



CPQ-Lösungen

# In 5 Schritten zum Erfolg – mit CPQ-Applikationen

19.02.2021

Autor / Redakteur: Benjamin Latusek\* / Lea Täufer

Die Erstellung komplexer Angebote im B2B-Handel birgt oft Schwierigkeiten. Einfache Excel-Tabellen sind dafür nicht mehr geeignet. Hier setzen CPQ-Applikationen an: Sie beschleunigen den Prozess, steigern die Sicherheit und helfen mehr Umsatz zu generieren.

Es ist eine einfache Regel: Je variantenreicher ein Produkt ist, desto aufwändiger ist die Erstellung eines Angebots – Vertriebsmitarbeiter im B2B-Geschäft können davon ein Lied singen. Kaum ist das unter Termindruck vorbereitete Angebot beim Kunden, findet man per Zufall noch zur Konfiguration passende Produkte, die zusätzlichen Umsatz gebracht hätten. Wenn der Kunde der Offerte dann sehr schnell zustimmt, bleibt das vage Gefühl, dass der Rabatt vielleicht nicht so großzügig hätte sein müssen.

Solche Probleme sind typisch für die ungestützte Erstellung komplexer Angebote. Das ist keine Überraschung – mit den noch oft genutzten Excel-basierten Produkt- und Preislisten sind die Herausforderungen im modernen Handel längst nicht mehr zu meistern.

So genannte CPQ-Applikationen, das Kürzel steht für „Configure, Price and Quote“, bieten sich als Lösung an. Wesentliche Funktionen solcher Systeme sind unter anderem die workflowbasierte Angebotserstellung, die Auswahl und Konfiguration der Produkte zu einer Gesamtlösung, die Preisgestaltung samt kundenindividueller Rabatte sowie Optionen für Up- und Cross-Selling-Angebote. CPQ-Lösungen beschleunigen also die Erstellung und Verhandlung komplexer Angebote – daher werden sie auch als Turbo für den „Quote-to-Cash“-Prozess angesehen. Was aber ist zu beachten, damit die Einführung einer CPQ-Lösung ein Erfolg wird? Folgende Handlungsempfehlungen weisen den Weg:



<https://cdn1.vogel.de/unsafe/fit-in/1000x0/images.vogel.de/vogelonline/bdb/1798700/1798721/original.jpg>  
**Stufenweise und einfach ein komplexes Angebot erstellen?**

**Wir zeigen Ihnen wie.**

(Bild: gemeinfrei / Pexels <https://www.pexels.com/de-de/creative-commons-images/> )

## 1. Formen Sie ein interdisziplinäres Team

Eine der wichtigsten Empfehlungen gleich zu Beginn: Stellen Sie ein Team aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus allen relevanten Abteilungen zusammen. In diesem Team sollten neben dem Vertrieb beispielsweise auch das Produktmanagement sowie die Finanz- und Rechtsabteilung vertreten sein. Es gilt schließlich, die Erfordernisse aller in die Abwicklung von Aufträgen involvierten Abteilungen zu berücksichtigen.

## 2. Analysieren Sie Ihre Prozesse

Betrachten Sie die unternehmensweiten Prozesse, die bisher im Rahmen der Erstellung von Angeboten eine Rolle gespielt haben: Was hat sich bewährt? Was hat schon immer zu Reibungsverlusten geführt? So können Sie die Bedürfnisse aller Beteiligten in die

Konfiguration Ihrer CPQ-Lösung einfließen lassen.

## 3. Verstehen Sie Ihr CPQ als „Single Point of Truth“

Verstehen Sie Ihr CPQ-System als den zentralen Punkt für vertriebsrelevante Produkt- und Preisinformationen. Ermitteln Sie, wo all diese Daten bisher vorgehalten wurden, um sie dann im CPQ zusammen zu fassen.

Geben Sie alle vertriebswichtigen Informationen zu den Produkten an: Was sind die Standardkonfigurationen? Welche Produkte passen dazu? Und welche Produkte sind von anderen abhängig? Hinterlegen Sie außerdem für jeden Kunden die historischen Daten, die dem Vertrieb bei der Erstellung künftiger Angebote nützlich sein können.

## 4. Denken Sie an vor- und nachgeschaltete Prozesse

Eine CPQ-Lösung ist keine Insellösung. Typischerweise werden die Leads im [CRM <https://www.marconomy.de/was-ist-crm-definition-strategien-und-beispiele-im-b2b-marketing-a-803956/>](https://www.marconomy.de/was-ist-crm-definition-strategien-und-beispiele-im-b2b-marketing-a-803956/) -System qualifiziert und bis zur Anforderung eines Angebots entwickelt. Nach der Annahme des Angebots wird der Vertrag ausgefertigt. Mit einem Contract Lifecycle Management-System (CLM) wird nicht nur die Verwaltung bestehender Vereinbarungen optimiert, sondern auch die Erstellung zukünftiger Verträge beschleunigt und sicherer. Über die Integration der CPQ-Applikation sowohl mit dem CRM als auch dem CLM erzielen Sie die maximale Effizienz.

## 5. Definieren Sie die Erfolgskriterien

Legen Sie die Kriterien fest, nach denen Sie den Erfolg ihrer CPQ-Initiative messen wollen. Das könnte beispielsweise die Zeit von der Anforderung bis zum Versand des Angebots, das Verhältnis des Zeitaufwands zum Wert des Angebots, die Entwicklung der Rate fehlerhafter Angebote oder Bestellungen sowie etwaige Verbesserungen des Cash-Flows sein.

## Resümee

Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter wollen und sollen vorrangig Gespräche mit Kunden führen, um weitere Umsätze zu realisieren. Die Erstellung von Angeboten ist im Vergleich eher ein Verwaltungsakt. Richtig implementiert werden CPQ-Systeme zum „Single Point of Truth“ für vertriebsrelevante Produkt- und Preisinformationen sowie für die kundenindividuelle Vertriebshistorie. Sie minimieren den Zeitaufwand, steigern die Sicherheit der Angebotserstellung und helfen, Umsatzpotenziale zu heben.

\*Benjamin Latusek ist SAP C/4 Solution Architect bei [Arvato Systems <https://www.arvato-systems.de/>](https://www.arvato-systems.de/).

(ID:47142889)

## KOMMENTARE

Sie sind nicht angemeldet