

CPQ VERSTEHEN & TRENDS KENNEN

CPQ-Guide



camos.

INHALT

CPQ-Basics: Was Sie über CPQ wissen müssen

Was ist CPQ?	4
Welche Unternehmen profitieren von CPQ?	5
Welche Abteilungen nutzen CPQ?.....	5
Wie wird CPQ in der Praxis eingesetzt?.....	6
Wo befindet sich CPQ im Gesamtprozess?	6
Überblick Kernfunktionen: Configure, Price & Quote	7

CPQ-Trends für eine herausragende Customer Experience

Guided Selling: Ohne Expertenwissen zur passenden Produktvariante	9
3D-Visualisierung: Mit technologischer Emotionalität verkaufen	10

Subscription Pricing: Nutzungsbasiert oder für definierte Zeiträume anbieten	10
Nachhaltigkeit: Nachhaltige Produktkonfiguration als Wettbewerbsvorteil	11

CPQ-Benefits: Den Nutzen der Software verstehen

Konsistente User Experience: Einheitliches Erlebnis auf allen Kanälen	13
Zeitvorsprung: Dem Wettbewerb einen Schritt voraus	13
Customer Journey: Die richtige Information zur richtigen Zeit	14

CPQ-Checkliste: Darauf ist bei der Auswahl eines CPQ-Systems zu achten	16
---	-----------

CPQ-BASICS

WAS SIE ÜBER CPQ
WISSEN MÜSSEN



Was ist CPQ?

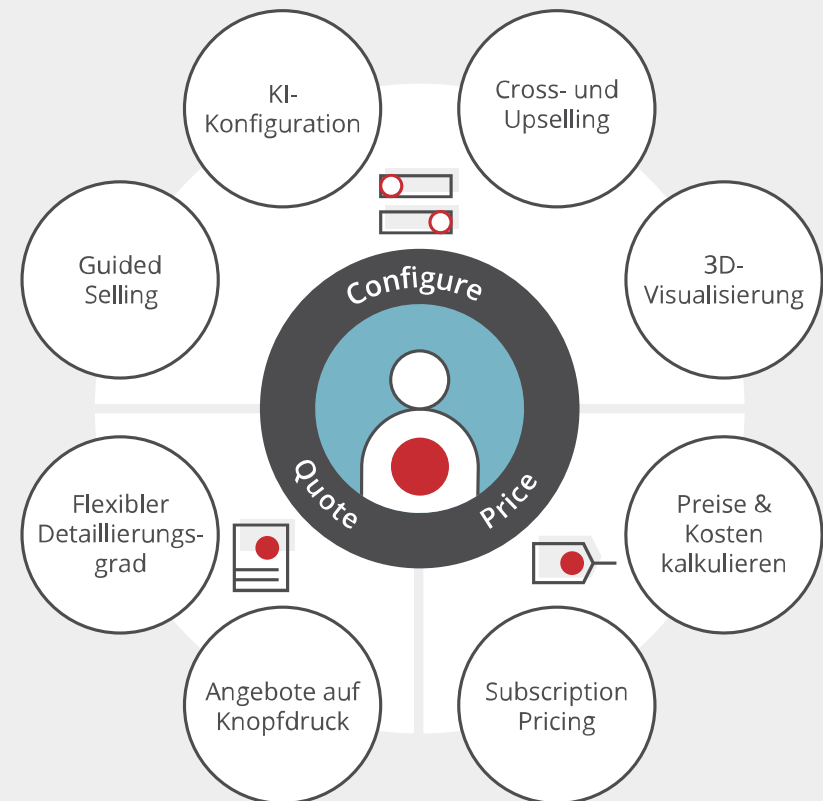


CPQ-Software digitalisiert und automatisiert den Angebotsprozess für technisch komplexe und variantenreiche B2B-Produkte. Sie verwaltet das Produkt- und Angebotswissen an einer zentralen Stelle. Die Kernfunktionen sind die Produktkonfiguration (**Configure**), die Preisermittlung (**Price**) und die Erstellung von Angebotsdokumenten (**Quote**). Dabei orientiert sich die Software konsequent an den Anforderungen des Kunden. Sie selektiert für jeden Anwendungsfall die geeigneten Produkte und unterstützt bei der bedarfsgerechten Ausprägung. Ein Regelwerk stellt sicher, dass die Konfiguration korrekt ist, sodass alle Folgeprozesse nahtlos starten können.

