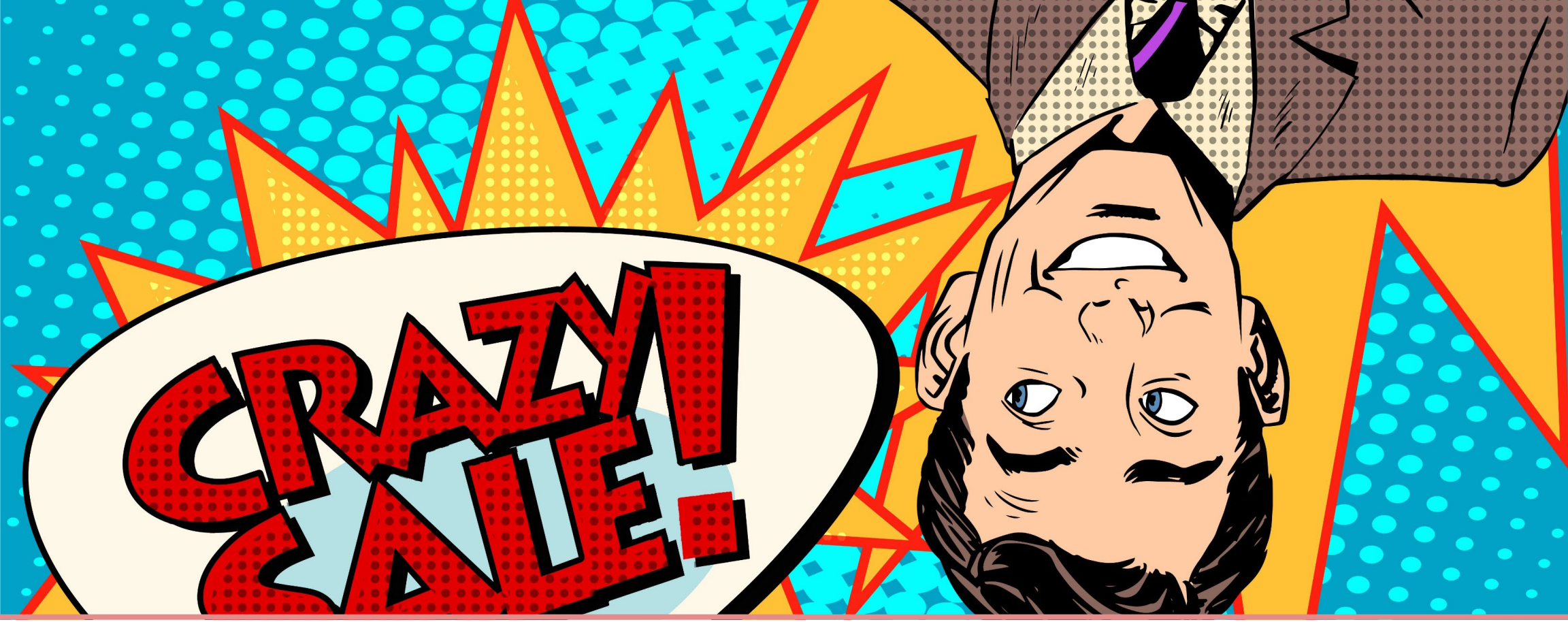


HORN & COMPANY

B2B-Vertrieb 2022: Mehr Umsatz, weniger Kosten und zufriedenere Kunden

Transparenz schaffen, Komplexität beherrschen und Performance erhöhen

Düsseldorf, 2022

B2B-Vertriebsprozess: Hohe Komplexität, manuelle Aufwände & wenig Transparenz

Typische Ausgangssituation für unsere Projekte

IST: KOMPLEX, MANUELL & INTRANSPARENT

MARKETING

VERTRIEB

INNENDIENST

PRODUKTION

LOGISTIK

KUNDE

- Komplexe Lösungen für Konfiguration und Pricing
- Hoch manuelle Angebots-erstellung & -anpassung
- Viele regionenspezifische Prozessvarianten & Tools
- Prozess nicht auf Anforderungen eBusiness ausgelegt
- Fehlende Transparenz über Prozess und Kunden
- Mangelnde Integration CRM, ERP & Stammdaten

