**Digitale Kundenportale als zentraler Baustein einer B2B-Commerce-Strategie für produzierende Unternehmen**

# Kundenindividuell konfigurierte Industriegüter einfach online bestellen

Das klassische B2B-Vertriebsmodell steht an einem Wendepunkt. Während der B2C-Bereich es den Kunden längst so einfach wie möglich macht, sich über Produkte informieren und die aus- gewählten Produkte möglichst komfortabel kaufen zu können, suchen Industrieunternehmen noch nach den passenden Rezepten für das digitale Zeitalter.

Obwohl Themen wie Kundenerwartungen und Kundenerlebnis in Industrieunternehmen diskutiert werden, bieten viele Unternehmen den Kunden nicht einmal die grundlegendsten Online-Funktion- alitäten an.

Dass Handlungsbedarf besteht, belegen die Zahlen aus der Studie *"Death of a (B2B) Salesman"* von Forrester Research:

53 % der befragten B2B-Käufer: "Ich suche lieber selbst online nach Informationen."

59 % der befragten B2B-Käufer: "Ich möchte eher nicht mit einem Vertriebsberater kommunizie- ren."

74 % der befragten B2B-Käufer: "Der Einkauf über eine Webseite ist komfortabler."

93 % Sobald ich mich für ein Produkt entschieden habe, kaufe ich lieber online.

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, brauchen produzierende Unternehmen digitale Vertriebswerkzeuge, um die Präferenzen der Self-Service-orientierten Käufer erfüllen und komplexe, hochvariable Produkte ohne die für den B2B-Vertrieb typische Kunden- und Interessentenpflege effizient verkaufen zu können.

## DAS DIGITALE KUNDENPORTAL ALS ZENTRALER BAUSTEIN FÜR B2B-COMMERCE

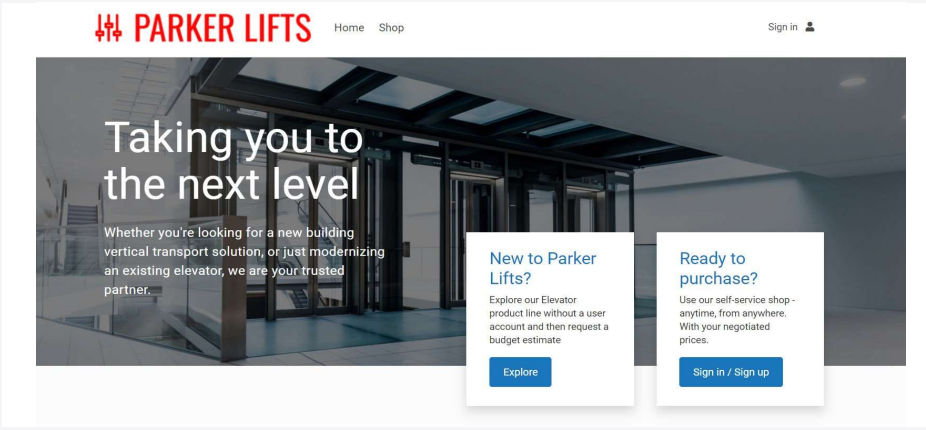
B2B-Kunden informieren sich vor Kaufentscheidungen zunehmend im Internet und erwarten, das ausgewählte Produkt auch online bestellen zu können. Angesichts dieser Entwicklungen und Herausforderungen müssen B2B-Unternehmen umdenken und ihre Vertriebsmodelle im Sinne einer konsequenten Kundenorientierung neu erfinden.

Ein digitales Kundenportal bietet Kunden anwenderfreundliche Webseiten und Online-Shops mit einfacher Navigation, umfassenden Produktinformationen, intuitiven Bestellfunktionen und modernen Checkout-Prozessen.

| Konsumgüter-Vertrieb | Industriegüter-Vertrieb |
|---|---|
| 24/7 digitale Mehrwerte und Dienstleistungen | Ressourcenintensive Kunden- und Interessentenpflege |
| Außergewöhnliches Kauferlebnis dank personalisierter Online-Erfahrung | Schwerfällige, umständliche Geschäftsprozesse und Abläufe |

