

CHECKLISTE

3 Schritte zur erfolgreichen Produktkonfiguration

Industrielle Fertigung

Für industrielle Fertiger ist die Bereitstellung personalisierter, unverwechselbarer Produkte der Schlüssel zum Geschäftserfolg in einem zunehmend wettbewerbsorientierten Umfeld. Kundenspezifische Produkte liefern zu wollen, ohne jedoch über integrierte Arbeitsabläufe und moderne Technologie zu verfügen, bringt viele Herausforderungen mit sich, die das Wachstum beeinträchtigen und zur Folge haben, dass Hersteller ins Hintertreffen geraten.

Wie gut ist Ihr Unternehmen darauf vorbereitet, die steigende Kundennachfrage nach konfigurierten Produkten zu erfüllen? Anhand dieser kurzen Checkliste können Sie Ihre aktuellen Herausforderungen bei der Produktkonfiguration in den drei Schlüsselbereichen Marketing & Vertrieb, Produktdesign und Fertigung & Lieferkette beurteilen. Wenn auch nur eines dieser Probleme auf Sie zutrifft, ist es an der Zeit für Innovationen.

Herausforderungen in Marketing & Vertrieb

- Wir arbeiten mit hochkomplexen und veralteten Preislisten, was häufig zu fehlerhaften Angeboten führt.
- Unser Konfigurations-, Preisgestaltungs- und Angebotsprozess ist zu langsam, was uns daran hindert, unser Produktangebot zu erweitern.
- Unser begrenztes Produktangebot und die Unfähigkeit, Produkte zu personalisieren, führen oft zu verlorenen Geschäftsabschlüssen.
- Die Erstellung von Angeboten ist zeitaufwändig, da unsere wichtigsten Stakeholder nicht unter einem System miteinander verbunden sind.
- Ungenaue Angebote haben ein qualitativ minderwertiges Produkt mit unglaublich langen Vorlaufzeiten zur Folge.
- Wir sind außer Stande, über alle Kanäle hinweg ein einheitliches Kundenerlebnis zu bieten, was einigen Beziehungen geschadet hat.

Herausforderungen im Produktdesign

- Unsere Produkte entsprechen teilweise nicht den Qualitätsstandards und verwenden Materialien, die nicht ohne Weiteres erhältlich sind.
- Einige unserer Designs verhindern Optionenvielfalt, die mit geringfügigen Änderungen am ursprünglichen Design hätte erreicht werden können.
- Manchmal verhindert die Größe von Komponenten, dass neue Optionen hinzugefügt werden können.
- Einmalige Produkte haben zu Verzögerungen bei der regulären Lieferung unserer Standardprodukte geführt.
- Neue Änderungen können nicht ohne Weiteres an unseren bestehenden Designs umgesetzt werden.
- Der Einkauf hat aufgrund mangelnder Transparenz unzureichende oder nicht konforme Materialien beschafft.

Herausforderungen bei Fertigung & Lieferkette

- Wir haben keinen Einblick, was bevorsteht, weil Verkaufs-, Konstruktions- und Planungssysteme nicht integriert sind.
- Unsere Konstruktions- und Fertigungsstücklisten (BOM) sind oft inkonsistent.
- Vorhersagen erweisen sich als schwierig, weil es an Transparenz in Bezug auf die verschiedenen Optionen, Merkmale und Materialien mangelt.
- Die Produktkosten übersteigen den Verkaufspreis.
- Wir sind nicht in der Lage, vertraglich zugesagte Lieferfristen einzuhalten.
- Wir sind nicht in der Lage, günstige Lieferantenbeziehungen aufzubauen.