POTENZIALE IM B2B-VERTRIEBSPROZESS

ERHÖHUNG UMSATZ & MARGEN

… durch Erhöhung verkaufsaktiver Zeit

VERRINGERUNG DER KOSTEN

… durch effiziente und (teil-) automatisierte Prozesse

ERREICHUNG E-BUSINESS READINESS

…durch definierte Schnitt-stellen & Anforderungen

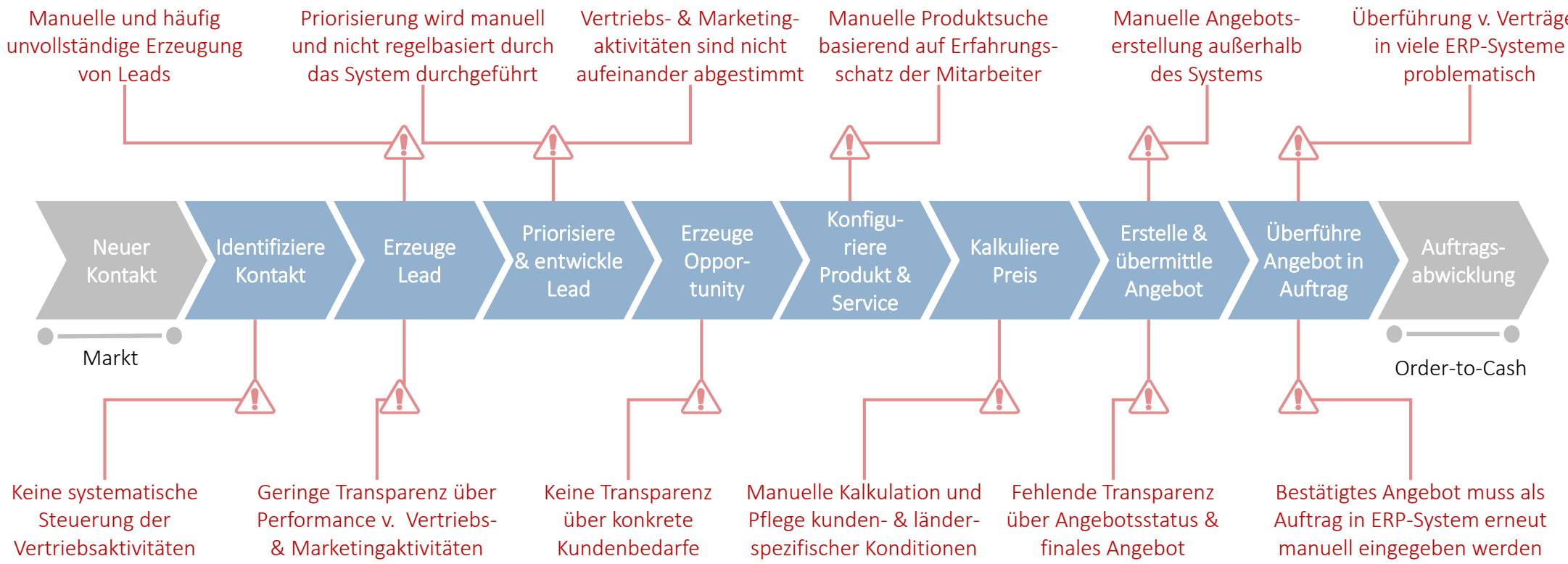
VERBESSERUNG DER CUSTOMER EXPERIENCE

… durch Berücksichtigung der Kundenperspektive

Digitale B2C-Prozesse liefern den Benchmark –
ein ähnliches Niveau lässt sich auch im B2B-Vertriebsprozess erzielen

Optimierungspotenziale ergeben sich entlang der gesamten Prozesskette

Illustration von häufigen Problemen im B2B-Vertriebsprozess



B2B-Vertriebsprozesse bieten hohe GuV-relevante Potenziale,
die wir durch gezielte Maßnahmen heben

Agenda

1	Der H&C-Ansatz zur Optimierung des B2B-Vertriebsprozesses	4
2	Projektvorgehen	13
3	Kurzvorstellung Horn & Company	17

H&C-Ansatz verbindet klassische Tools mit Beratung 4.0

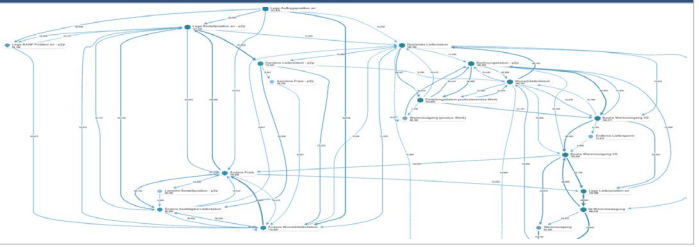
Ganzheitliches Vorgehen zur Optimierung des Vertriebsprozesses unter Einsatz modernster, datengetriebener Methoden

POTENZIALE

- Erhöhung Umsatz & Margen
- Verringerung Kosten
- Erreichung eBusiness Readiness
- Verbesserung Customer Experience

HORN & COMPANY-ANSATZ ZUR ERFOLGREICHEN ABSCHÖPFUNG DER POTENZIALE

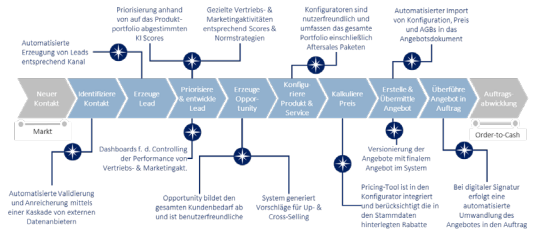
1 PROCESS ANALYTICS MARKET-TO-ORDER



2 GANZHEITLICHE PERFORMANCEANALYSE ÜBER DIE PROZESSKETTE

3 BEWÄHRTES WORKSHOP-FORMAT FÜR IST- & SOLL-DESIGN

4 ERPROBTE BEST-PRACTICES & STANDARD-TOOLS



Die Kombination der Methoden führt in ca. 12 Wochen zu objektiven Ergebnissen mit konkreten Verbesserungsvorschlägen – mit hohem Committment aus der Organisation