Tacton Systems AB | info@tacton.com | www.tacton.com

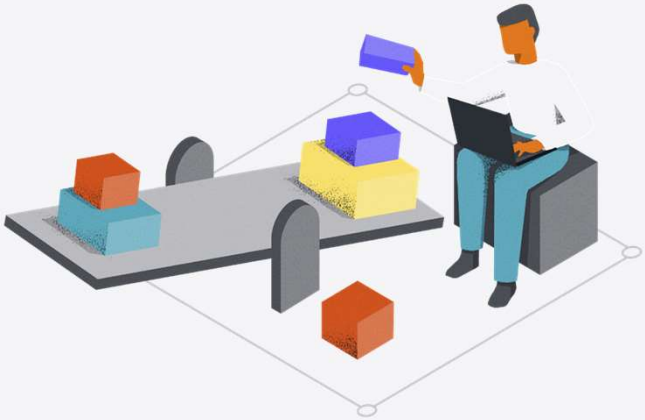
tacton




**BENEFIT**

Mit einem digitalen Kundenportal können Unternehmen:

- dank leistungsfähiger Self-Service-Tools Kundenbedürfnisse besser bedienen,
- den eigenen Umsatz steigern, indem sie zum bevorzugten Anbieter werden,
- das eigene Vertriebsmodell entsprechend den Erwartungen der B2B-Käufer weiterentwickeln und digitalisieren.



## DIGITALE KUNDENPORTALE - DAS SOLLTEN SIE BIETEN

Geschäftskunden erwarten heute ein Kauferlebnis, das sich nicht grundlegend von dem unterscheidet, welches sie privat aus dem B2C-Bereich gewohnt sind. Herkömmliche B2B-Vertriebs- und Verkaufprozesse können mit dieser Entwicklung nicht Schritt halten - und sorgen für viel Frust bei den digital anspruchsvollen B2B-Käufern.

Viele produzierende Unternehmen veröffentlichen auf ihren Webseiten vornehmlich technische Beschreibungen ihrer Produkte, die ohne Detailwissen nicht zu verstehen sind. Was Interessenten dort häufig nicht finden ist die Möglichkeit, hochkomplexe Produkte einfach und mit nur wenigen Klicks online zusammenstellen zu können.

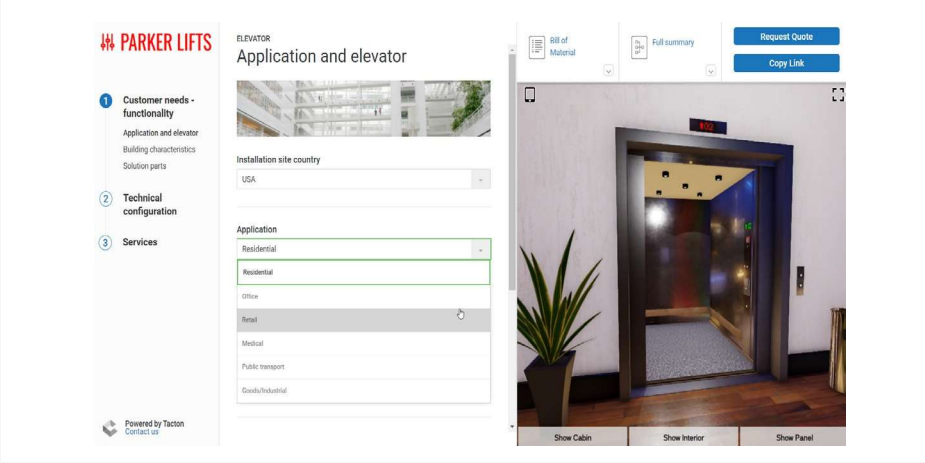
**“Wozu auch?” lautet ein auf den ersten Blick berechtigter Einwand.**

Schließlich hat ein Produkt mit z. B. 500 konfigurierbaren Komponenten 2,3 x $10^{133}$ mögliche Optionen, die angeboten werden können. Der Vertrieb benötigt jede Menge Sachkenntnis und muss viel Arbeit investieren, um ein valides Angebot erstellen und abgeben zu können – inklusive benötigter Informationen, wie 3D-Modelle, Zeichnungen, Produktinformationen und Dokumentationen.

