische Antriebslösungen spezialisiert. Der Use Case unterscheidet sich grundlegend von Haver & Boecker. Denn Maxon Motor lässt seine Interessenten auch selbst Produkte über das Internet konfigurieren und setzt dabei auf das Modell der Customer Journey: Der Interessent kann im Konfigurationsprozess den Detaillierungsgrad der Informationen flexibel steuern und für ihn relevante Zusatzinformationen einfach über Info-Buttons ein- und ausblenden. Auf Wunsch kann er alle technischen Spezifikationen, Zeichnungen sowie Informationen zu Lieferzeiten und Preisen für alle Optionen direkt auf der Webseite sehen oder sein Konfigurationsergebnis im 3D-

Modell anschauen. Unmittelbar nach seiner Online-Bestellung erhält er die Auftragsbestätigung vom CPQ-System. Zeitgleich übermittelt dieses alle nötigen Daten, um einen Fertigungsauftrag zu starten. Das ist möglich, weil das Regelwerk des Konfigurators die Baubarkeit von Kundenspezifikationen prüft.



Die Antriebssysteme von maxon motor sind hochpräzise Technologien und lassen sich individuell konfigurieren.

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 Rabattlimits
 - Zentral verwaltetes Wissen – Verkauf ohne technisches Know-How



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



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

- 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 TEREK BRAND

DMG MORI

EIRICH

FAUN
KIRCHHOFF GRUPPE

HAYER & BOECKER

HÖRMANN
Tore • Türen • Zargen • Antriebe

HOMAG

KONE

KSBB

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
KÖRPER SOLUTIONS

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

camos.