Horn & Company-Vertriebsprozessprojekte führen zu deutlicher GuV-Verbesserung

Umsetzung führt zu einem schnellen Effekt auch bei komplexen Prozessen

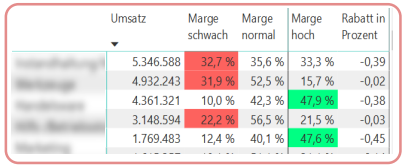
POTENZIALE	BEISPIELHAFTE ERGEBNISSE AUS UNSEREN PROJEKTEN	
Erhöhung Umsatz & Margen	12% mehr Rohertrag durch vermehrtes Cross- & Up-Selling	18% gestiegene Umsätze durch Erhöhung der verkaufsaktiven Zeit
Verringerung Kosten	45% FTE-Einsparung durch Automatisierung des Vertriebsprozesses	64% Kostenreduktion in der anschließenden Auftragsabwicklung durch First-Time-Right und Schnittstellenoptimierung
Erreichung eBusiness Readiness	27% FTE-Reduktion im Innendienst durch Steigerung der No-Human-Touch-Rate	86% des Gesamtportfolios ist online verfügbar
Verbesserung Customer Experience	36% Steigerung der Hit Rate bei Angeboten infolge besserer Kenntnis des Kundenbedarfs	65% Zeit-Reduktion von Anfrage bis Angebot durch Automatisierung und umfassende Transparenz

End-to-End-Optimierung durch Kombination qualitativer und quantitativer Ansätze!

Steigerung des Rohertrags durch vermehrtes Cross- & Up-Selling

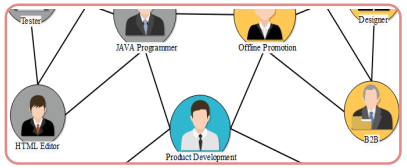
Projektbeispiel ganzheitliche Optimierung des Vertriebsprozesses

PROBLEME: GERINGE TRANSPARENZ, FEHLENDE SYSTEMVORSCHLÄGE

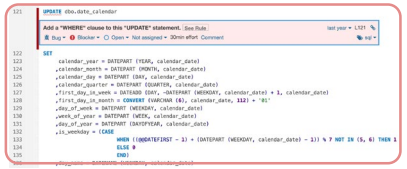


	Umsatz	Marge schwach	Marge normal	Marge hoch	Rabatt in Prozent
	5.346.588	32,7 %	35,6 %	33,3 %	-0,39
	4.932.243	31,9 %	52,5 %	15,7 %	-0,02
	4.361.321	10,0 %	42,3 %	47,9 %	-0,38
	3.148.594	22,2 %	56,5 %	21,5 %	-0,03
	1.769.483	12,4 %	40,1 %	47,6 %	-0,45

Margenstarkes After-Sales-Business wird aufgrund schlechter Prozess-integration nur auf expliziter Kundenanfrage angeboten

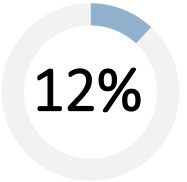


Vertriebsmitarbeiter nutzen lediglich ihre Erfahrungen, um Potenziale zu erkennen – entsprechende Tools für daten-getriebene Unterstützung fehlen



eBusiness-Lösung nutzt keine automatisch generierten Vorschläge für ergänzende/erweiternde Lösungen

PROJEKTERGEBNIS



Erhöhung des Rohertrags durch Freisetzung der Cross- und Up-Selling-Potenziale

HAUPTSTELLHEBEL

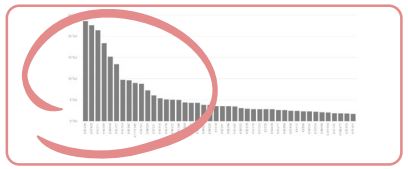
360° Customer View,
KI-Analyse von Cross- und Up-Selling-Potenzialen, verständliche BI-Lösung für Vertriebsmitarbeiter zur Identifikation der Potenziale, Integration von Guided Selling in eBusiness-Lösung

KI-gestützte Analysen sind in der Lage, zusätzlich zur Erfahrung des Vertriebsteams signifikante Margen- und Umsatzpotenziale aufzuspüren

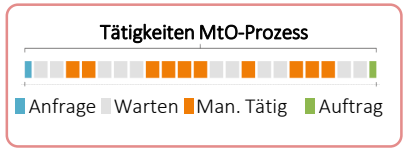
FTE-Einsparung durch Automatisierung des Vertriebsprozesses