**Die Frage “Wozu auch?” lässt sich allerdings auch anders beantworten.**

Es geht um den “Wow”-Effekt, das besondere Kauferlebnis (die beide allein schon ausschlaggebend sein können für die Kaufentscheidung) und um mehr Effizienz in den Vertriebsprozessen.

Jetzt schlägt die Stunde digitaler Self-Service-Portale mit denen Kunden und Partner selbständig Produkte konfigurieren und Angebote einholen können und die Lösungen für die Produktkonfiguration mit




anwendungsbasiertem Guided Selling, Angebotssysteme und die Bestellabwicklung auf einer zentralen Plattform bündeln.

Zusammengefasst: Über ein Self-Service-Portal können Kunden und Interessenten die gleichen Tools nutzen, die der Vertrieb intern zur Angebotserstellung und Auftragsentwicklung verwendet.

## PRODUKTKONFIGURATION MIT ANWENDUNGSORIENTIERTEM GUIDED SELLING

Dreh- und Angelpunkt eines Self-Service-Portals ist ein Produktkonfigurator mit Funktionen für das anwendungsorientierte Guided Selling. Mit einer solchen Lösung ist gewährleistet,

- dass der tatsächliche Bedarf des Kunden/Interessenten intuitiv erfasst wird,
- dass nicht-technische Anforderungen, wie z. B. Gesamtbetriebskosten, Energieverbrauch oder bestimmte Leistungskennzahlen, in technische Details übersetzt werden,
- dass die konfigurierten Produkte stets technisch korrekt sind und auf aktuellen Daten basieren.

Um es auch Kunden und Interessenten ohne technisches Detailwissen zu ermöglichen, Produkte eigenständig zusammenzustellen, unterstützt das System beim Lösen von Konflikten. So werden beispielsweise während der Konfiguration ungültige Optionen und Varianten ausgeblendet und gültige Alternativen automatisch vorgeschlagen.

Das Besondere: Interessenten können anonym und ohne Kontakt mit einem Vertriebsmitarbeiter aufnehmen zu müssen, ihr Wunsch-Produkt konfigurieren – inklusive Stücklisten, Konstruktionsdaten und anderen Begleitdokumenten, basierend auf dem individuell konfigurierten Produkt.

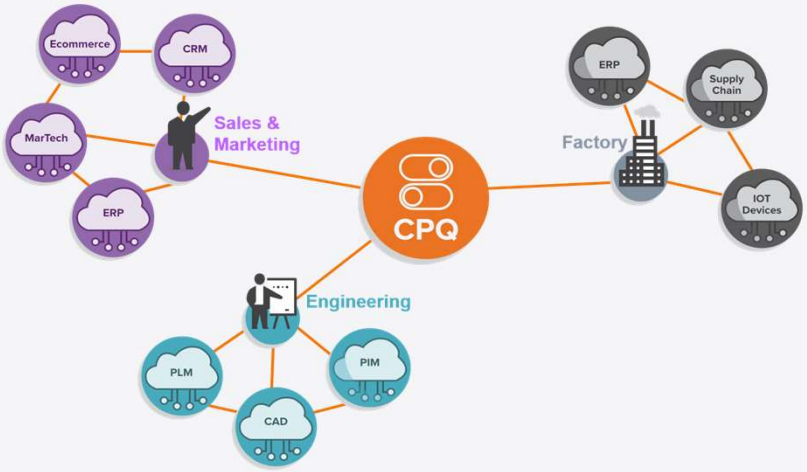
## DREH- UND ANGELPUNKT PRODUKTKONFIGURATION

Dreh- und Angelpunkt eines Kundenportals ist die Produktkonfiguration. Ein leistungsfähiger Produktkonfigurator ist die Schnittstelle zwischen Kunde und System und stellt sicher, dass alle Konfigurationen jederzeit technisch richtig und – vor allem – auch produzierbar sind.

Der Konfigurator spielt eine zentrale Rolle bei der digitalen Transformation und ist Türöffner für “Digital Commerce”.

Mit einem Produktkonfigurator überwinden produzierende Unternehmen nicht nur die typischen Flaschenhälse beim Vertrieb hochvarianter Industriegüter.

