

PRODUKTKONFIGURATOREN

Chancen im Verkauf besser nutzen

Wer im Vertrieb technischer Güter individuelle Kundenanforderungen erfüllt, gehört im Wettbewerb zu den Gewinnern. Produktkonfiguratoren helfen, kundenspezifische Lösungen zu fertigen und überzeugend zu vermitteln.

VON VOLKER HASSMANN

Henry Ford konnte es sich noch leisten, seine Autos nur in schwarz anzubieten. Heutzutage sind individuelle Produkte gefragt, Standardprodukte finden immer weniger Absatzmärkte. Variantenreiche Produkte bedeuten jedoch mehr Aufwand, in der Produktion und in der Auftragsabwicklung. Meist müssen technische Experten den Vertrieb bei der Projektierung und Konfiguration unterstützen. Die Lösung sind intelligente Baukastensysteme: Aus vordefinierten Baugruppen lassen sich mit geringem Aufwand kundenspezifische Produktvarianten fertigen. Zeit- und kostenintensive Sonderkonstruktionen werden vermieden.

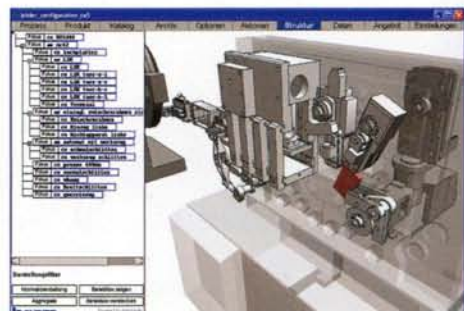
Hersteller von technischen Produkten für den gewerblichen Einsatz haben in den vergangenen Jahren erheblich in die Modularisierung und Standardisierung ihres Produktangebots investiert. Damit wollen sie den unterschiedlichen gesetzlichen Bestimmungen ihrer Exportregionen entsprechen, flexibel und zugleich kostengünstig Lösungen auf dem Markt anbieten sowie den Vorgaben ihrer Ver-

triebsorganisationen und – »last not least« – kundenspezifischen Anforderungen besser entsprechen. Denn im harten Geschäft mit industriellen Abnehmern wird erst über die technische Eignung entschieden – dann verhandelt der Einkauf die wirtschaftlichen Details.

Doch viele Varianten, Ausprägungen und Rahmenbedingungen der Produkte kommen gar nicht an der Verkaufsfrent an, so zumindest die Erfahrung von Philipp Ackermann, Marketingleiter beim

BESSERE ABSTIMMUNG ZWISCHEN TECHNIK, VERTRIEB UND LOGISTIK.

Softwareanbieter Perspectix AG, der Lösungen für den Vertrieb in der technischen Industrie entwickelt. »Die Kommunikationswege zwischen Entwicklungsbereichen, dem technischen Vertrieb, Vertretungen und ausländischen Partnern und zurück über die Auftragsabwicklung in Produktion und Montage führen zu hohen Reibungsverlusten.« sagt Ackermann. »Wissenslücken, Übersetzungsfehler, Missverständnisse und Rückfragen führen häufig dazu, dass in der Präsentation beim Kunden nur noch



Bruchteile der Produktvorteile vermittelt werden.«

Projektierungsleistung muss zunehmend in der Akquisephase, sprich im Verkaufsprozess, geleistet werden. Da für konkurrenzfähige Angebote die Kostenkalkulation sehr eng erfolgen muss, sind technische Abklärungen immer detaillierter auszuarbeiten, um technische und kaufmännische Risiken möglichst gering zu halten. Viele Hersteller erkennen heute, dass dieser Kostendruck nur durch ein unternehmensweites Product Lifecycle Management (PLM) zu meistern ist – ein System, mit dem alle Daten, die im Produktlebenszyklus anfallen, einheitlich gespeichert, verwaltet und abgerufen werden. Dabei kommen Systeme von der Planung, Konstruktion und Fertigung bis zum Qualitätsmanagement, Projektmanagement, Vertrieb und Service zum Einsatz.