Erfolgreiche Produktkonfiguration setzt mehr voraus, als Optionen und Einstellungen verändern zu können. Sie erfordert ein völlig neues Maß an Geschäftsdisziplin, die unterschiedliche technologische, betriebliche und organisatorische Anforderungen umspannt. Unternehmen, die Configuration Price Quote (CPQ), Product Lifecycle Management (PLM) und eCommerce-Software in vollem Umfang nutzen, sichern sich nicht nur Optimierungen bei Rentabilität, Qualität und Betriebseffizienz, sondern auch einen gewaltigen Wettbewerbsvorteil. Jeder – von Marketing & Vertrieb über die Konstruktion bis hin zu Fertigung & Lieferkette – muss in der Lage sein, an einem schnelleren, detaillierteren und kollaborativen Prozess mitzuwirken.

Hier sind drei mögliche Schritte, um Ihre aktuellen Herausforderungen zu meistern und der gestiegenen Nachfrage nach konfigurierten Produkten gerecht zu werden:

1. Aufbau eines interaktiven CPQ-Prozesses

Marketing & Vertrieb sind die erste Verteidigungslinie in der Interaktion mit dem Kunden. Der Verbraucher von heute hat hohe Erwartungen, wenn es um seine Interaktion mit Ihrem Unternehmen geht. Käufer von Industrieprodukten erwarten, dass ihre Customer Experience der Erfahrung bei Einkäufen des täglichen Lebens ähnelt. Hersteller, die ihren CPQ-Prozess nicht modernisiert haben, sind oft außer Stande, ihren Kunden zeitnah Angebote zu unterbreiten, und riskieren, Geschäfte an Konkurrenten zu verlieren.

Es gibt Schritte, die Sie unternehmen können, um Ihre Vertriebs- und Marketingteams besser für die Produktkonfiguration auszurüsten. Beginnen Sie damit, alle wesentlichen Informationen in einem zentralen Repository zu sammeln. Preisgestaltung, Produktstandards und Upsell-Pfade sollten ganzheitlich am selben Ort gebündelt sein. Sorgen Sie dafür, dass die Teams für Produktentwicklung, Fertigung und Lieferkette stets aktiv eingebunden sind, damit diese Informationen auf dem neuesten Stand bleiben. Automatische Aktualisierungen aufgrund von Änderungen in anderen Systemen sind ideal, aber unterdessen müssen die erwähnten Funktionen wachsam bleiben. Nachdem diese Informationen gesammelt wurden, könnte diese Funktion eine Initiative zur digitalen Transformation starten, um Angebote zu automatisieren und sogar ein Portal für ein Online-Kaufenerlebnis aufzubauen, das sich von den Kunden oder Ihrem Vertriebskanal direkt nutzen lässt.

Mit dem sich verschärfenden Wettbewerb und der massiven Verbreitung von Imitaten wird es schwieriger, Differenzierung allein über das Produkt anzugehen. Deshalb ist es so wichtig, das Kundenerlebnis vielseitig, ansprechend und höchst persönlich zu gestalten. Durch die Schaffung eines interaktiven Individualisierungs- und Bestellerlebnisses können Sie sich abheben und dem Kunden das bieten, was er sucht. Wenn Sie ihm die Werkzeuge an die Hand geben, um Produkte selbst konfigurieren und mitgestalten zu können, wird er sich damit identifizieren. Ein Kunde, der Zeit mit Ihrem Online-Konfigurations-Tool verbringt, entwickelt eher eine starke, dauerhafte Verbindung mit Ihrer Marke.

2. Baukastensysteme und Automatisierung

In der Konstruktion kann Ihr Team Designstandards bewerten oder neue Designs erstellen, um Modularität und Individualisierung zu berücksichtigen. Es wird möglich, Stücklistenstrukturen entsprechend zu aktualisieren und gemeinsam mit Vertrieb und Kunden zu ermitteln, welche Arten von Anpassungen und Produkten nachgefragt werden. Indem Sie diese Informationen in einem PLM-System digitalisieren und mit anderen operativen Systemen verknüpfen, können Sie die Auswirkungen von Konstruktionsänderungen erkennen. Das untermauert die Produktrentabilität für das Unternehmen.