[CPQ-Software von camos kennenlernen](#)

CPQ STELLT KUNDEN IN DEN MITTELPUNKT UND ERMÖGLICHT EINE HERAUSRAGENDE KUNDENERFAHRUNG

CPQ-Features wie zum Beispiel die geführte Bedarfsanalyse (Guided Selling) stellen den Kunden und seine individuellen Anforderungen in den Mittelpunkt. Features wie die Echtzeit-3D-Visualisierung des konfigurierten Produktes ermöglichen eine herausragende Kundenerfahrung im Vertriebsprozess und erhöhen die Abschlusswahrscheinlichkeit signifikant.



Welche Unternehmen profitieren von CPQ?

Von CPQ profitieren insbesondere B2B-Unternehmen mit technisch komplexen und kundenindividuell konfigurierbaren Produkten, zum Beispiel aus den Branchen Maschinenbau, Anlagenbau, Energiewirtschaft oder Elektronik.

Häufige Fragestellungen von Unternehmen, die von CPQ-Software profitieren:

- Wie bieten wir unsere Produkte effizient und überzeugend an?
- Wie wird unser Angebotsprozess zum Erlebnis für unsere Kunden?
- Wie reduzieren wir Routineaufgaben im Vertrieb?
- Wie stellen wir den Wissenstransfer im Vertriebsteam sicher?
- Wie vermeiden wir Fehler im Angebot?
- Wie erhalten unsere Kunden ihre Angebote schneller?
- Wie erhöhen wir die Erfolgsquote unserer Angebote?
- Wie werten wir Vertriebsdaten intelligent aus?



Eine aktuelle Umfrage des VDMA deckt auf, dass lediglich



bereits ein CPQ-System einsetzen. Dabei ist der Einsatz von CPQ gerade bei variantenreichen Produkten mit hohen technischen Abhängigkeiten sinnvoll.

Welche Abteilungen nutzen CPQ?

Laut einer VDMA-Kurzstudie zum Thema Variantenmanagement und Kundenbeziehungsmanagement findet die Anwendung von CPQ primär im Vertrieb statt (77%). CPQ-Systeme werden aber auch in angrenzenden funktionalen Bereichen eingesetzt: Die Fertigung ist mit 33% der zweitstärkste Funktionsbereich. Im Marketing (7%) und Service (10%) sind CPQ-Lösungen nur gering verbreitet.

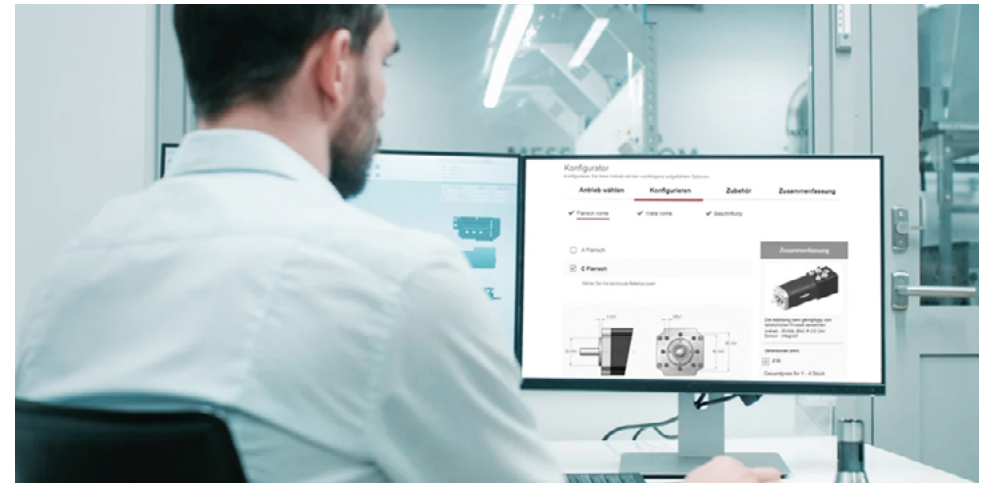
[Studie lesen](#)

Wie wird CPQ in der Praxis eingesetzt?



Angebotssystem für den Vertrieb

Vertriebsmitarbeiter im Innen- und Außendienst setzen CPQ als Angebotscockpit ein: Sie erstellen Angebote nicht nur am eigenen Arbeitsplatz, sondern auch beim Kunden vor Ort auf einem Tablet.

