



Digitale Services und Geschäftsmodelle als neue Herausforderungen für den Vertrieb

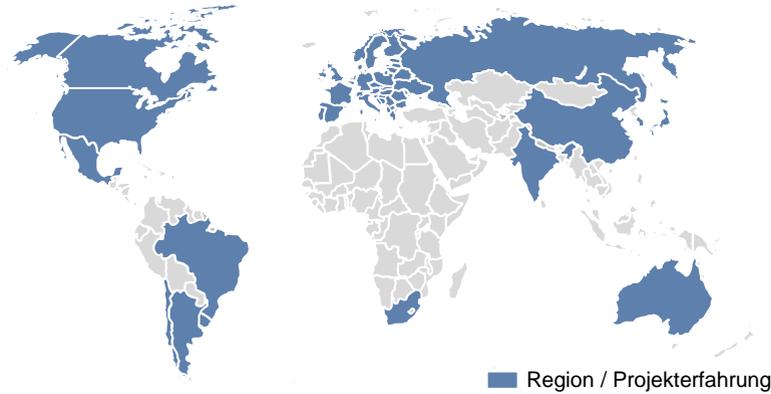
Diskussionsunterlage von EbelHofer Consultants

EbelHofer Strategy & Management Consultants

Expertise



Internationale Projekte



Branchen

Automobilhersteller



Bau



Dienstleistungen



Großhandel



Komponenten / Zulieferer



Konsumgüter / Retail



Maschinenbau / Anlagenbau



Medtech / Healthcare



Private Equity / Investoren



Rohstoffe / Materialien | Chemie



Ihre Ansprechpartner



Prof. Dr. Markus B. Hofer
Geschäftsführer
markus.hofer@ebelhofer.com



Dr. Rainer Schlamp
Partner
rainer.schlamp@ebelhofer.com



Standorte

Köln

An der Wachsfabrik 10
D-50996 Köln
T: +49 2236 38383-0
F: +49 2236 38383-33

München

Sonnenstraße 19
D-80331 München
T: +49 89 5998 9033-0
F: +49 89 5998 9033-9

Digitale Services – eine Übersicht

Digitale Services im Maschinen- und Anlagenbau umfassen vielfältige Angebote z.B. zur Datengenerierung und -verarbeitung und zur Optimierung der Produktionsperformance.