Um den technischen Vertrieb hier wirkungsvoll zu unterstützen, ist eine enge Abstimmung der entsprechenden Abteilungen aus den Welten Technik, Vertrieb und Logistik erforderlich. Das bedeutet, dass Informationen aus CAD- und Planungssystemen mit denen aus der betriebswirtschaftlichen EDV und Kun-



Produktkonfigurator P'X5
3D-Produktdarstellungen, verbunden mit technischen und kaufmännischen Informationen, erlauben dem Außendienst die sofortige Angebotserstellung.

DIE VORTEILE

denmanagementsystemen verknüpft und an die Verkaufsorganisation übergeben werden. Im Vertrieb zählen vor allem Funktionen, Leistung und Preis eines Produkts, für die Auftragsbearbeitung sind technischen Daten, Stücklisten und Arbeitspläne entscheidend.

Produktkonfigurations-Software wickelt den Informationsfluss zwischen Vertrieb und Produktion nahtlos ab und erzeugt automatisch auf Basis der Angebotsdaten die Stücklisten und Arbeitspläne für einen Auftrag. Das bedeutet kürzere Durchlaufzeiten zum Beispiel bei der Auftragsbearbeitung, laut Branchenerfahrungen in der Regel um über 50 Prozent. So erreicht man durchgängige Prozesse von der Angebotserstellung über die Auftragsbearbeitung bis zur Produktion und die pünktliche Lieferung.

Produktkonfiguratoren stellen dem Vertriebsmitarbeiter alle relevanten Produktinformationen zur Verfügung: Technisches Produktwissen und Preis- und Verfügbarkeitsinformationen, Einbau- und Montagebedingungen sind so abgebildet, dass

viele Fehler ausgeschlossen werden. Ein Bestellvorgang kann zum Beispiel mit Bauvorschriften, Projektvorlagen und Konfliktprüfungen unterstützt werden. Dies gibt dem Verkäufer Sicherheit und entlastet von Rückfragen und Nachforschungen, so dass eine Konfiguration per Laptop direkt beim Kunden möglich wird.

Ein Produktkonfigurator ähnelt einem dreidimensionalen Baukasten: »Animationen wie das Öffnen und

ZEIT FÜR DIE AUFTRAGSBEARBEITUNG DEUTLICH VERKÜRZT.

Schließen einer Schublade stellen den Kunden das Produkt während der gemeinsamen Konfiguration plastisch vor Augen, minimieren Bedenken und Risiken und führen zu höherer Identifikation mit einer vorgeschlagenen Lösung«, berichten etwa die Vertriebsmitarbeiter bei USM U. Schärer Söhne. Der Anbieter von Möbelbausystemen im schweizerischen Münsingen setzt bereits seit vier Jahren auf den Konfigurator und erreicht nicht nur bessere Abschluss-

- **Auftragsabwicklung:** Produktkonfiguratoren vereinfachen die Auftragsabwicklung. Der Vertrieb kann einen Großteil der kundenspezifischen Angebote technisch korrekt und exakt kalkuliert ohne die Spezialisten aus der Produktentwicklung erstellen.

- **Angebotserstellung:** Der Vertrieb kann ohne Expertenwissen kundenspezifische Produkte konfigurieren und technische korrekte und exakt kalkulierte Angebote erstellen.

- **Vertriebsinformation:** Mitarbeiter im Außendienst und Handelspartner verfügen stets über aktuelle Produktinformationen, Preise, technische Abhängigkeiten und Zubehör.

- **Internationaler Vertrieb:** Der Mitarbeiter kennt länderspezifische Besonderheiten in Technik, Sprache und Preis genau.

- **Produkteinführung:** Die Einführung neuer Produkte wird beschleunigt; Time-to-market-Vorsprünge können genutzt werden.

- **Prozesse:** Konfiguratoren sind in alle Systeme (CAD, PLM, ERP) integriert und sorgen so für optimierte Prozesse in Vertrieb, Auftragsabwicklung und Service.

- **E-Business:** Als »elektronischer Vertriebsassistent« unterstützt ein Konfigurator das E-Business. Kunden können erklärungsbedürftige Produkte selbst zusammenstellen und direkt ordern.