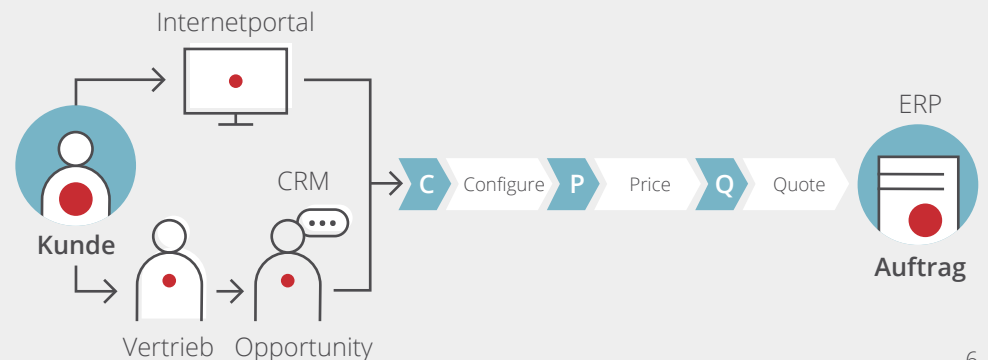


Online-Konfiguration als Self-Service

CPQ wird außerdem vom Kunden als Self-Service-Lösung bei der Angebotserstellung eingesetzt. Dazu wird die Software in Websites oder Portallösungen eingebettet oder in den Online-Shop mit Check-Out-Option integriert.

Wo befindet sich CPQ im Gesamtprozess?

Das CPQ-System befindet sich als Verbindungsglied zwischen der Opportunity im CRM- und dem Auftrag im ERP-System. Für überzeugende Angebote greift es auf Informationen aus weiteren Quellen zurück, zum Beispiel PLM-, PIM- oder CAD-Systeme.



Überblick über die Kernfunktionen: Configure, Price & Quote

Configure

(Produktkonfiguration)



Mit dem Produktkonfigurator werden technisch komplexe und variantenreiche Produkte so konfiguriert, dass sie optimal zum Bedarf der Kunden passen. Er ermittelt auf Basis des Produkt- und Beziehungswissens, welche Produkte geeignet sind und welche Optionen gewählt werden können.

Configure mit CPQ 365

Price

(Preisermittlung)



CPQ ermittelt Preise simultan zur Konfiguration der Produkte. Kosten und Preise können im Materialstamm verwaltet werden, Preislisten können hinterlegt und gepflegt werden. Preisgültigkeit, länder- oder kundenspezifische Preislisten sind genauso selbstverständlich möglich wie featurebased Pricing.

Price mit CPQ 365

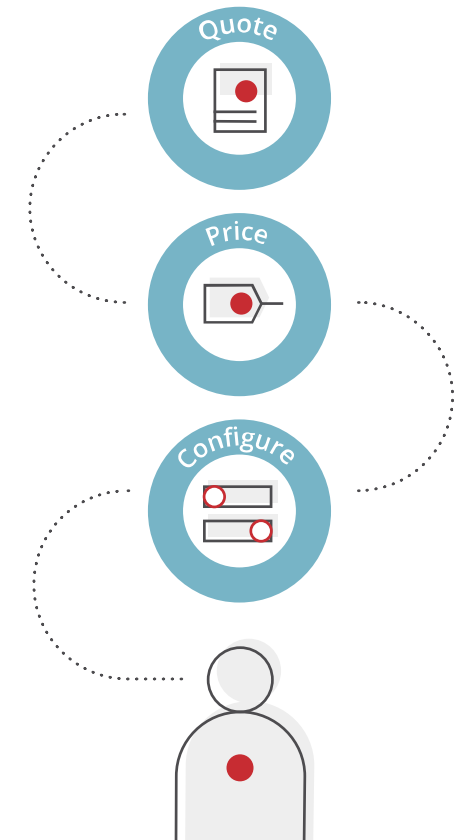
Quote

(Angebotserstellung)



Mit CPQ lassen sich überzeugende Angebote auf Knopfdruck erstellen – schnell, fehlerfrei und in ansprechender Gestaltung. Neben dem verbindlichen Angebot können auch beliebig andere Dokumente definiert und ausgegeben werden, z. B. technische Spezifikationen, Preisübersichten oder Kurzangebote (Budget Quotes).