Projektbeispiel Prozesseffizienz im Vertrieb

PROBLEME: GERINGE AUTOMATISIERUNGS- & DIGITALISIERUNGSGRADE



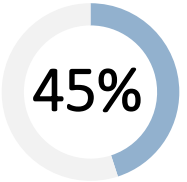
Viele manuelle Tätigkeiten (Anlage Lead, Konfiguration, Preiskalkulation, Angebotserstellung, etc.) im Prozess



Medienbrüche, unzureichende Tools und schlecht gepflegte Stammdaten führen zu langsamen & aufwändigen Prozessen

Ein Großteil der Key-Accounts bestellt manuell, obwohl digitale Schnittstellen vorhanden sind

PROJEKTERGEBNIS



FTE-Einsparung durch Automatisierung des Prozesses

HAUPTSTELLHEBEL

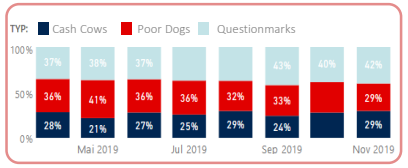
Einführung CPQ-Lösung (Configure, Price, Quote),
Automatisierung des Angebotsprozesses,
systemgestützte Preisgestaltung,
Integration Vertriebs- und Abwicklungsprozess,
digitale Schnittstellen zu wichtigen Kunden

Volle Transparenz über alle manuellen Tätigkeiten ermöglicht zielgerichtete Automatisierungs- und Digitalisierungsmaßnahmen

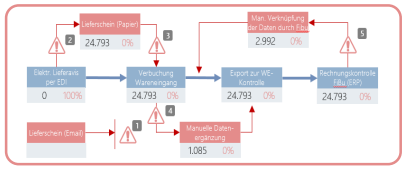
FTE-Reduktion durch Self-Service-Lösungen & Prozessintegration

Projektbeispiel Integration eBusiness-Lösung

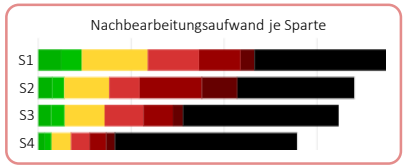
PROBLEM: EBUSINESS-LÖSUNG ALS „SCHEINDIGITALISIERUNG“



eBusiness-Lösung hat bisher nicht dazu beigetragen, dass margenschwache Kunden vermehrt diese Lösung nutzen

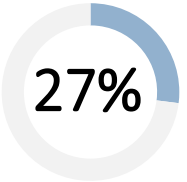


Geringe Integration der eBusiness-Lösung führt dazu, dass Vertriebsmitarbeiter Onlinebestellungen manuell anlegen und bearbeiten müssen



Fehlerhafte Stammdaten auf der eBusiness-Plattform führen zu vielen Nachbearbeitungen durch die gesamte Organisation

PROJEKTERGEBNIS



FTE-Reduktion im Innendienst durch Self-Service-Lösungen & Integration in den Vertriebsprozess

HAUPTSTELLHEBEL

Umfangreiche eBusiness-Konfigurationsmöglichkeiten, Kundenanreize zur Nutzung der eBusiness-Lösung, Definition von Schnittstellen zur automatisierten Datenweitergabe zwischen eBusiness & ERP, Stammdatenpflege

Attraktive Lösungen auf eBusiness-Plattformen können zusammen mit einer Integration in den Vertriebsprozess hohe Effizienzpotenziale freisetzen

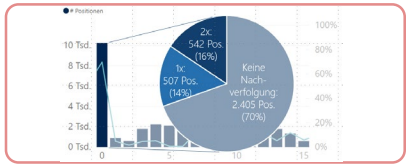
Deutliche Erhöhung der Hit Rate infolge besserer Kenntnis über Kunden

Projektbeispiel ganzheitliche Optimierung des Vertriebsprozesses

PROBLEME: MANGEL AN KUNDENINFOS UND ABGELEITETEN AKTIVITÄTEN

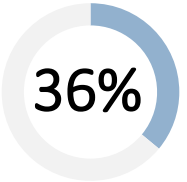
Fehlende Transparenz über Kunden erschwert es, passgenaue Lösungen zu finden

Lange Bearbeitungszeiten in der Angebotserstellung führen oft dazu, dass sich Kunden für Konkurrenten entscheiden



Es erfolgt keine systematische Angebotsnachverfolgung, um gezielt und zeitnah nachzufassen

PROJEKTERGEBNIS



Steigerung der Hit Rate bei Angeboten infolge besserer Kenntnis der Kundenbedarfe