Sie eröffnen sich neue Möglichkeiten, in dem sie Abläufe und Prozesse automatisieren und weni- ger fehleranfällig machen. Durch den Einsatz einer leistungsfähigen Konfigurationslösungen können Konstruktions- und Vertriebsprozesse automatisiert, digitalisiert und beschleunigt werden.




**Produktkonfiguration - Funktionen und Benefits**

| Kundensicht | Unternehmenssicht |
|---|---|
| Auch ohne technisches Fachwissen können Produkte frustfrei, intuitiv und fehlerfrei konfiguriert werden | Sicherstellen, dass nur Produkte angeboten (=konfiguriert) werden, die auch tatsächlich verkauft werden |
| Die notwendigen Konfigurationsschritte können in beliebiger Reihenfolge ausgeführt werden | Internes Produktwissen zentral bereitstellen und für die Lead-Generierung nutzen (Kunden-/Self-Service-Portal als Knowledge-Sharing-System) |
| Bereitstellen verlässlicher und gültiger Preise durch die direkte Integration in das ERP-System | Konsistenter Markenauftritt in allen Märkten dank CI-konformer Angebotsunterlagen und Compliance-gerechter Angebotstexte |
| Das versprochene Produkt wird auch tatsächlich geliefert | Probleme in der Produktion verhindern, da nur baubare Produkte angeboten werden |
| Außergewöhnliches Kauferlebnis | Näher am Kunden sein |
| Auch unvollständige Spezifikationen, wie z. B. die Angabe „geringster Preis“ führt zu einer technisch validen Lösung | Effizienz und Transparenz des internen Bestellabwicklungsprozesses steigern |
| | Eliminierung von Verwaltungsaufgaben, die nichts mit dem Kerngeschäft zu tun haben |

## FLASCHENHALS TECHNISCHE VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG

Kernaufgabe der technischen Vertriebsunterstützung ist es, die technische Umsetzbarkeit einer vorgeschlagenen (angebotenen) Lösung sicherzustellen. Hierfür ist tiefes Produktwissen notwendig, da komplexe, variantenreiche Produkte einher gehen mit komplexen Angebots-, Preis- und Rabattstrukturen.

*Flaschenhals Technische Projektunterstützung*

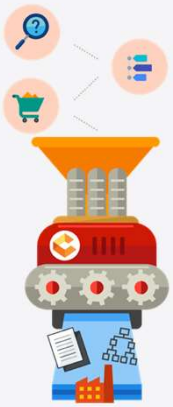
Kundenspezifische Maschinen und Anlagen müssen spezielle Anforderungen erfüllen. Viel Expertise ist notwendig, um zu gewährleisten, dass die ausgewählte Lösung diesen genügt und später sicher und erfolgreich betrieben werden kann.

*Flaschenhals Auftragseingang/Bestelleingang*

Nicht nur die Angebotserstellung ist zeitaufwändig – Auftragserfassung und Auftragsabwicklung sind es ebenfalls. Mehr noch: Ineffiziente Prozesse und fehlerhafte Bestellungen haben gravierende Auswirkungen (z. B. lange Bearbeitungszeiten) und verursachen schnell hohe Kosten (z. B. Gewährleistungskosten) und führen zu unzufriedenen Kunden.

## VISUALISIERUNG IN ECHTZEIT - PLUS AUGMENTED REALITY

Je komplexer und variantenreicher ein Produkt ist, desto mehr Fachwissen, gepaart mit einem gut ausgeprägten Vorstellungsvermögen, ist notwendig,



um sich vorstellen zu können, wie das Produkt am Ende aussehen wird. Die visuelle Produktkonfiguration hilft, Missverständnisse über das konfigurierte Produkt zu vermeiden.

Visuelle Produktkonfiguration meint den kombinierten Einsatz digitaler Technologien, um Produkte direkt in der dreidimensionalen visuellen Darstellung per Drag-and-drop konfigurieren zu können.

## EIN BEISPIEL

Aufzüge und Fahrtreppen müssen passgenau für den jeweiligen Einsatzort in Gebäuden geplant werden und müssen vielen Anforderungen entsprechen. Sie müssen z. B. geeignet sein für kleine bis mittel-hohe Gebäude oder für gewerbliche und private Mischnutzung.