Quote mit CPQ 365



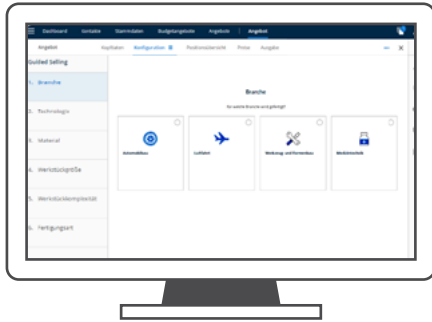
CPQ-TRENDS

FÜR EINE
HERAUSRAGENDE
CUSTOMER
EXPERIENCE



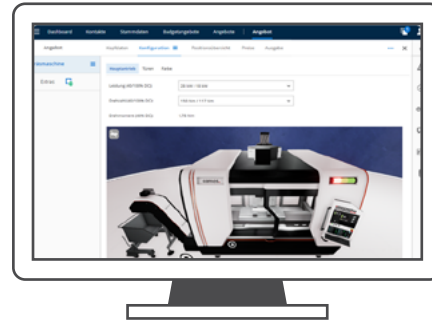
Guided Selling: Ohne Expertenwissen zur passenden Produktvariante

1. Geführte Bedarfsanalyse



Interessenten ohne Produktkenntnisse werden mit Fragen, die konsequent am Bedarf und Anwendungsfall orientiert sind, Schritt für Schritt durch den Angebotsprozess navigiert.

2. Einfache Produktfindung



Auf Basis der Antworten wird die Produktvariante vorgeschlagen, die am besten zu den Anforderungen des Interessenten passt.

3. Budgetangebot



Ein erstes Budgetangebot mit den zentralen Produktinformationen und einer ersten Preisindikation vermittelt früh in der Customer Journey einen kompakten Überblick.



Beispiel 1: Für einen Hersteller von Werkzeugmaschinen wird zunächst gefragt, welches Werkstück mit der Maschine produziert werden soll.

Beispiel 2: Bei einem Hersteller von Aufzügen stehen Fragen zur Förderhöhe, Etagenanzahl und der Anzahl der Personen im Gebäude im Mittelpunkt.

Guided Selling mit camos CPQ 365



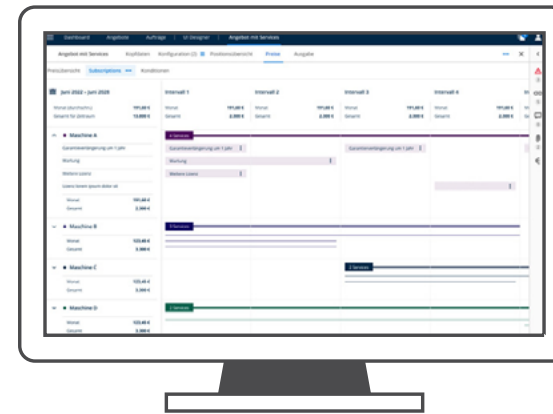
3D-Visualisierung: Mit technologischer Emotionalität verkaufen

CPQ-Software spricht Kunden auf einer emotionalen Ebene an und begeistert bereits im Angebotsprozess durch eine 3D-Visualisierung der konfigurierten Produkte.

Vorteile der 3D-Visualisierung:

- Mit Emotionen verkaufen und den Umsatz steigern.
- Auch Produktlaien begreifen komplexe Produkte & Zusammenhänge.
- Alleinstellungsmerkmale werden perfekt in Szene gesetzt.
- Fehlerhafte Auswahl sticht ins Auge und kann korrigiert werden.
- Präsentation & Verkauf von Produkten, die noch im Entstehen sind.

3D-Produktvisualisierung mit camos CPQ 365



Subscription Pricing: Nutzungsbasiert oder für definierte Zeiträume anbieten

Der Trend hin zum Servicegeschäft und die Tatsache, dass Kunden zunehmend nur noch für die tatsächliche Nutzung der Maschine, ihre Leistung oder ihren Ausstoß bezahlen wollen, statt sie zu kaufen, erfordert Subscription-Modelle („Pay per Use“, „Pay per Month“, „Pay per Unit“ usw.).

Mit Subscription Pricing können Sie:

- Produkte und Dienstleistungen nutzungsbasiert oder für einen definierten Zeitraum anbieten.
- Verschiedene Preismodelle für die optimale Preisgestaltung kombinieren: Einmalzahlung, Abo-Kosten oder verbrauchsabhängig.
- Zahlungspläne und Gesamtauftragswert übersichtlich darstellen.
- Flexible Zahlungsintervalle einrichten: Monatlich, quartalsweise, jährlich oder individuell.

