

Deutscher Natural Ingredients Hersteller meistert komplexe Preisprobleme

Herausforderungen mit Leichtigkeit nach dem SAP S/4HANA Upgrade

Mit einer stetig wachsenden Produktpalette die Kundennachfrage zu wecken bzw. zu befriedigen ist der Schlüssel um die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens zu steigern. Im zentralen Fokus steht es echte Trends zu setzen, um Alleinstellungsmerkmale zu generieren. Die dafür notwendigen Preisszenarien sind jedoch meist sehr komplex und umständlich in der Handhabung. Dies war eines der zentralen Themen, mit denen sich der Innovator der Lebensmittel- und Getränkeindustrie Döhler aus Darmstadt auseinandersetzen musste, als es ein Upgrade seiner SAP-Plattform plante.

Seit 1993 nutzt Döhler SAP ECC. Das hochkomplexe und individuell spezialisierte System arbeitet mit mehr als 33.000 Custom Objects. Die Migration auf SAP S/4HANA 1709 verbunden mit einem neuen Fiori UI eröffnete zusätzliche Möglichkeiten die internationalen Vertriebsaktivitäten zu automatisieren, indem man die Vistex Preisoption für SAP Data Maintenance for ERP by Vistex integrierte.

Um optimale Erfolge zu erzielen, reicht es heutzutage nicht mehr aus sich nur auf die Verwaltung der Preisgestaltung zu konzentrieren. Es bedarf Transparenz und einer daraus resultierenden detaillierten Analyse der individuellen firmenspezifischen Preisstrategien, um Planung wirkungsvoll zu vereinfachen und Wachstum effektiv und nachhaltig zu fördern. Die Aktualisierung des nun automatisierten Preis-Prozesses wurde notwendig, da Döhler mehrere Herausforderungen und daraus resultierende Chancen erkannte, die mit den Vistex Lösungen genutzt und optimal gelöst werden konnten:

- Integration eines Tools, das zahlreichen Kostendetails in einer Stückliste (bill of material) auflöst, simuliert, analysiert und das Ergebnis in ein individuelles Preisfindungskonzept überträgt und ein Angebot generiert



Döhler ist ein globaler Hersteller, Vermarkter und Anbieter von **natürlichen Ingredients, Ingredient Systemen und integrierten Lösungen** für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie.

- Beschleunigung und Automatisierung der Sales Conversions einschließlich des zugrunde liegenden Genehmigungsprozesses
- Schaffung einer nie dagewesenen Transparenz und damit eine grundlegende Vereinfachung sehr komplexer Preissituationen
- Konsolidierung aller spezifischen SAP Systeme

Döhler ist nun in der Lage, kundenspezifische Preise auf der Grundlage individueller Kundenbedürfnisse, wie z. B. Inhaltsstoffe und Produktformulierungen festzulegen und somit sowohl Preis als auch Marge im besten Verhältnis zu optimieren. Die User können in nahezu Echtzeit mit präzisen Preisen auf individuelle Kundenwünsche reagieren, um somit mehr Aufträge gewinnen und einen besseren Kundenservice bieten.

Die Zeit für das Tender Management konnte halbiert werden, so dass der Aufbau massiver benutzerdefinierter Datenbanken für den Versand neuer Angebote an die Kunden entfiel. Tatsächlich kann das Tender Team nun auch größere Ausschreibungen

problemlos abwickeln und das Unternehmen hat insgesamt eine bessere Übersicht auf Arbeitsabläufe gewonnen.

Weitere Vorteile der Vistex-Implementierung waren die Möglichkeit, 90 Prozent der Kundencode-Konvertierungen zu automatisieren und die Bearbeitungszeit der Preissimulationen von mehreren Wochen auf nur drei Tage oder weniger zu verkürzen. Dies umfasst alles, von der Vertragsanbahnung bis hin zu Analysen für die Kauf- und Verkaufsseite ohne die „zentrale“ SAP-Architektur zu beeinträchtigen, da die Vistex Lösung im SAP System embedded ist und nicht „nur“ integriert. Die SAP Data Maintenance for ERP by Vistex Lösung umfasst die Preisverwaltung, das Deal-Management, die Preisausführung und das Reporting. Benutzerfreundliche Layouts und intuitive Funktionen ermöglichen es den Nutzern, die Preise ohne Verzögerung anzupassen, während sie gleichzeitig die Möglichkeit bieten, Massenpreisaktualisierungen durchzuführen, die Wartung zu automatisieren und stundenlange manuelle Prozesse zu vermeiden – und das sozusagen auf Knopfdruck.

90% Automatisierung der Customer Code Conversion durch Pricing

50% Reduzierung des Zeitaufwands für die Angebotserstellung

- Das eingesetzte Revenue Management Tool ist hauptsächlich für die Ausführung
- Die Analytik basiert ausschließlich auf einer historischen Sichtweise

