



Beschleunigen Sie Ihren Verkaufszyklus mit Configure-Price-Quote-Technologie

Wohin geht die Reise?

Marketing-Gurus werfen gerne mit Begriffen wie „Kundenansprache“ und „Customer Journey“ um sich. Dass diese „Reise“ in einem Verkaufsabschluss münden muss, kann dabei leicht übersehen werden. Eine gute Kundenansprache kann tatsächlich dazu beitragen, dass der Kundenparcours erfolgreich verläuft, sofern sie den Prozess beschleunigt und die Wahrscheinlichkeit eines Verkaufsabschlusses erhöht.

Configure-Price-Quote-Technologie (CPQ) stellt einen essenziellen Wegpunkt im Kundenparcours dar, der sozusagen den Spurwechsel von der Ansprache zur Konversion markiert. An diesem Punkt der Reise haben Sie den Kunden eindeutig von der Marketingphase in den Verkaufsprozess geleitet. CPQ kann vielfach dazu beitragen, einen Interessenten schneller in einen Kunden zu verwandeln, indem er einen unmittelbaren, konkreten und überzeugenden Überblick darüber bekommt, was er kaufen möchte – und was Sie verkaufen wollen.

Inhaltsverzeichnis

1 **Wohin geht die Reise?**

2 **Nehmen Sie die Abkürzung!**

2 **Besser unterwegs mit CPQ**

3 **Die Ergebnisse**

Nehmen Sie die Abkürzung!

Kaum ein Kunde will, dass sich der Verkaufszyklus allzu sehr in die Länge zieht, und der Verkäufer schon gar nicht. Alle Beteiligten haben ein Interesse daran, dass der Kunde möglichst schnell eine vollständige, akkurate Entscheidungshilfe erhält. Online-Shopping ist u. a. deshalb so beliebt, weil der Konsument dank hoch dynamischer Software im Nu Zugang zu den für den Kauf relevanten Informationen erhält, vom Preis über die Produkteigenschaften bis hin zur Meinung anderer Käufer. Dasselbe gilt sowohl für B2B- als auch komplexe B2C-Verkäufe. Je komplexer jedoch die Rahmenbedingungen für einen Verkauf, desto schwieriger wird es, diese Informationen bereitzustellen.

Wenn Preiskalkulationen und Konfigurationsvarianten im Spiel sind, kann kein Verkauf im Amazon®-Tempo zu Ende gebracht werden. Nichtsdestotrotz ist es möglich, den Verkaufsparcours zu beschleunigen und unnötige Hürden auf ein Minimum zu reduzieren. Ein gut durchdachter, technologiegesteuerter Verkaufsprozess mit Unterstützung einer leistungsstarken Configure-Price-Quote-Software kann dafür sorgen, dass Verkaufschancen schneller und häufiger zu einem Abschluss führen als bei einem manuellen Ad-hoc-Prozess. Wie Studien belegen, erzielt dieses Konzept eine Reihe konkreter Ergebnisse:

- Umsatz +10 %
- Umfang je Abschluss +30 %
- Erfolgsquote +25 %
- 30 % mehr Verkaufsmitarbeiter erreichen ihr Budget!

CPQ verkürzt die Entfernung zwischen Kundenansprache und Abschluss und leistet damit einen Beitrag zu einem erfolgreicherem, produktiverem Verkaufsprozess.

Besser unterwegs mit CPQ

Um komplexe Verkäufe schneller zum Abschluss zu bringen, müssen Sie vor allem in der Lage sein, zeitnah fehlerfreie Angebote zu erstellen, ohne dass sich der Käufer unter Druck gesetzt fühlt. Es ist wie ein Paartanz, bei dem Sie den Rhythmus vorgeben und den Interessenten/Kunden flink, präzise und unterstützend an das von ihm gewünschte Ziel führen.

CPQ-Technologie trägt auf mehrfache Weise zur Steigerung der Umsatzleistung bei:

- **Weniger Reibung:** Zur Angebotserstellung müssen Informationen aus mehreren Quellen abgerufen werden. Es gilt, Preis- und Mengendaten zu kalkulieren, Optionen und Einzelteile einzubeziehen und die unterschiedlichsten Details zu berücksichtigen. Soll das von Hand erledigt werden, sind lange Wartezeiten unausweichlich. In einem automatisierten Ablauf hingegen verringert sich der Arbeits- und Zeitaufwand für die Angebotserstellung.
- **Bessere Berücksichtigung der Käufermotivation:** Laut einem aktuellen Forrester-Bericht „war die Emotion in 17 von 18 untersuchten Branchen der ausschlagende Faktor für die Kundentreue“.² Indem Sie mit einem CPQ-System, das zeitnah eine visuelle Darstellung ausgibt und eine breite Palette an Optionen verfügbar macht, den Interessenten stärker in den Konfigurationsprozess einbinden, wecken Sie bei ihm das Gefühl der Mitgestaltung. Dies führt tendenziell nicht nur zu einem schnelleren Abschluss, sondern fördert auch die langfristige Kundentreue.
- **Ihre Verkäufer konzentrieren sich aufs Wesentliche:** Mitarbeiter, die sich auf die Kunst des Verkaufens verstehen, haben weitaus Besseres zu tun, als sich durch Papierberge zu wühlen, um ein Angebot zusammenzustellen.