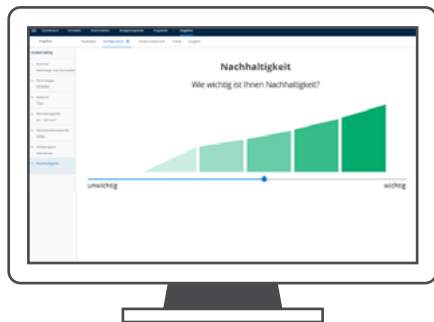
Subscription Pricing mit camos CPQ 365

Nachhaltigkeit: Nachhaltige Produktkonfiguration als Wettbewerbsvorteil

Nachhaltigkeitsaspekte werden auch für komplexe und variantenreiche Produkte zu einem zentralen Kaufkriterium. Gesetzliche Regelungen, wie die Einführung von CO2-Grenzwerten in der Automobilbranche, werden für immer mehr Branchen folgen.

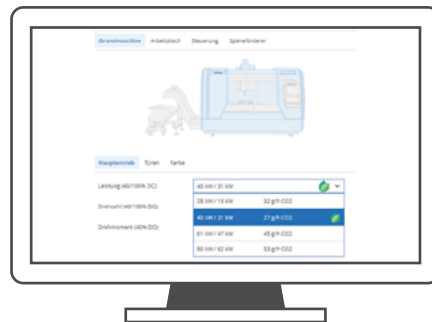
Best Practice – nachhaltige Produktkonfiguration mit camos CPQ:

1 Das nachhaltigste Produkt vorschlagen (Guided Selling)



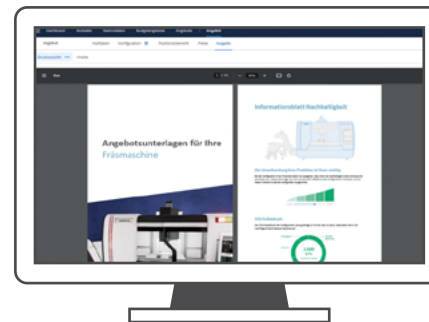
Über Guided Selling empfiehlt die Software das passende Produkt auf Basis von Fragen zum Kundenbedarf und zur Relevanz von Nachhaltigkeitsaspekten (z. B. Wasserverbrauch).

2 Nachhaltige Konfigurationsentscheidungen treffen



Anwender sehen in der Detailkonfiguration für jede Option die entstehenden CO2-Emissionen und erkennen durch visuelle Hervorhebungen die umweltschonendsten Alternativen.

3 Positive Umweltwirkung als Verkaufsargument darstellen



Den positiven Effekt des konfigurierten Produktes auf die Umwelt fasst die Software in übersichtlichen Diagrammen im Angebotsdokument zusammen.



Diese Möglichkeiten, bereits zum Zeitpunkt der Produktkonfiguration und Angebotserstellung nachhaltige Konfigurationsentscheidungen zu fördern und ihre positive Umweltwirkungen transparent zu kommunizieren, werden in Zukunft zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Wissen zur nachhaltigen Produktkonfiguration vertiefen