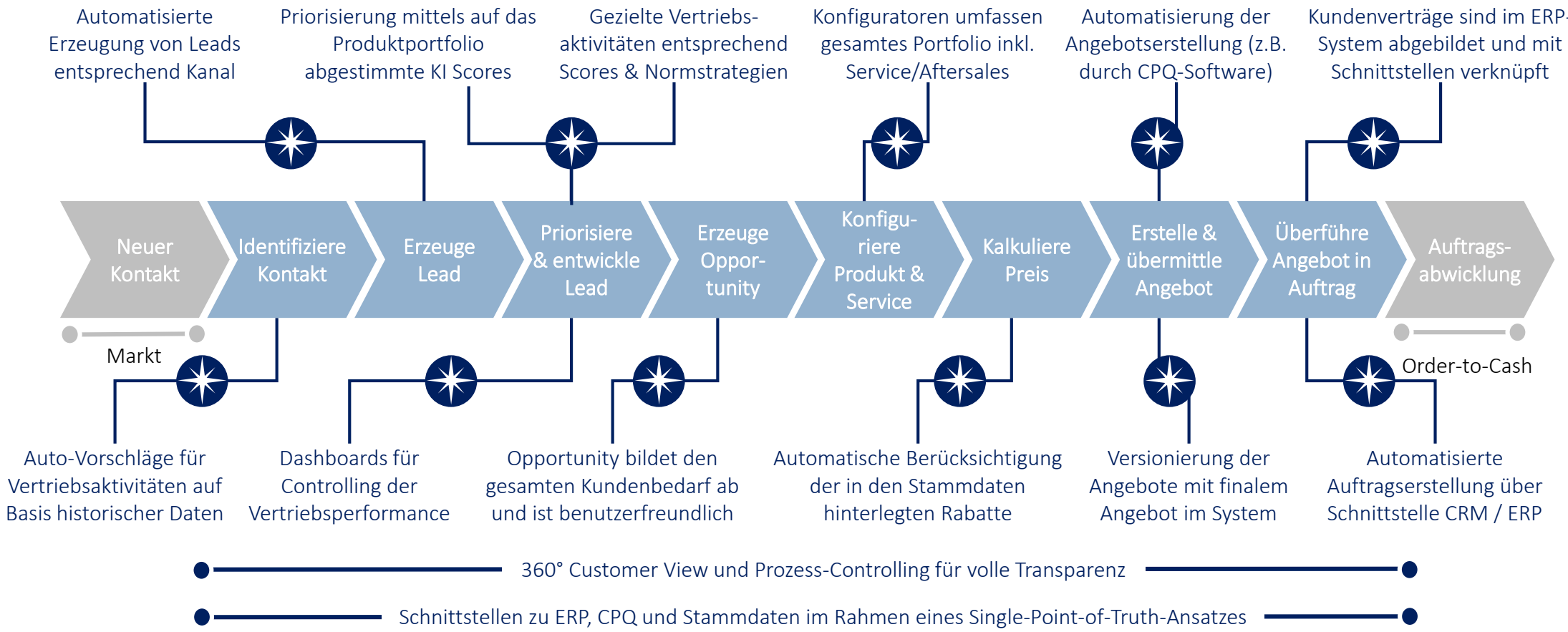
HAUPTSTELLHEBEL

360° Customer View,
Norm-Strategien für Systemvorschläge und Kundenbetreuung durch Vertriebsmitarbeiter,
Monitoring Vertriebs- & Marketingaktivitäten,
Anwendung des Guided-Selling-Approaches

Volle Kundentransparenz sowie die Ableitung zielführender Marketing- & Vertriebsaktivitäten ermöglichen es dem Vertriebsteam, passgenaue Angebote mit einer hohen Annahmewahrscheinlichkeit zu liefern

Zielbild B2B-Vertriebsprozess: Adaption von Best Practices mit hohem GuV-Effekt

Illustration von ausgewählten Erfolgsfaktoren für einen effizienten Vertriebsprozess



Anpassung und Verprobung der Best-Practice-Lösung erfolgt bottom-up mithilfe von Process Mining, BI-Ansätzen und Multi-Stakeholder-Workshops

Zusammenfassung der Erfolgsfaktoren für den B2B-Vertriebsprozess

Auswahl von übergreifenden Faktoren, die bei unseren Kunden zu hohen GuV-Effekten führen

Integration von CRM, ERP & Konfigurations-/Pricing-Tools

- Automatisierung durch vernetzte IT-Lösungen
- Beschleunigung des Prozesses & mehr verkaufsaktive Zeit
- Reduktion von Fehlern durch Abbau von Systembrüchen

360° Customer View & Prozess-Controlling

- Transparenz über Kunden und Kundenverhalten
- 360° View ist Ausgangspunkt für automatisierte Vorschläge
- Sicherstellung End-to-End-Transparenz über Prozess

Systematische Integration von Service & Aftersales in den Prozess

- Paketlösungen aus Produkt & Service/Aftersales möglich
- Automatisierte Vorschläge pushen Absatz von Service/AS
- Integration von Service/AS in die Produktkonfiguratoren

Einbindung der eBusiness-Lösung

- eBusiness übernimmt Standardlösungen und Kleinkunden
- Effizienzgewinne mittels Guided Selling & Self-Service
- Schnittstellen zu CRM & ERP ermöglichen Automatisierung