Wenn Ersatz für einen Mitarbeiter im Telemarketing gefunden werden muss, bringt das Kosten von bis zu 80.000 Euro mit sich, bei führenden Verkaufskräften gar bis zu 265.000 Euro.³ Durch die Straffung des Preisermittlungs- und Angebotsprozesses entlasten Sie Ihre Verkäufer, die sich folglich darauf konzentrieren können, was sie am besten beherrschen. Gleichzeitig steigen die Chancen, dass Ihnen Ihre Top-Talente erhalten bleiben.

Die Ergebnisse

Ein beschleunigter Angebotsprozess sorgt nicht nur für mehr Umsatz, indem mehr Transaktionen abgewickelt werden können, sondern erhöht auch Ihre „Trefferquote“, d. h. den Anteil erfolgreicher Abschlüsse, aus Gründen, die Sie vielleicht nicht vermutet hätten.

- **Angebotsanfragen werden schneller und zuverlässiger beantwortet:** Die Beantwortung von Angebotsanfragen ist keine Aufgabe, auf die man sich unbedingt freut. Eine rasche und vollständige Erledigung verbessert jedoch Ihre Chancen, einen Auftrag an Land zu ziehen. CPQ bringt System in die Beantwortung von Anfragen, indem Elemente aus älteren, im CPQ-Tool gespeicherten Angeboten übernommen werden.
- **Preisverhandlungen mit Struktur:** Produktkonfigurationen und -anpassungen sind häufig ein nützliches Werkzeug für die Preisverhandlung. Das Weglassen oder Hinzufügen einzelner Merkmale rechtfertigt ggf. einen niedrigeren bzw. höheren Preis. Eine CPQ-Software bringt nicht nur eine Beschleunigung und Vereinfachung der Verkaufs- und Auftragsabwicklung, sondern schafft auch eine wirkungsvolle Verhandlungsstruktur, in der die Gewinnspannen gewahrt bleiben. Nicht zuletzt

können Ihre Verkäufer schneller erkennen, wann ein Angebot die Mühe nicht mehr lohnt.

- **Wettbewerbsvorteil durch bessere Nutzung von Insider-Wissen:** Mit der Zeit entwickeln Ihre Mitarbeiter einen Blick dafür, welche Optionen und Wahlmöglichkeiten im Umsatz oder für die Preisgestaltung positiv zu Buche schlagen. Wenn Ihre CPQ-Lösung sämtliche Angebote strukturiert erfasst, wird dieses Wissen kollektiv zugänglich und lässt sich unternehmensweit leicht aufgreifen und verwerten.
- **Weniger Verkaufsausfälle wegen abschlägiger Entscheidungen:** Manchen Einwänden im Angebotsprozess kann man durch die Anpassung von Konditionen begegnen. Manchmal sind Einwände aber nicht ernst zu nehmen. Wenn Ihre Verkäufer über eine unkomplizierte Möglichkeit verfügen, bei Einwänden das Angebot nachzubessern, können sie auch abschätzen, ob der Interessent tatsächlich am Kauf interessiert ist oder ihnen nur falsche Hoffnungen macht.
- **Käuferverhalten im Auge behalten:** Marketingprofis wissen über den Nutzen einer automatisierten Beobachtung der „Customer Journey“ schon lange Bescheid. Verkäufer hingegen hatten bisher keine vergleichbar effizienten Mittel zur Hand, um den Weg eines Interessenten bis zum Kaufabschluss nachzuverfolgen und einzuschätzen. Erweiterte CPQ-Lösungen eröffnen Ihrem Verkäuferteam die Möglichkeit, Anfragen, Nachrichten, Änderungen und Einwände sämtlicher Kunden im Einzelnen zu beobachten und zwischen aktuellen Interessenten und früheren Käufern Statusvergleiche zu ziehen. Ihren Verkäufern und Vertriebsmanagern liefert dies wesentliche Anhaltspunkte dafür, welche Verkäufe kurz vor dem Abschluss stehen und in welchen Fällen noch etwas nachgeholfen werden muss.

Kurz gefasst

Beginnen Sie noch heute

CPQ-Technologie wird häufig als Instrument gesehen, um die Qualität und Präzision bei der Herstellung komplexer Produkte zu erhöhen. Dabei stellt sie auch ein überaus leistungsstarkes Verkaufswerkzeug dar. Wenn Sie den CPQ-Funktionspotenzialen im Verkaufsprozess eine zentrale Rolle zukommen lassen, eröffnen Sie Ihren Verkäufern einen gewaltigen Wettbewerbsvorsprung und die Möglichkeit, in der „Customer Journey“ den Weg vom Kundenkontakt bis zur Konversion zu verkürzen.

Nehmen Sie Ihren Verkaufsprozess unter die Lupe und erkennen Sie, wie Configure-Price-Quote (CPQ)-Technologie Ihre Erfolgsquoten und die Kundentreue steigern kann.

Erfahren Sie mehr auf
<http://www.infor.com/solutions/cpq/>



1. Peter Ostrow, „Configure, Price, Quote: Better, Faster Sales Deals Enabled.“ Aberdeen Group, September 2014
2. Megan Burns, „You Can't Afford to Overlook Your Customers' Emotional Experience.“ Forrester Research Blog, 22. Juli 2015, http://blogs.forrester.com/megan_burns/15-07-22-you_cant_afford_to_overlook_your_customers_emotional_experience
3. Rachel Clapp Miller, „The High Price of Unwanted Turnover.“ GrowthPlay, 24. Juni 2015

Teilen:   



Copyright© 2017 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

INF-1482188-de-DE-0117-1