Digitale Maschinenverwaltung

z.B. Stammdaten, Handbücher,
Dokumentation von Instandhaltungsarbeiten

Optimiertes Maschinenhandling

z.B. webbasierte Trainings

Neue Erlösmodelle

z.B. Werbeplattformen im Aufzug

Remote Service

z.B. Steuerungssysteme zur Fernwartung

Condition Monitoring

Transparenzschaffung, Möglichkeit für Real-Time
Entscheidungen

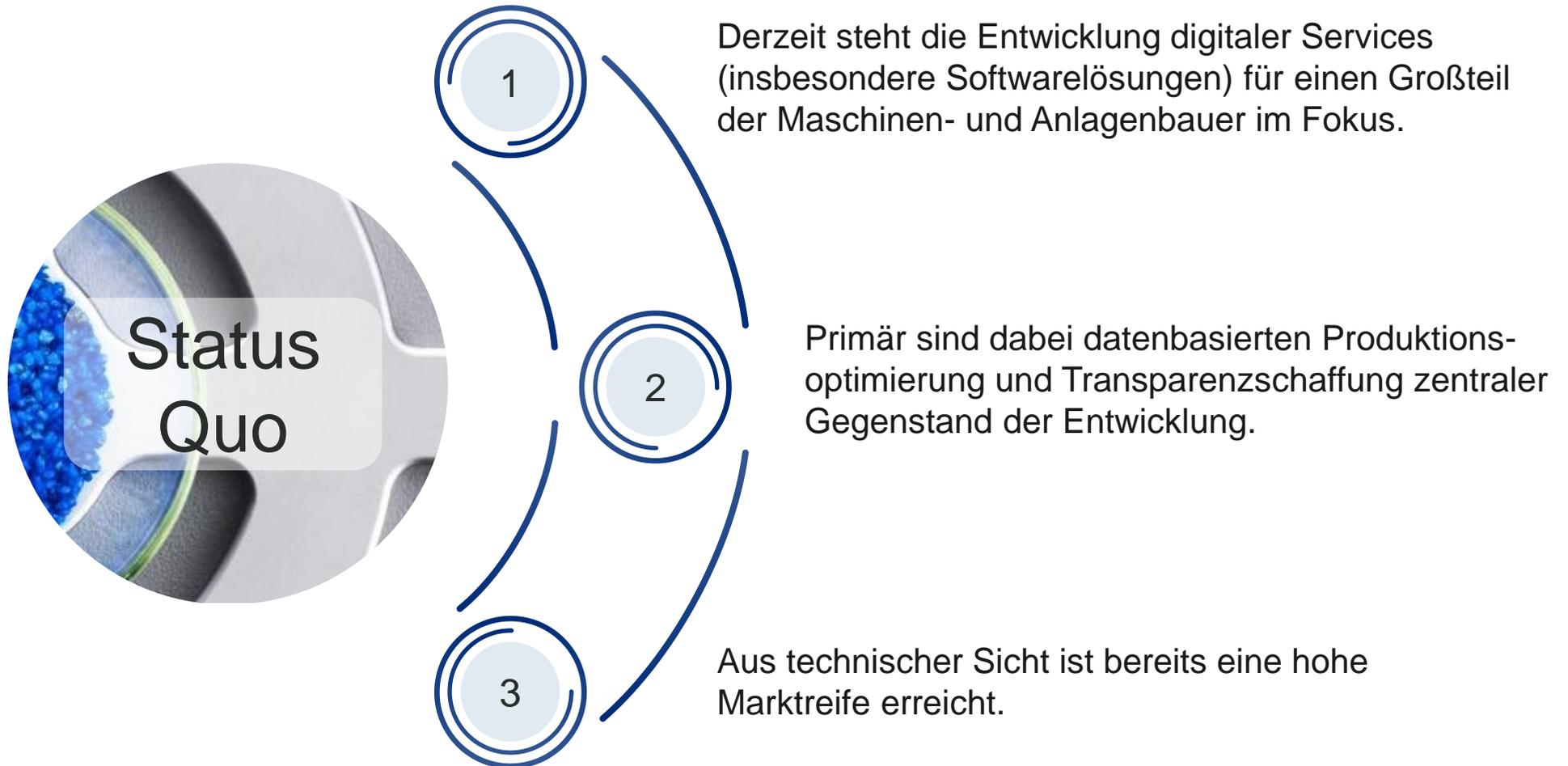
Predictive Maintenance

Big Data Analytics

Digitales Vertriebsmodell

z.B. Onlineshop, Online-Beratung, Vertriebsunterstützung, Service-Konfiguratoren

Status Quo bei vielen Maschinenbauern / Technologieunternehmen



Ausgewählte Best Practices zu digitalen Angeboten

Wir beobachten einen grundsätzlichen Trend zu digitalen Angeboten. Dabei handelt es sich um den Vertrieb reiner digitaler Lösungen (z.B. Software als neues Produkt), die Erweiterung des Geschäftsmodells (neuer Vertriebsansatz) oder die Ergänzung und Weiterentwicklung der klassischen Produkte um digitale Features. Jedes digitale Angebot oder Geschäftsmodell stellt den Vertrieb vor neue Herausforderungen.

Digitale Geschäftsmodelle

Vertrieb von Digitalisierungslösungen



- Tochtergesellschaft Bosch Software Innovations begleitet IoT-Ideen von der Strategie bis zur Lösung



- Siemens Digital Industries als Einheit für industrielle Automatisierung und die Digitalisierung



- Digitalisierung @ Voith bietet IIoT / Industrie 4.0-Lösungen für Vielzahl an Branchen

Online-Plattformen



- Europäischer B2B-Marktplatz für Chemikalien
- Start-up von Lanxess



- Beschaffungsplattform für Handwerks-/Industriebedarf
- Start-up der Würth-Gruppe



- Online-Plattform für den Materialhandel
- Start-up von Klöckner & Co.

