

**FACHARTIKEL**



## **CPQ als Effizienztreiber im modernen Vertrieb**



**CPQ-Lösungen beschleunigen und optimieren Vertriebsprozesse**  
Warum der Vertrieb auf CPQ setzen sollte

# Das optimale Produkt, mit dem besten Preis, zum günstigsten Zeitpunkt

Im Kauf- bzw. Vertriebsprozess sind die Interessen recht klar verteilt: Die kritischen Kunden erwarten aussagekräftige Informationen – auch zu Preisen, Machbarkeit und Lieferbedingungen. So vergleichen sie die Produkte und Services miteinander, um die am besten zu ihren Anforderungen passende Lösung zu finden. Für die Vertriebsmitarbeiter ist wichtig, mit einer guten Beratung auf die Anforderungen der Kunden einzugehen, die richtigen Produkte und Services anzubieten und so zu einem zeitnahen Abschluss zu kommen – am besten mit zufriedenen Kunden. Wenn sie dabei auch noch unkompliziert Up- und Cross-Selling betreiben können, ist das wunderbar. Bei all dem möchten die Vertriebsmitarbeiter möglichst eigenständig arbeiten. Was sie nicht möchten sind administrative Tätigkeiten, eine aufwendige Informationsbeschaffung, langwierige Genehmigungen und eine kleinteilige Angebotserstellung.

Diese Vorstellungen zu verwirklichen, wird aktuell nicht eben leichter. Denn im Zuge der Digitalisierung werden viele Produkte – insbesondere im Maschinen- und Anlagenbau – immer komplexer, ihr Individualisierungsgrad steigt. Gleichzeitig bringt die Digitalisierung völlig neue Möglichkeiten mit sich, von denen die Kunden und die Vertriebsmitarbeiter profitieren. Ein wichtiges Beispiel dafür ist die Produktkonfiguration. Das bestätigt auch die GEXSO-Studie „Produktkonfiguration als Erfolgsfaktor“ aus dem Jahr 2018: Fast 80 Prozent der darin befragten Unternehmen sehen CPQ (Configure Price Quote) als integralen Bestandteil ihrer Vertriebsprozesse und entscheidenden Wettbewerbsfaktor.

## Wissen und Kompetenzen für den Außendienst

Der hohe Wert, den die Unternehmen ihrer Konfigurationslösung zumessen, ist im Kontext des Vertriebsprozesses leicht nachvollziehbar: Hervorragend qualifiziert, optimal vorbereitet und mit einer Vielzahl an digitalem und analogem Material ausgerüstet erscheint der Außendienstmitarbeiter zum Kundengespräch. Und doch enden viele Treffen lediglich mit Absichtserklärungen und der Ankündigung nächster Schritte. Ein sehr häufiger Grund: Die komplexen Produkte erfordern ein zu tiefes (Beziehungs-)Wissen, um sie vor Ort final konfigurieren zu können und dann ein verbindliches Angebot zu erstellen.

Stattdessen müssen die Vertriebsmitarbeiter im Außendienst zunächst Fragen zu Machbarkeit, zum Preis und den individuellen Konditionen oder zu Auslieferungsoptionen mit dem Innendienst abstimmen. Nur dieser hat Zugriff auf alle relevanten Informationen und vor allem auf das technische Regelwissen der Experten. In der Folge fungieren Außendienstmitarbeiter eher als Mittler zwischen Kunden und Innendienst. Angebote können

sie erst nach vielen manuellen Einzelschritten und mit entsprechender Verzögerung abgeben – ohne abschließende Sicherheit, dass diese tatsächlich fehlerfrei ist.

## Variantenreich, kundenindividuell – und dennoch schnell

So ist es noch in den meisten Unternehmen. So muss es aber längst nicht mehr sein. Mithilfe einer CPQ-Lösung lassen sich im modernen Vertriebsprozess Produkt- und Servicekonfiguration, Preisermittlung und -gestaltung sowie Angebotserstellung vereinen. Dabei führt die Software systematisch durch die Abfrage und Erfassung der Anforderungen und fügt so Komponente für Komponente zusammen. Möglich ist das dank einer Logik, die Regeln anwendet. Das umfasst zum einen technische Regeln. Sie lassen nur solche Kombinationen zu, die tatsächlich umgesetzt werden können, funktional stimmig sind und zu den Anforderungen passen. Zum anderen interpretiert die Software integrierte Geschäftsregeln, die sicherstellen, dass in den Angeboten selbst vielschichtige Preismechanismen berücksichtigt werden – beispielsweise Bundles, Rabatte oder Mindestmargen.