Unser Vorgehen optimiert nicht nur punktuell, sondern ganzheitlich – das Ergebnis ist ein effizienter State-of-the-Art-Vertriebsprozess, mit dem deutliche Umsatz- und Margenpotenziale gehoben werden können

Agenda

1	Der H&C-Ansatz zur Optimierung des B2B-Vertriebsprozesses	4
2	Projektvorgehen	13
3	Kurzvorstellung Horn & Company	17

In drei Schritten zur ganzheitlichen Optimierung des B2B-Vertriebsprozesses

Vorschlag zum Projektablauf – bei einem ersten Kennenlernen zu konkretisieren

Erfassung Ist-Prozess

- Aufnahme des Ist-Prozesses anhand bestehender Dokumentation
- Nutzung von Process Mining für Ermittlung Mengengerüste und Erfassung der Schwachstellen
- Workshops zur Validierung des Ist-Prozesses und der Schwachstellen

Ausarbeitung Mengengerüst & Ist-Prozess mit Schwachstellen

Ausgestaltung Soll-Prozess

- Heranziehen von Best-Practice-Prozessen als Ausgangspunkt
- Multi-Stakeholder Workshops & Interviews zur Ergänzung des Best-Practice-Ansatzes
- Erfassung der Schnittstellen und erforderlichen Tools

Definierter Soll-Prozesses mit relevanten Anforderungen

Abstimmung Zielbild & Umsetzungsroadmap

- Bewertung und Priorisierung der Anforderungen an den Soll-Prozess
- Abstimmung des Soll-Prozesses mit den Prozessverantwortlichen
- Aufstellen und Abstimmung einer Roadmap für die Umsetzung

Übergabe Zielbild mit Umsetzungsroadmap

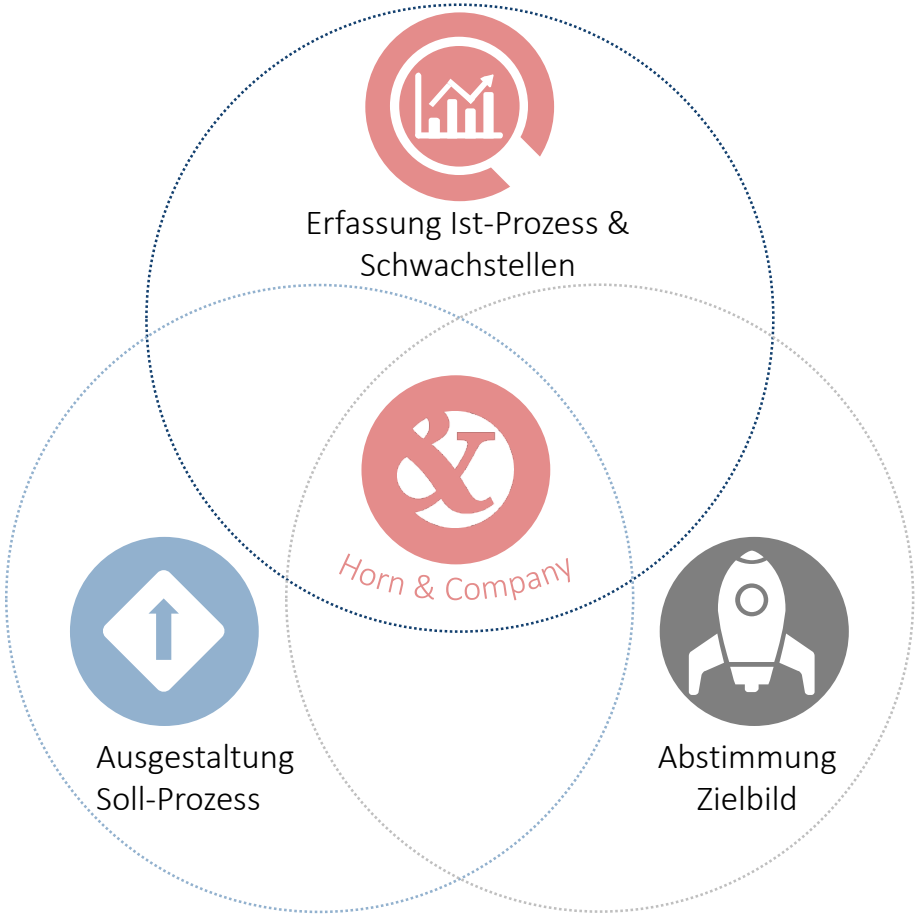
Ergebnisse, die wir mit dem H&C-Ansatz über den Projektzeitraum erarbeiten