Klassische Produkte ergänzt um digitale Features

DÜRR GROUP *digital@DÜRR: Smart Products/Services/Processes/Factories*

KUKA *Digital Domains: Beratung, Konzeption, Umsetzung Ind. 4.0*

FENDT *Smart Farming*

CLAAS *Farming 4.0*

HOLMER *EasyHelp 4.0, Service 4.0*

JOHN DEERE *Farmsight*

Big Dutchman *ViperTouch / BigFarmNet technology*

Schindler *Schindler Ahead (Monitoring) Digital Media Services*

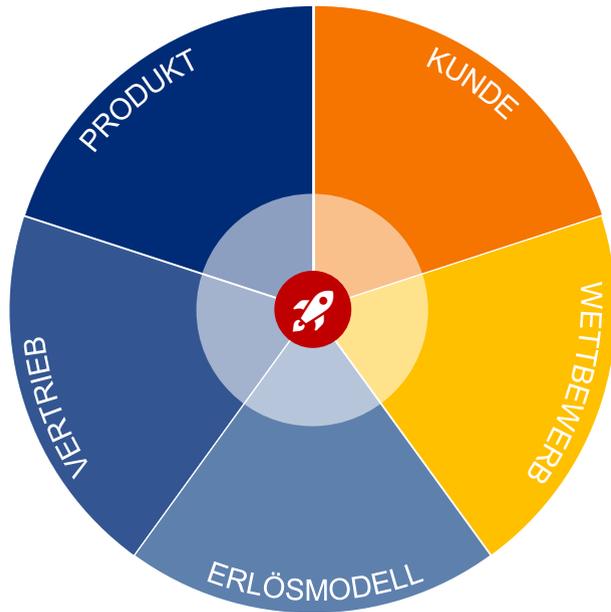
KONE *KONE Cloud, digitale Gebäudelösungen*

HEIDELBERG *Heidelberg Cloud, Assistant, App*

HILTI *Hilti Software Hilti Connect App*

Digitale Services – Herausforderungen

Für viele Unternehmen im Maschinen- und Anlagenbau steht aktuell die Entwicklung digitaler Services (insbesondere Software) im Fokus – oft mit sehr hoher technischer Güte, aber Schwachstellen im Geschäftsmodell und im Vertrieb.



- Im Bezug auf Marktexpertise sowie Geschäftsmodelle für digitale Services
- weisen viele Anbieter noch **Schwachstellen** auf:
 - **Intern:** Fehlender ganzheitlicher Ansatz bei der Konzeptentwicklung für digitale Services, mangelnde Einbindung von Marketing & Vertrieb, Intransparenz bei Monetarisierung, Erlösquellen, Preismodellen und Business Cases
 - **Extern:** Keine ausreichende Übersicht über Bedürfnisse der Kunden und Angebote / Preismodelle der Wettbewerber
- Vertriebsmitarbeiter sind mit der **zunehmenden Produktkomplexität** häufig überfordert.
 - Unsicherheit im Verkauf von „andersartigen“ Produkte / Services, die nicht mehr nur „kernproduktspezifisch“ sind
 - Identifikation des Kundennutzen ist schwierig (Bedarfsanalyse notwendig)
 - Kombinationsmöglichkeiten von verschiedenen Lösungen möglich
 - Oftmals kundenindividuelle Lösungen und entsprechende Preispunkte

Digitale Services – Lösungsansätze

Change Management in jeder Phase der Produktentwicklung und im Go-to-Market

- Einbindung & Schulung der Stakeholder in Bezug auf Produkte und auf Kundenbedarfsermittlung
- Bereitstellung von vertriebsunterstützenden Dokumentationen (Vorteile der neuen Produkte)

Nicht alles, was technisch möglich ist, muss auch realisiert werden!

- Es muss ein entsprechendes Kundenbedürfnis geben
- Die Entwicklung sollte sich finanziell lohnen oder aus strategischen Gesichtspunkten wichtig sein

Gemeinsame Entwicklung digitaler Produkte

- Frühzeitige Zusammenarbeit von Technik und Marketing / Vertrieb
- Frühzeitige Plausibilisierung des Kundennutzens, ggf. durch Marktstudien



Gezielte Marktforschung zur Identifikation digitaler Bedürfnisse der Kunden vor der Produktentwicklung

Frühzeitige Überlegungen zu Monetarisierungsmöglichkeiten und Erstellen von Business Cases unter Berücksichtigung des bereits bestehenden Wettbewerbsangebots, ggf. Einholen branchenfremder Benchmarks

Entwicklung von technischen Tools zur

- Unterstützung des Vertriebs
- Digitalisierung der Verkaufsaktivitäten, z.B. Produkt-Konfiguratoren, Angebots-Tools, etc.

Ihr Kontakt bei EbelHofer Consultants



Prof. Dr. Markus B. Hofer

Geschäftsführer
markus.hofer@ebelhofer.com



Dr. Rainer Schlamp

Partner
rainer.schlamp@ebelhofer.com

EbelHofer Strategy & Management Consultants GmbH

An der Wachsfabrik 10
50996 Köln

T: +49 2236 38383-0

F: +49 2236 38383-33

Sonnenstraße 19
80331 München

T: +49 89 5998 9033-0

F: +49 89 5998 9033-9

www.ebelhofer.com