Regeln zu interpretieren, ist natürlich nur sinnvoll, wenn sich diese auf reale Produkt- und Geschäftsdaten beziehen. Daher ist die CPQ-Lösung an das im Unternehmen eingesetzte ERP-System angebunden, aus dem sie alle relevanten Produktinformationen erhält – stets aktuell und konsistent. Damit die Anwendung auch unter hochkomplexen Konfigurationsbedingungen und bei großer Variantenvielfalt direkt reagieren kann, arbeitet im Hintergrund eine leistungsfähige Engine. Mit ihrer Hilfe laufen die regelbasierte Konfiguration und die automatisierte Preisfindung praktisch in Echtzeit ab.

## CPQ liefert integriertes Beziehungswissen

Und nicht nur das ERP-System hält wertvolle Daten bereit: Weil die CPQ-Lösung auch mit der CRM-Lösung verbunden ist, wird sie zum wesentlichen Tool einer vertrieblichen Kundenausrichtung. Die in der CRM-Lösung gespeicherten Informationen zur Kundenhistorie, zu Entscheidungswegen, zu Preisnachlässen oder zu Gutschriften fließen in die individuell zugeschnittenen Angebote ein. Diese Art von zentralisiertem Wissensmanagement über alle relevanten Bereiche hinweg kommt natürlich besonders den Vertriebsmitarbeitern vor Ort zugute. Denn zeitgemäße CPQ-Lösungen sind mobil nutzbar.

So werden Außendienstler weitgehend autonom. Sie können im Gespräch mit den Kunden die Anforderungen erfassen, Konfigurationen durchspielen und dabei gesicherte Aussagen treffen. Denn das gesamte Beziehungswissen wird durch die CPQ-Lösung bereitgestellt. Weil auch der Genehmigungsworkflow integriert ist,

steht das Ergebnis schnell bereit: technisch korrekte und vollständige Spezifikationen, lückenlose Stücklisten sowie automatisch generierte und im einheitlichen Corporate Design erstellte Angebote mit dem korrekten Preis. Das alles lässt sich zentral speichern, verschicken oder als Word- und PDF-Dabei ausgeben. Über ein integriertes Formular können Kunden das Angebot sogar direkt unterschreiben und den Auftrag erteilen.

### **Mehr Steuerung mit künstlicher Intelligenz**

Zweifellos geht es bei CPQ-Lösungen um die Automation in den Vertriebsprozessen – darum, Vorgänge zu verkürzen, Kosten zu sparen, Fehler zu vermeiden und dem gesamten Vertrieb eine optimierte Struktur zu geben. Nutzt die CPQ-Lösung auch Machine Learning und künstliche Intelligenz, lassen sich Daten automatisch auswerten und anpassbare Reportings erstellen. So bleiben die Führungskräfte über aktuelle und zurückliegende

Angebote auf dem Laufenden, wird die Vertriebspipeline transparent und werden Preistrends erkennbar. Projekte lassen sich genauer planen und zielgerichtet durchführen.

Doch wer CPQ lediglich als Beschleunigungs-Tool für einen Quote-to-Cash-Prozess begreift, übersieht das Potenzial zur kundenindividuellen Vertriebsexzellenz in der Customer Experience: Erstens ist der schnelle und präzise Ablauf für die Kunden enorm vorteilhaft. Zweitens bindet eine CPQ-Lösung die Kundeninteressen deutlich stärker ein, als es der herkömmliche Vertrieb (mit vertretbarem Aufwand) leisten kann. Und drittens macht der gemeinsame Konfigurationsprozess den Vorgang auch für die Kunden transparent und attraktiv. Sie erleben selbst, wie die Software leitet: zum optimalen Produkt, mit dem besten Preis, zum günstigsten Zeitpunkt.



## Mehr Informationen



[www.orbis.de/sap-c4hana/cpq](http://www.orbis.de/sap-c4hana/cpq)



ORBIS AG, Nell-Breuning-Allee 3-5, D-66115 Saarbrücken, Telefon: +49 (0) 681 / 99 24-0, E-Mail: [info@orbis.de](mailto:info@orbis.de), [www.orbis.de](http://www.orbis.de)

Deutschland ♦ Frankreich ♦ Schweiz ♦ Österreich ♦ Niederlande ♦ USA ♦ China