Transparenz schaffen, Komplexität beherrschen und Performance erhöhen

Projektvorgehen	Deliverables
1. Erfassung Ist-Prozess: **Ausarbeitung Mengengerüst & Ist-Prozess mit Schwachstellen**	▪ Mengengerüste zu Aktivitäten, Leads, Opportunities, Angeboten ▪ Ermittlung zentraler Prozess-KPIs (Durchlaufzeiten, Hit Rate, Performance Aktivit.) ▪ Aufnahme und Dokumentation des Ist-Prozesses ▪ Erfassung der Prozessschwachstellen mit Häufigkeiten
2. Ausgestaltung Soll-Prozess: **Definition des Soll-Prozesses mit Anforderungen auf Ebene der Wertkettenelemente**	▪ Definition des Soll-Prozesses auf Ebene Wertkettenelemente mit Varianten ▪ Harmonisierung über Geschäftsbereiche und Vertriebseinheiten ▪ Transparenz über Schnittstellen und erforderliche Tools ▪ Mengengerüst für den Soll-Prozess
3. Abstimmung Zielbild: **Übergabe Soll-Prozess mit Umsetzungsroadmap**	▪ Abgestimmter Soll-Prozess mit den Prozessverantwortlichen ▪ Abgestimmtes Zielbild inklusive Priorisierung der Anforderungen ▪ Abgestimmte Roadmap für die Implementierung des Prozesses ▪ Potenziale durch Implementierung des Soll-Prozesses

Unsere Erfolgsfaktoren für den optimalen B2B-Vertriebsprozess

Zugeschnitten auf Ihre Wertschöpfung, Ihre IT und Ihr Vertriebsmodell entwickeln wir einen passgenauen Prozess



... ganzheitliche, **End-to-End-Analyse** des Vertriebsprozesses

... **optimiert** nicht nur im System, sondern das System

... berücksichtigt **Best-Practice-Ansätze** der jeweiligen Branche

... **kombiniert Daten** aus verschiedenen Systemen

... bezüglich **Analysegeschwindigkeit & Ergebnisqualität** überlegen

... erarbeitet **„echte" Ursachen und Lösungen**

... unterstützt bei der **Implementierung** durch klares Zielbild

... Zielbild **von den Betroffenen akzeptiert**, da mit ihnen erarbeitet

Unser Beratungsansatz liefert eine implementierbare und von Ihren Mitarbeitern akzeptierte Best-Practice-Lösung, individuell zugeschnitten auf Ihren Vertriebsprozess

Agenda

1	Der H&C-Ansatz zur Optimierung des B2B-Vertriebsprozesses	4
2	Projektvorgehen	13
3	Kurzvorstellung Horn & Company	17

Horn & Company – mehrfach ausgezeichnete Expertise in einer starken Gruppe

Unternehmensprofil

Unsere Aufstellung

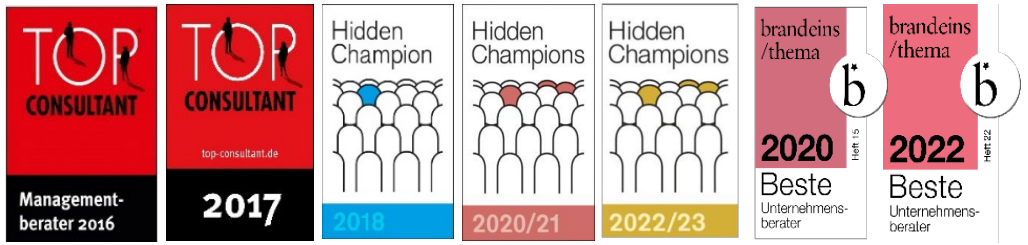
HORN & COMPANY

Financial Services

Industry

HORN & COMPANY Data Analytics

Data Analytics



Unser Verständnis für messbaren Erfolg

- Seit 2009 am Markt und heute rund **120 exzellente Berater/-innen**
- Hohes Level an **Seniorität** und operativer C-Level-Erfahrung
- Stark **unternehmerisches Verständnis**
- Ganzheitliche Beratungs- und Umsetzungskompetenz
- Beratungsschwerpunkte **Industry**:
  - Prozessoptimierung und Digitalisierung
  - Erhöhung der Profitabilität (top line + bottom line)
  - Organisation (End-to-End-Prozessorganisation und Agilität)
- Innovative **Best-in-Class Data-Analytics**-Methoden und Tools
- Umfangreiches **Netzwerk/Partnerschaften mit IT-Solution-Providern**