Quelle: www.camos.de

quoten, sondern auch eine höhere Kundenzufriedenheit nach dem Kauf. Der Außendienst schätzt vor allem die perfekte Kommunikation mit der Auftragsabwicklung. Eine Konfigurationsdatei von wenigen Kilobytes, per E-Mail an die Zentrale gesandt, entfaltet sich bei

PRODUKTKATALOGE PER TASTENDRUCK AUF DEM NEUESTEN STAND.

USM zu kompletten Konfigurationen mit allen Informationen zu Produkt, Preis und Kunde.

Ein weiterer positiver Faktor: Die Entscheidungsprozesse in der Industrie verlaufen in der Regel mehrstufig. Somit hängt die Genehmigung von Investitionsvorhaben auch davon ab, wie gut die

Fachverantwortlichen das Produkt ihrer Wahl den entscheidenden Mittelgebern präsentieren können. »Eine animierte, dreidimensionale Produktdarstellung am Computer entfaltet wesentlich mehr Überzeugungskraft als jedes Chart«, weiß Ackermann. »Technische Sachverhalte werden auch Laien eingängig vermittelt.«

Weltweite Vertriebsorganisationen mit Niederlassungen und Werksvertretungen, Handelsvertretern und Partnern stellen viele Hersteller vor weitere Probleme, wie Bestellungen nach veralteten Unterlagen oder die Nachfertigung ausgelieferter Artikel. Mit einem Produktkonfigurator ist der gesamte Produktkatalog mit einem Update aus dem Internet auf dem neuesten Stand. Vorlaufzeiten bei Kampagnen und der Einführung neuer Produkte werden verkürzt. ←



3D-Verkauf bei Sortimo Verkäufer visualisieren Kundenwünsche auf dem Laptop.

BEISPIEL

VISUELLER VERKAUF

Sortimo, ein führender Anbieter von technischen Fahrzeugeinrichtungen, unterstützt seinen Vertrieb mit einem Produktkonfigurator. Das bei Sanitär- und Elektrohandwerkern bekannte Unternehmen in Zusmarshausen bei Augsburg setzt heute mit rund 380 Mitarbeitern etwa 45 Millionen Euro um.

2003 konzipierte das Unternehmen eine neue modulare Produktlinie: Aluminium-Rahmengestelle, mit Schubladen und Wannen, die flexibel an die Innenräume von Transportern und Kombis angepasst werden können. 2.200 Artikel werden nach komplexem Regelwerk in einem Rahmenraster, dem so genannten »Space Frame« verbaut, der den unterschiedlichen Fahrzeuginnenräumen angepasst werden kann. Das Endprodukt kann dann innerhalb der Fahrzeugmaße frei im Raum aufgebaut werden – eine Komplexität, die nur in 3D

beherrschbar ist. Als Software, die dieses Vorgehen im mobilen Verkauf abbildet, setzt Sortimo die Lösung P'X5 von Perspectix ein.

Beim Kunden wählt der Außendienstmitarbeiter an seinem Laptop den gewünschten Fahrzeuginnenraum des Kunden aus einer Bibliothek. Die enthält bereits vor Erscheinen eines neuen Produkts alle verfügbaren Varianten. Die Vertriebsmitarbeiter kennen die Anforderungen ihrer Kunden, so dass sie eine Bibliothek mit Konfigurationen verwenden, die sie individuell gefüllt haben. Verschiedene Kundengruppen müssen jeweils ihr spezifisches Werkzeug- und Materialsortiment in Transportern unterbringen.

Die Musterkonfigurationen wachsen im Gespräch mit den Kunden zu einer individuellen Lösung. Stimmen Funktionalität, Preis und Gewicht der Konfiguration mit den Kundenwünschen



Passgenau Für jedes Fahrzeugmaß die optimale Einrichtung.

überein, kann sofort ein Angebot mit detaillierten Zeichnungen ausgegeben werden. Damit hat sich die Dauer für eine Besprechung mitsamt gemeinsamer Konfiguration und Angebotserstellung vor Ort auf rund eine Stunde reduziert. Ein weiterer Vorteil: Mit dem Konfigurator entstehen auch preisgünstigere Fahrzeugeinrichtungen als früher, was den Verkaufserfolg steigert.

Quelle: www.perspectix.com