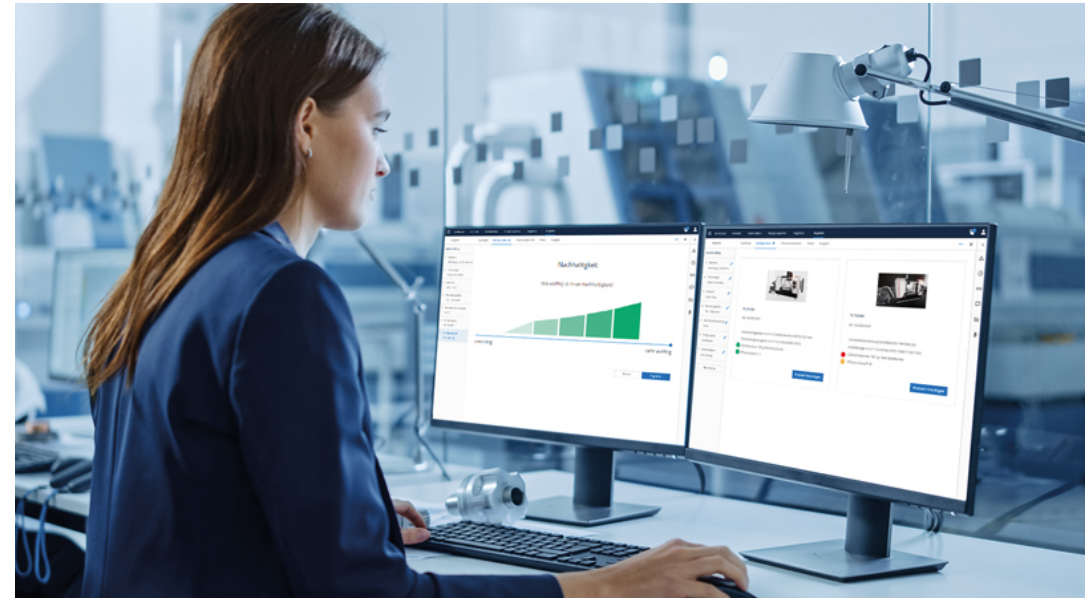


CPQ-BENEFITS

DEN NUTZEN
DER SOFTWARE
VERSTEHEN

Konsistente User Experience: Einheitliches Erlebnis auf allen Kanälen

Die User Experience stärkt in einem Umfeld mit zunehmend vergleichbaren Produkten die Markendifferenzierung und wirkt sich fördernd auf die Kaufentscheidung aus. Auch kanalübergreifend muss ein durchgängiges Erlebnis für den Kunden sichergestellt werden: Zum Beispiel müssen Kundengespräche stets auf den zuvor digital erhobenen Informationen aufbauen und dürfen nicht mehrfach abgefragt werden. CPQ ist die Grundlage für eine optimale und konsistente User Experience entlang der gesamten Customer Journey. Die Software sorgt für einheitliche Produktmodelle, speichert alle vertriebsrelevanten Informationen zentral ab und stellt damit eine einheitliche Informationsbasis in allen Verkaufskanälen bereit: Der direkte Vertrieb hat die gleichen Informationen, wie der Händler oder ein Webshop. Außerdem wird das Erlebnis des Kunden verbessert, weil seine zentralen Touchpoints, wie User Interfaces oder Angebotsvorlagen, mit CPQ an seine Erwartungen angepasst werden können – intuitiv, ganz ohne Programmierkenntnisse.



Zeitvorsprung: Dem Wettbewerb einen Schritt voraus

Mit einem CPQ-System wird die Angebotserstellung weitgehend automatisch abgewickelt. Über integrierte Plausibilitäts- und Vollständigkeitsprüfungen stellt die Software sicher, dass nur technisch mögliche Produktvarianten konfiguriert werden können. Nicht baubare Produkte werden ausgeschlossen und aufwändige Abstimmungsprozesse zwischen den Abteilungen Vertrieb, Konstruktion, Produktmanagement und Produktion entfallen. Der Vertrieb kann direkt auf Kundenwünsche reagieren und schnell, vollständige und technisch korrekte Angebote erstellen.

Customer Journey: Die richtige Information zur richtigen Zeit

Früher bestimmte der Vertriebsmitarbeiter den Fluss von kaufrelevanten Informationen und sorgte für die Verfügbarkeit im passenden Kontext. Im modernen, digitalen Vertrieb entscheidet der Interessent selbst, wann er welche Information haben möchte. Mit der richtigen Aufbereitung, dem passenden Timing und einer agilen Bereitstellung der Angebotsinformationen können sich Unternehmen im Wettbewerb profilieren – vor allem, weil die Produkte selbst zunehmend vergleichbar werden.

Deshalb rückt die Customer Journey als Modell zur durchgehenden Steuerung des Informationsangebotes in den Fokus. Moderne CPQ-Systeme übernehmen innerhalb dieses Modells den gesamten digitalen Vertriebsprozess. Über eine geführte Bedarfsanalyse („Guided Selling“) schlägt die CPQ-Software dem Interessenten passende Produktvarianten vor. Damit wird er bereits in den digitalen Vertriebsprozess einbezogen, wenn er seinen Bedarf und die erste Idee seiner Lösung entwickelt und noch keine Vorentscheidungen getroffen hat.

Mit fortschreitender Customer Journey bietet die Software sukzessive detailliertere Produkt- und Angebotsinformationen an: von den ad hoc bereitgestellten Erstinformationen und der Preisindikation führt sie zielsicher bis zum verbindlichen Angebot.