Theoretisch befolgen Unternehmen, die konfigurierte Produkte herstellen, ein relativ einfaches Rezept: Erweiterung der Produktvielfalt durch Kombination von Komponenten. Die Umsetzung dieser Idee ist indes nicht so einfach. Zunächst müssen Sie häufig wiederkehrende Komponentenkombinationen ausmachen, die sich standardisieren lassen. Wenn Sie die vielversprechendsten Möglichkeiten freigelegt haben, können Sie die unterstützenden Prozesse rationalisieren. Durch den Aufbau einer Produktlinie, die auch nur eine kleine Anzahl austauschbarer Komponenten kombiniert, erreichen Sie tausende von Produktpermutationen. Für den Kunden ergibt sich daraus eine breite Palette von Wahlmöglichkeiten. Diese Art von „Baukastensystem“ erlaubt es, die Produktvielfalt zu erweitern, ohne dass die Komplexität überhandnimmt. Aber es gibt einen Haken: Mit tausenden von Produktpermutationen besteht die Gefahr, dass Ihr Workflow unüberschaubar wird. Glücklicherweise kann Ihnen die geeignete Plattform für das Geschäftsprozessmanagement dabei helfen, alle Einzelteile in einer Form zu konsolidieren, die für Manager leicht verständlich und kontrollierbar ist.

3. Verknüpfung von Konfiguration und Betriebsabläufen

In der Lieferkette und in der Fertigung müssen Integration, Flexibilität und Vorhersehbarkeit im Mittelpunkt Ihres Vorhabens stehen. Durch die Anwendung von Analysetechnologien auf Nachfragedaten und die Erstellung von Formeln, die die Wahrscheinlichkeit von Entscheidungen vorhersagen, können Sie Einkaufspläne erstellen. Das erlaubt wiederum eine Planung der Ressourcen im Rahmen Ihrer Werkskapazität. Der Wandel in Richtung einer modernen, vernetzten Lieferkette wird Ihr Unternehmen über Individualisierungsmöglichkeiten hinaus erfolgreich machen.

Eine hervorragende Planung ohne ebenso hervorragende Ausführung führt nirgendwo hin. Damit Massenindividualisierung zu einer praktikablen Realität werden kann, müssen Sie die Lücke zwischen Konfiguration und Betriebsabläufen schließen. Die Integration einer CPQ-Plattform in Ihre operativen Systeme bringt nur Vorteile. Sie können Angebote schneller erstellen. Die Fertigung kann effizienter gestaltet werden. Die Preisgestaltung wird zuverlässiger. Möglicherweise finden Sie sogar neue Wege zur Feinabstimmung von Prozessen, die Sie nie in Betracht gezogen haben, etwa die Herstellung großer Gegenstände vor kleinen, oder der Einsatz heller Farben vor dunklen. Integrierte Systeme sind der Schlüssel zur Beseitigung jener abgeschotteten „Silos“ zwischen Vertrieb, Konstruktion und Fertigung, die die gemeinsame Nutzung redundanter Daten verhindern.

Lesen Sie den umfassenden **Best-Practice-Leitfaden: Anleitung für effektive Konstruktion, Verkauf und Bereitstellung konfigurierter Produkte**. Erfahren Sie, wie sich durch moderne Produktkonfigurations-Technologien und -Prozesse Umsätze steigern und Kosten senken lassen.

JETZT HERUNTERLADEN 

Folgen Sie uns:



Infor ist einer der weltweit führenden Anbieter von Business-Cloud-Software, die auf ausgewählte Branchen spezialisiert ist. Über 65.000 Unternehmen in mehr als 175 Ländern vertrauen auf die 17.000 Mitarbeiter von Infor, um ihre Geschäftsziele zu erreichen. Weitere Informationen finden sich unter www.infor.de.

Copyright© 2022 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, Zollhof 11-15, 40221 Düsseldorf, www.infor.de

INF-2333319-de-DE-0722-3