Damit die Kunden sich mit eigenen Augen überzeugen können, dass der konfigurierte Aufzug passt, nutzt der Anbieter Technologien für die visuelle Produktkonfiguration und Augmented Reality. Den konfigurierten Aufzug können Kunden direkt aus dem Portal mittels eines QR-Codes an die AR-App übertragen und direkt in die per Smartphone-Kamera aufgenommene Umgebung einbetten.

## STÄRKEN DER VISUELLEN PRODUKTKONFIGURATION

- Kunden sehen mit eigenen Augen, wie ein Produkt entsteht.
- Kunden können nachvollziehen, wie sich Konfigurationsentscheidungen (die Auswahl einer bestimmten Produktvariante oder Produktoption), auswirken.
- Unternehmen können Alleinstellungsmerkmale und besondere Produktfunktionen bestmöglich in Szene setzen.
- Unternehmen vereinfachen Komplexes, weil Produktoptionen und Funktionalitäten ausprobiert werden können, anstatt sie umständlich zu besch- reiben.

## KOMFORTABLE SELF-SERVICES FÜR ANGEMELDETE BENUTZER

Produzierende Unternehmen, die sich für die Einführung eines digitalen Self-Service- bzw. Kundenportals entscheiden, profitieren von ganzheitlichen Prozessen und einem nahtlosen Tool für eine durchgängige Kundeninteraktion.

Webbasierte Self-Services werden immer wichtiger für Industrieunternehmen. Denn: Auf der Suche nach Informationen recherchieren B2B-Kunden heute zuerst auf den Webseiten der Anbieter – aber scheuen sich, einen Vertriebsberater zu kontaktieren! Ein Selfservice-Kundenportal vereinfacht nicht nur die Registrierung neuer Kunden sowie das Kundenmanagement. Es verbessert zudem das Kundenerlebnis und bietet einen besseren Service.

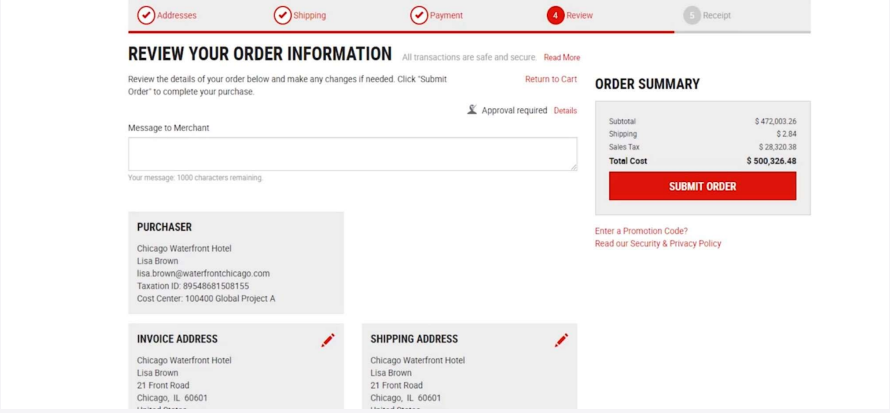
Ein Interessent, der anonym und in Eigenregie das Wunsch-Produkt zusammenstellen konnte, ist vermutlich auch bereit, den nächsten Schritt zu gehen: das Anmelden mit den Kontaktdaten am Kundenportal.

**Ein leistungsfähiger Produktkonfigurator ist nicht nur das perfekte Werkzeug für die Lead-Generierung. Wenn Interessenten ihr Wunsch-Produkt Klick für Klick zusammenstellen, erzählen sie nebenbei, welche Produkte sie tatsächlich benötigen.**