Die Strategiemangement Stufe

In der Strategiemangement Stufe hat das Unternehmen nun eine tatsächliche Preisstrategie und die grundlegende Fähigkeit, relevante Vertragsanalysen durchzuführen. Die Preisstrategie wurde über die reinen Preise hinaus definiert, z. B. „Hier sind die Rabattprozesse, die ich anbieten werde, und hier ist der Grund.“ Die Preisstrategie ist globaler, kontrollierter und wirkungsvoller und die Mitarbeiter haben ein Verständnis für das gesamte Unternehmen. Wenn das Unternehmen nun eine Angebotsanfrage erhält, verfügt es über Analysen der Vor- und Nachvertragsphase, die spezifischer für diese Geschäfte sind. Dies kann zur Findung einer bestimmten Preisstrategie führen. Es gibt Feedbackschleifen, Richtlinien, Genehmigungs- und Workflow-Routinen. In bestimmten Regionen, wie Europa, könnte sich eine Preisänderung beispielsweise in Deutschland aufgrund lokaler Referenzpreisregeln auf die Preisgestaltung in sechs weiteren Ländern auswirken. Das Unternehmen muss wissen, was es tut und welche Auswirkungen es hat. Damit verbunden ist die Ausweitung der Analytik auf eine neue Bewusstseinsebene. Folgende Fragen werden gestellt:

- Gibt uns die Gesamteffektivität des Programms einen Einblick?
- Welche Strategieauswirkungen haben Rabattprogramme in einem Brutto-Netto-Szenario?
- Wie stark wirkt sich eine Veränderung auf dem Mindest- / Höchstpreis aus?
- Haben wir die Marge im Ergebnis noch geschützt?
- Haben wir am Ende mehr Rabatte ausbezahlt und unsere Nettomargen gesenkt?
- Sind wir wirklich effektiv?

Um es kurz zusammenzufassen:

- Preisstrategien werden über die reinen Preise hinaus definiert
- Bonusprogramme werden definiert und genehmigt
- Bid Management und Deal Analytics sind vollständig in das Revenue Management integriert
- Managementkontrollen sind integriert und automatisiert
- Analytics bietet jetzt Einblicke in die Effektivität von Programmen und Analysen

Die modell-basierte Management Stufe

Die modell-basierte Management Stufe ist der Anspruch für jedes Unternehmen, das nach Pricing Maturity sucht. Hier hat das Unternehmen Modelle definiert und es kennt die Auswirkungen bestimmter Entscheidungen, bevor es diese trifft. Aus verschiedenen Modellen kann das Unternehmen das Beste auswählen und gezielt anpassen, um die gewünschte Wirkung zu erzielen. Die modellgetriebenen Entscheidungen werden beispielsweise simuliert und getroffen bevor ein Produkt auf dem Markt zur Verfügung gestellt wird. Im Idealfall kann also im Voraus die richtige Entscheidung, basierend auf der vorgeschlagenen Empfehlung des Programms, getroffen werden – es werden Fehler vermieden und Geld gespart.

Jetzt verfügt es über ein vollautomatisches Werkzeug, vom Frontend bis zur Vertragsverhandlung, welches auf Analysefunktionen basiert. Das Unternehmen definiert nicht nur Parameter, sondern verfügt auch über Frühwarnsysteme. Begonnen wird mit Feedbackschleifen und kontinuierlichen Updates, um zu evaluieren, ob ein Programm rentabel ist. Anstatt es für die nächsten zwei Jahre fortzusetzen, weiß das Unternehmen sofort, dass es eingestellt werden sollte. Die Optimie-

rung des Umsatzes bedeutet, die richtigen Programme zur richtigen Zeit durchzuführen und effektiv mit den Kunden umzugehen.

Um es kurz zusammenzufassen:

- Echtzeitmodelle verwenden multidimensionale Daten, wie z. B. Marktdaten, Produktlebenszyklus und Kundensegmentierung
- Das Unternehmen ist vollständig in das Revenue Management und die CLM-Tools integriert
- Echtzeit-Feedbackschleifen bewerten die Effektivität der Preisgestaltung
- Organisatorisches Engagement für exzellente Preisgestaltung und Umsatzoptimierung

Die entscheidende Rolle der Software

Unternehmen, die von Software unterstützt werden, die den gesamten Lebenszyklus ihrer Markteinführungsprogramme verwaltet, werden einen strategischen Vorteil auf dem Markt haben. Durch die Erfassung von Daten in einem strukturierten Repository mit Machine Learning Funktionen können diese Unternehmen genaue Antworten erhalten und fundierte Entscheidungen in ihren Preismanagementstrategien treffen. Am Ende des Tages führt Information zu Erkenntnissen und Erkenntnisse führen zu Gewinnen, ganz nach dem Motto „Wissen ist Macht“.

Über Vistex

Vistex ist ein globales Softwareunternehmen mit mehr als 20 Locations weltweit. Das Unternehmen ist ein Pionier, der es Unternehmen ermöglicht, ihre Produkte und Dienstleistungen durch Go-to-Market-Programme besser einzusetzen. Die Software und Dienstleistungen von Vistex helfen Unternehmen, den Umsatz zu steigern und die Kosten zu senken, indem sie Handels-, Vertriebs- und Anbieterprogramme, Preise, Leistungsanreize sowie Rechte und Lizenzgebühren verwalten.

VCND
Vistex Customer Networking Day
DACH

Heidelberg | 26.09.2019

vistex.link/VCND

SAP Partner

Jetzt kostenlos registrieren und

- gezielt Ihre Verkaufsförderungsprogramme optimieren
- von spannenden Kundenerfolgsgeschichten profitieren
- das meiste aus Ihrem SAP Investment herausholen

Vistex

Vistex GmbH
Altrottstrasse 31
69190 Walldorf
Telefon: +49 6227 731530
info.emea@vistex.com
www.vistex.com