Unsere USP: Wir verbinden fachliche Tiefe und Technologie-Know-How

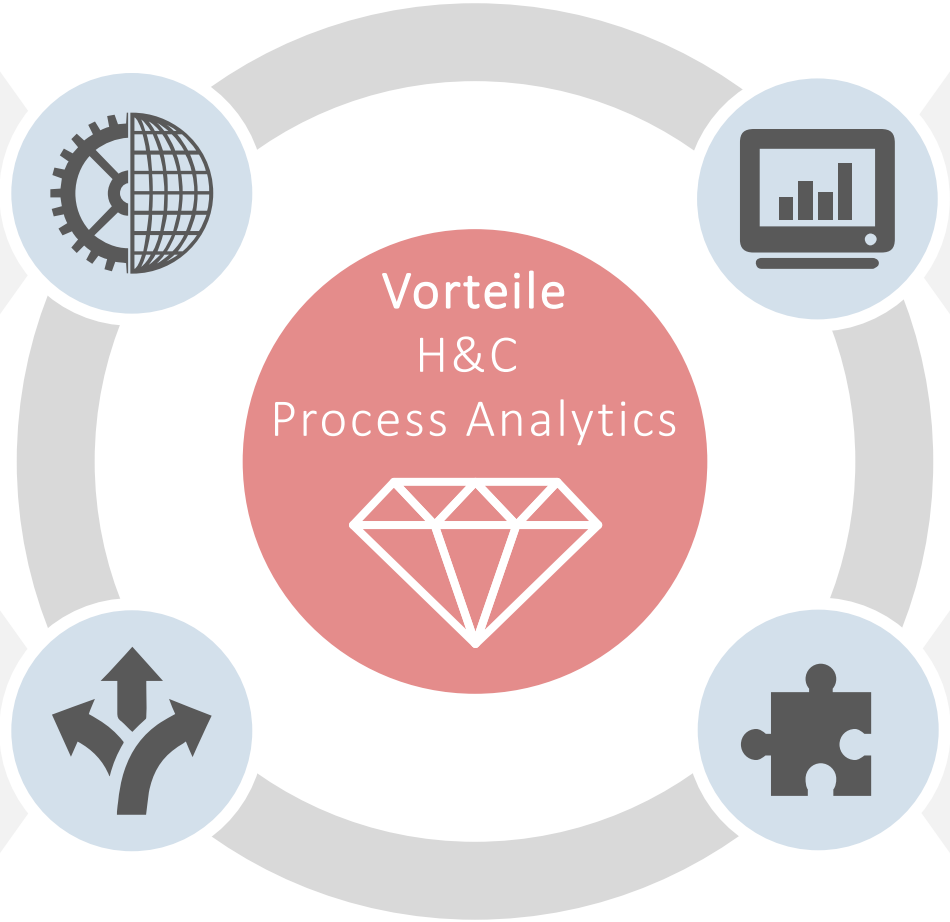
Differenzierung gegenüber Wettbewerbern

Strategieberater mit Technologie-Know-How

Process-Analytics-Projekte erfordern tiefgreifenden unternehmerischen Sachverstand gepaart mit höchster Datenkompetenz.
Bei uns erhalten **Sie echte Lösungen durch echte Berater**

Verknüpfen von Process Mining mit Big Data

Wir bauen komplexe Datenmodelle in feinster Granularität und ermöglichen dadurch **Big-Data-Analysen in Echtzeit**, ohne die Notwendigkeit von Aggregationen



Höchste Expertise mit CRM- & ERP-Datenmodellen

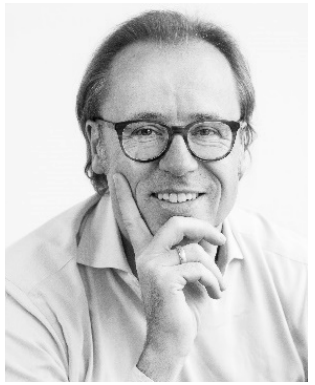
C4C, Salesforce, Dynamics & SAP sowie exotische Module sind uns **nicht fremd, sondern unser Tagesgeschäft**

Integration beliebiger Legacy-Systeme

Unabhängig von der Anzahl Ihrer Altsysteme - wir integrieren sie und erzeugen Optimierungs-potenziale aus Ihren Daten-schätzen. Wir **bauen Daten-modelle selbst auf** und **verlassen uns nicht auf den Standard**

Ihre Ansprechpartner

Übersicht & Kontaktdaten Ansprechpartner



Dr. Michael Lukarsch | Partner

Schwerpunkte

- Strategische Ausrichtung
- Effizienzprogramme
- Digitalisierung

Kontaktdaten

☎ +49 162 2726 004

✉ michael.lukarsch@horn-company.de

Dr. Philipp Herrmann | Partner

Schwerpunkte

- Process Analytics
- Supply-Chain-Effizienz
- Predictive Analytics

Kontaktdaten

☎ +49 162 2726 042

✉ philipp.herrmann@horn-company.de

Dr. Matthias Georg Will | Manager

Schwerpunkte

- Vertriebsprozesse (MtO und OtC)
- Prozessdigitalisierung und -automatisierung
- Process Mining & Analytics

Kontaktdaten

▪ +49 162 2627 371

✉ matthias.will@horn-company.de

Gerne vereinbaren wir einen Termin für ein Expertengespräch. Sprechen Sie uns an!

HORN & COMPANY

Internationale Top-Management-Beratung

DÜSSELDORF | BERLIN | FRANKFURT | HAMBURG | KÖLN | MÜNCHEN | NEW YORK | SINGAPUR | WIEN