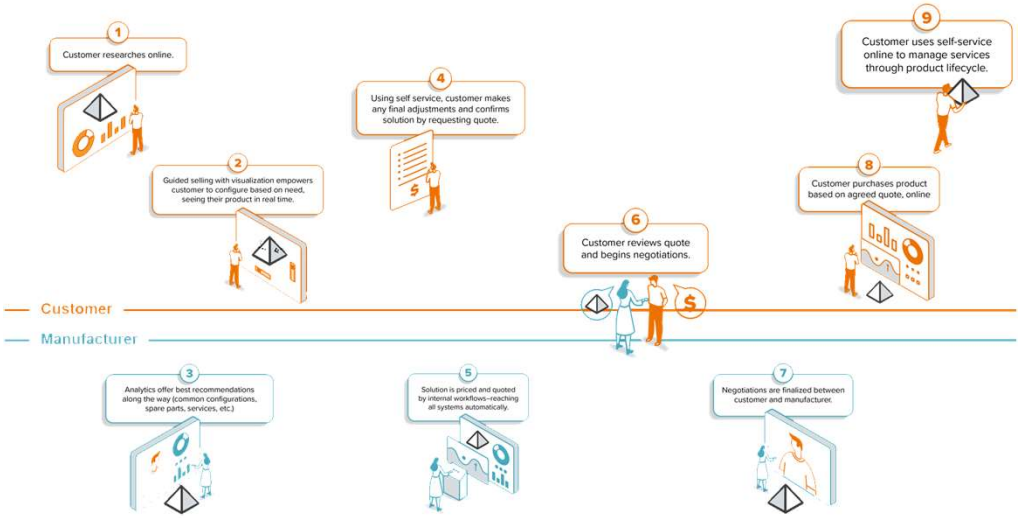
Jetzt gilt es, die Erwartungen des registrierten Interessenten und potenziellen Kunden an die Funktionalitäten des Self-Service-Portals zu erfüllen. Schließlich erwarten B2B-Käufer dieselben Features Jetzt gilt es, die Erwartungen des registrierten Interessenten und potenziellen Kunden an die Funktionalitäten des Self-Service-Portals zu erfüllen.

Schließlich erwarten B2B-Käufer dieselben Features und Funktionen, wie sie von führenden Online-Händlern geboten werden. Dazu gehören:

- Alle zuvor “anonym” erstellten Konfigurationen sind sichtbar
- Weitere Bearbeitung eines konfigurierten Produkts
- Aktuelle Preisinformationen werden zu den erstellten Konfigurationen angezeigt
- Informationen und Zusatzdienste sind uneingeschränkt zugänglich
- Der vollständige Produktkatalog steht zur Verfügung, um z. B. nicht-konfigurierbares Zubehör, zusätzliche Serviceleistungen (z. B. Wartung, verlängerte Garantien), Ersatzteile und Verbrauchsartikel dem Produkt hinzufügen zu können
- Anfordern eines Kostenvoranschlags, basierend auf einer vorgenommenen Konfiguration




Sobald die Anfrage des registrierten Anwenders eingegangen ist, kann ein Vertriebsmitarbeiter die Anfrage bearbeiten, prüfen, anpassen und ein Angebot im Portal freigeben. Dort kann es von registrierten Anwendern geöffnet und geprüft werden.
Hat sich die Konfiguration des Produkts geändert, kann es durch einfaches Abscannen des QR-Codes erneut in die AR-App geladen, visualisiert und überprüft werden.




## BESTELLABWICKLUNG

Sind beide Seiten (Interessent und Anbieter) einverstanden mit dem Angebot, kann der Anwender das Angebot bestätigen. Es wird eingefroren und die Bestellung geht in die Abwicklung. Das Self-Service-Portal übergibt die Bestellung direkt an das angebundene ERP-System, das es weiterverarbeitet .

Self-Service-Portale steigern die Effizienz des internen Bestellabwicklungsprozesses und die Transparenz des Bestellstatus. Kundenberatung und -betreuung lassen sich einfacher und kosteneffizienter erbringen. Durch den Wegfall manueller Aufgaben können sich Vertrieb und Kundendienst auf Interaktionen konzentrieren, die einen Mehrwert für Geschäftskunden schaffen.

## FAZIT

Ein Self-Service-Portal bündelt alle für den Vertrieb und Verkauf von Industriegütern benötigten Anwendungen und Dienste auf einer zentralen Plattform, die zudem über Schnittstellen nahtlos mit der übrigen Technologielandschaft verbunden werden kann.

Auf dieser Basis verwandeln Industrieunternehmen ihre Webseite in ein voll integriertes, digitales B2B-Vertriebsmodell.