[Mehr erfahren](#)

CPQ-CHECKLISTE

DARAUF IST BEI
DER AUSWAHL
EINES CPQ-SYSTEMS
ZU ACHTEN





Nach folgenden Aspekten sollte ein CPQ-System bewertet werden:

- Kann das CPQ-System die erforderlichen Konfigurationsaufgaben erfüllen?
- Ist die Bedienung einfach und intuitiv?
- Ist eine geführte Bedarfsanalyse möglich (Guided Selling)?
- Werden die Gründe für nicht erlaubte Konfigurationen angezeigt?
- Werden die konfigurierten Produkte ansprechend visualisiert?
- Kann die Kalkulationsgrundlage frei gewählt werden?
(Preislisten, Herstellkosten, ...)?
- Lassen sich mit Intercompany Pricing werksübergreifende Angebote erstellen?
- Können Angebotsdokumente einfach an das Corporate Design angepasst werden?
- Können Angebote unkompliziert versioniert werden?
- Ist ein Angebotsdruck in beliebigen Sprachen und Währungen möglich?
- Sind länderspezifische Druckformate möglich?
- Ist ein Angebotsvergleich in tabellarischer Ansicht möglich?
- Ist eine Web-Shop- und Website-Integration möglich?
- Sind standardisierte Schnittstellen zu ERP-, CRM-, CAD-Systemen enthalten?
- Kann das CPQ-System als Cloud-Lösung betrieben werden?
- Ist ein mobiler Einsatz auf Tablets möglich?
- Ist die Offline-Konfiguration möglich?
- Ist eine Modellierung ohne Programmierkenntnisse möglich?



camos.

Warum ist camos der richtige CPQ-Anbieter?



Strategischer Partner

camos ist mehr als ein reiner Softwareanbieter. Wir bieten ein komplettes Dienstleistungsportfolio zur Einführung und kundenspezifischen Anpassung von CPQ-Lösungen. In Projekten zur Digitalisierung des Vertriebs unterstützen wir unsere Kunden als strategischer Partner und lassen die Erfahrung aus zahlreichen Digitalisierungsprojekten einfließen.



Fokus auf variantenreiche Produkte

camos hat sich von Beginn an auf Lösungen für komplexe und variantenreiche Produkte im B2B-Umfeld konzentriert. Die Software wurde mit dem Ziel entwickelt, auch dann noch ein hohes Maß an Effizienz zu erzielen, wenn andere CPQ-Lösungen aufgrund der Vielzahl von Regeln, Abhängigkeiten oder Positionen im Angebot an ihre Grenzen stoßen.



Omnichannel Sales & Customer Journey

camos CPQ 365 unterstützt Vertriebsmitarbeiter im Hybrid Sales – vor Ort

oder remote. Über einen E-Commerce-Kanal ermöglicht die Software die Online-Produktkonfiguration mittels Guided Selling bis hin zum Check-Out im Online Shop. Der Detaillierungsgrad von Angebotsinformationen wird dabei entlang der Customer Journey schrittweise bis zum verbindlichen Angebot erhöht und auf die Anforderungen des jeweiligen Kanals angepasst.



KI-basierte Konfiguration

Mit unserem KI-basiertem Konfigurationsansatz müssen nicht alle Varianten

im Vorfeld hinterlegt werden. Das technisch realisierbare Produkt entsteht schrittweise im Konfigurationsprozess unter Berücksichtigung von Regeln. Das Konfigurationsmodell enthält die Informationen über mögliche Produkte, Bauteile, Merkmale sowie die Konfigurationsregeln. Die Regeln entscheiden darüber, welche Kombinationen jeweils möglich sind.



Führender CPQ-Anbieter

Bereits seit Mitte der 2000er-Jahre ist Standardsoftware von camos zur Angebotskonfiguration – dem späteren CPQ – bei Kunden im produktiven Einsatz. Inzwischen ist camos einer der führenden CPQ-Anbieter mit über 250 erfolgreichen Projekten und einer Nutzung in mehr als 110 Ländern.



End-to-End-Prozessautomatisierung

Über Standard-APIs kommuniziert die Software mit umgebenden Systemen, wie z.B. ERP-, CRM-, CAD-, PLM- oder BI-Systemen. Dadurch wird der gesamte Vertriebsprozess von der ersten Erstellung eines Angebotes bis zur Erfassung des Auftrags im ERP-System automatisiert.

Kunden, die uns vertrauen:

