

CPQ & KONFIGURATOREN ERFOLGREICH STARTEN

Umfassende Checkliste





Loslegen mit Ihrem CPQ Projekt!

Diese Checkliste bietet Ihnen eine strukturierte Unterstützung, um eine umfassende Übersicht zu gewinnen und sicherzustellen, dass alle relevanten Anforderungen für Ihre Configure-Price-Quote (CPQ)-Lösung berücksichtigt werden. Bedenken Sie: Je präziser Ihre Vorstellungen und Anforderungen sind, desto zügiger gelangen Sie zum gewünschten Ergebnis.

1. Strategie & Zielsetzung definieren

→ Unternehmensziele klären

Mit einer sauberen Zieldefinition steht und fällt der Projekterfolg. Sie ist ausschlaggebend für die maßgebliche Funktion und den Aufbau der CPQ-Lösung. Welches Ziel soll Ihre CPQ-Lösung in erster Linie verfolgen?

Definieren Sie ein Hauptziel:

→ KPIs definieren

Klare und messbare Leistungskennzahlen (KPIs) helfen Ihnen, Fortschritte zu messen, Optimierungspotenziale zu identifizieren und fundierte Entscheidungen zu treffen.

Definieren Sie KPIs:

Beispiele:

- Durchschnittliche Angebotsbearbeitungszeit reduzieren um 50 %
- Zeit zur Angebotserstellung senken auf unter 10 Minuten
- Erhöhung der automatisierten Angebotsgenerierung auf 80 %
- Fehlerquote in Angeboten reduzieren um 90 %
- Reduktion der nicht genehmigten Rabattierungen um 90 %
- Steigerung der Cross- & Upselling-Rate um 30 %
- Reduktion ungültiger oder fehlerhafter Konfigurationen um 90 %
- Implementierung von Preis- und Regeländerungen in unter 24 Stunden



→ Stakeholder identifizieren

Wer sind die wichtigsten Beteiligten?

- Geschäftsleitung
- Vertrieb
- Produktmanagement
- Marketing
- Konstruktion & Fertigung
- IT
- Projektmanagement
- Sonstige: _____

🌟 Tipp: Stakeholder frühzeitig involvieren und ihre Anforderungen sammeln, um spätere Anpassungen zu minimieren.

→ Budget & Ressourcenplanung

Wird externe Unterstützung benötigt (z.B. CPQ-Implementierungspartner)?

- nein
- ja

Gibt es ein festgelegtes Budget für Ihre CPQ-Lösung?

- nein
- ja → _____ Euro

Ein Beispiel einer groben Budgetkalkulation:

Kostenkategorie	Geschätzte Kosten
Monatliche Lizenzgebühr	<input type="radio"/> 700 - 2.000 € <input type="radio"/> 2.000 - 4.000€ <input type="radio"/> über 4.000€
Implementierungsaufwand	<input type="radio"/> 25.000 - 50.000 € <input type="radio"/> 50.000 - 100.000 € <input type="radio"/> über 100.000 €

💡 Kosten-Nutzen-Analyse: Ein CPQ-System kann durch schnellere Angebotserstellung und weniger Fehler oft Einsparungen von 100.000 €+ pro Jahr bringen!

→ Meilensteine definieren

Meilensteine	Zeitplan
1. Kick-off	DD.MM.YYYY
2. _____	DD.MM.YYYY
3. _____	DD.MM.YYYY
4. _____	DD.MM.YYYY
5. _____	DD.MM.YYYY
6. _____	DD.MM.YYYY
7. _____	DD.MM.YYYY
8. Go-Live	DD.MM.YYYY

2. Vertriebsprozess analysieren

Schauen wir uns den Vertriebsprozess genauer an, um besser zu verstehen, in welchen Vertriebskanälen Sie aktiv sind und welche Herausforderungen damit verbunden sind.

→ Wie werden Ihre Produkte verkauft?

Vertriebskanal

- Direktvertrieb
- Indirekter Vertrieb
- Multi-Channel-Vertrieb
- Omni-Channel-Vertrieb

Ort des Verkaufs

- Stationär
- Online
- Hybrid

→ Was sind die aktuellen Herausforderungen im Vertrieb Ihrer Produkte?

→ Wie viele Angebote erstellen Sie monatlich?

→ Wichtige Fragen zur Vertriebsprozessanalyse:

- Wie läuft die Angebotserstellung aktuell ab?
- Wie hoch ist die durchschnittliche Angebotssumme?
- Wie lange dauert es durchschnittlich, ein Angebot zu erstellen?
- Wo entstehen Fehler oder Verzögerungen?
- Welche Genehmigungsprozesse gibt es - wer muss Angebote freigeben?
- Wie oft benötigen Sie Rücksprachen mit Produktmanagement und Technik?
- ...

 Tipp: Gehen Sie Schritt für Schritt alle Vertriebskanäle und -prozesse durch: Wo gibt es Probleme? Was kostet am meisten Zeit? Welche Herausforderungen treten immer wieder auf?



Beispiel für eine Angebotsprozess-Analyse

Prozessschritt	Aktuelle Dauer	Ziel mit CPQ
Angebotsanfrage	1 Tag	Automatisiert
Produktkonfiguration	2 Tage	20 Minuten
Preisberechnung & Rabattfreigabe	1-2 Tage	Automatisiert
Angebotserstellung & Versand	1 Tag	Automatisiert

 Tipp: Identifizieren Sie Bottlenecks, bei denen CPQ am meisten Einsparungen bringen kann.

3. Anwender:innen analysieren

Nehmen wir die Zielgruppe genauer unter die Lupe. Der Fokus sollte jedoch nicht auf der zu kaufenden Zielgruppe liegen, sondern vielmehr bei den Anwender:innen. Jenen Personen, welche den Konfigurator bedienen. In einigen Fällen sind Käufer:innen und Anwender:innen dieselbe Person - jedoch nicht immer. Warum ist das so wichtig? Je nach Anwender:innen ergeben sich unterschiedliche Ziele, auf die ein besonderes Augenmerk gelegt werden soll.

→ Wer sind Ihre Anwender:innen und was ist Ihnen besonders wichtig?

Anwender:innen	Was ist Ihnen wichtig?
Kund:innen / Anonyme Nutzer:innen	<hr/> <hr/> <p>zB Sie möchten ein einfaches, intuitives und visuell ansprechendes Erlebnis, das Ihnen hilft, Ihr gewünschtes Produkt schnell und präzise selbstständig zu konfigurieren.</p>
Vertriebsaußendienst	<hr/> <hr/> <p>zB Sie brauchen ein Tool, das flexibel und mobil nutzbar ist, um Kund:innen vor Ort bestmöglich zu beraten und maßgeschneiderte Lösungen zu präsentieren.</p>
Vertriebsinnendienst	<hr/> <hr/> <p>zB Der Fokus liegt auf einer schnellen und fehlerfreien Angebots- und Auftragsabwicklung. Eine Integration in bestehende CRM- oder ERP-Systeme ist hier oft entscheidend.</p>
Händler:innen	<hr/> <hr/> <p>zB Sie benötigen eine Lösung, die Ihnen ermöglicht, kundenspezifische Angebote effizient zu erstellen und Preise sowie Verfügbarkeiten transparent darzustellen ohne ständige Rückfragen zur Machbarkeit.</p>
Produktmanger:innen	<hr/> <hr/> <p>zB Für Sie ist es wichtig, dass der Konfigurator aktuelle Produktdaten, Varianten und technische Restriktionen korrekt abbildet und einfach gepflegt werden kann.</p>
Divers	<hr/> <hr/>

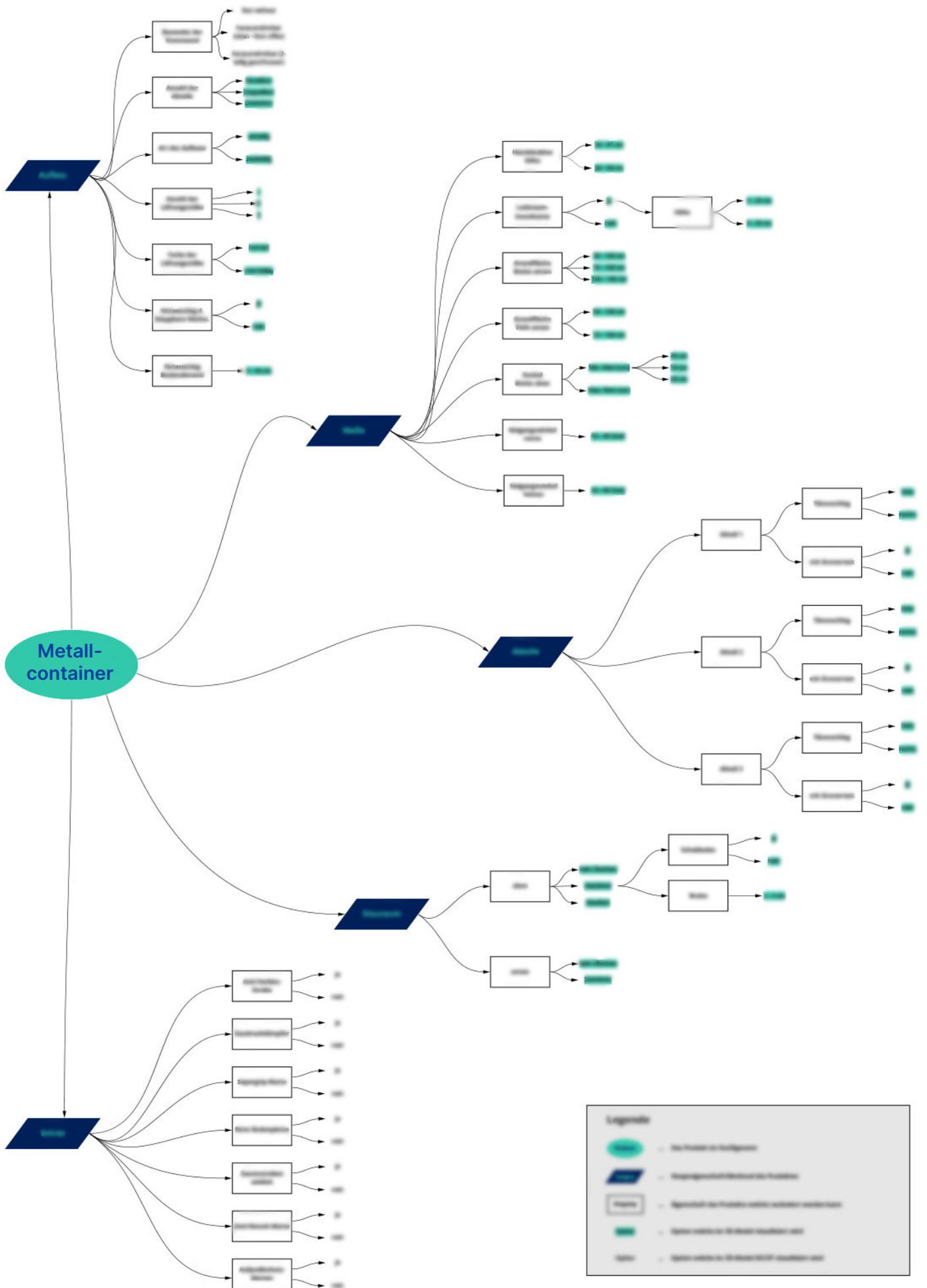
i Tipp: In diesem Zusammenhang empfehlen wir die Erstellung von Personas. Damit das CPQ-Tool bzw. der Konfigurator zum effizienten Verkäufer, gut informierten Kundenberater oder zu Ihrem persönlichen Verkaufsassistenten werden können, ist es wichtig, dass wir verstehen, welchen Personen er bei seiner Arbeit begegnen wird. Mit gemeinsam erstellten Personas möchten wir uns ein gutes Bild von diesen Menschen machen.

Unternehmen, die als erste auf ein
Angebot reagieren, erhalten

50 %

mehr Aufträge.

Fiktives Beispiel eines Produktbaumes



5. Preis- & Rabattstrukturen im Detail

Der Bereich „Preise & Rabatte“ ist ein zentraler Bestandteil eines CPQ-Systems, da er die Grundlage für präzise und wettbewerbsfähige Angebote bildet. Nur mit korrekten Preisen und klar definierten Rabattstrukturen lassen sich Fehleinschätzungen vermeiden und Margen optimieren.

→ **Wie sieht die Preiskalkulation in Ihrem Unternehmen aus? Wie setzen sich die Preise zusammen?**

→ **Gibt es unterschiedliche Preise je Zielgruppe (zB für Händler:innen)?**

→ **Genehmigungs- & Freigabeprozesse**

- Gibt es einen internen Freigabeprozess für Preise & Rabatte?
- Falls ja, wie ist dieser Genehmigungsworkflow strukturiert?

→ **Haben Sie dynamische (je m² oder lfm) oder statische Preise?**

→ **Internationalisierung**

Für welche Länder soll das CPQ-System zum Einsatz kommen?

- Sprachen: _____
- Währungen: _____
- Maßeinheiten: _____

Vertriebsmitarbeiter verbringen nur

22 %

ihrer Zeit mit dem Verkauf. Durch manuelle, langwierige und eintönige Aufgaben werden Vertriebsmitarbeiter zurückgehalten und verschwenden 66 % ihrer Zeit mit unproduktiven Aufgaben.

6. User Interface – Gestaltung der Benutzeroberfläche

Ein durchdachtes User Interface macht CPQ-Systeme nicht nur einfacher bedienbar, sondern trägt auch maßgeblich dazu bei, wie effizient und intuitiv die Anwender:innen mit dem System arbeiten können. Da CPQ-Lösungen häufig von nicht-technischen Nutzern verwendet werden, ist eine klare und intuitive Benutzerführung entscheidend für den Erfolg des Systems.

→ An welches Design soll sich der Konfigurator orientieren?

- Corporate Design
- Website

Anmerkungen: _____

→ White Labeling

Soll der Konfigurator für mehrere Marken vorbereitet werden. Ein und derselbe Konfigurator wäre in unterschiedlichen Designs verfügbar.

- Ja
- Nein

i Tipp: Sie können das Design individuell gestalten – zum Beispiel erhält Händler XY eine komplett andere Farbgebung als Händler Z. So schaffen Sie ein einheitliches, aber dennoch markenspezifisches Erlebnis für Ihre Partner und Kund:innen.



→ Beraterfunktion

Sollen Informationsbereiche, Produktblätter, Videos,... eingebunden werden, die das Produkt zusätzlich erklären?

- Nein
- Ja, folgende Daten möchten wir gerne integrieren:

7. Visualisierung der Produkte

Die Produktvisualisierung wird insbesondere bei CPQ-Lösungen oft vernachlässigt, obwohl sie gerade hier eine entscheidende Rolle spielt. Komplexe Produkte können auf Knopfdruck visuell dargestellt werden, was das Produktverständnis erheblich erleichtert.

→ Wie soll das Produkt visualisiert werden?

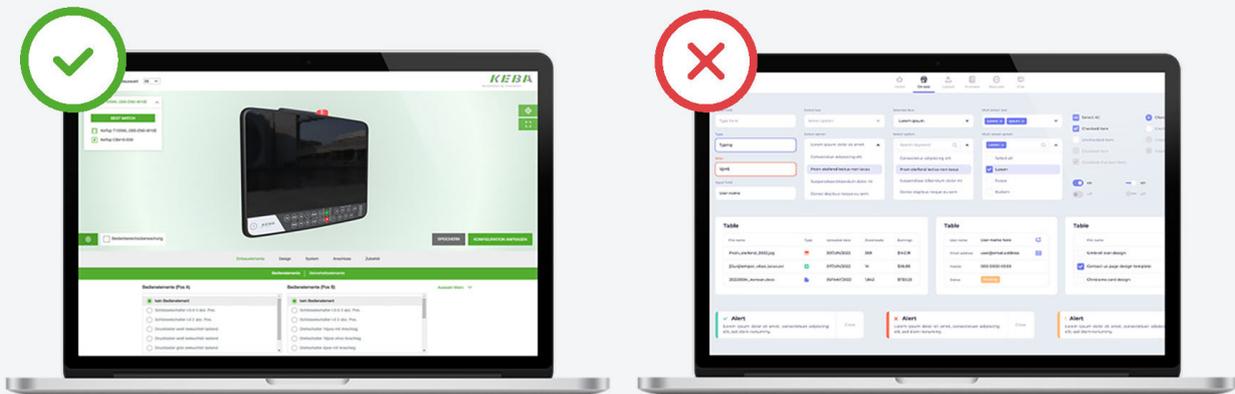
- 2D
- 3D
- 2D & 3D
- inkl. Augmented Reality

→ Ausgangsdaten

Welche Ausgangsdaten zur Produktdarstellung sind vorhanden?

- Fertige 3D Modelle
- Noch keine fertigen 3D Modelle, aber wir haben
 - CAD Daten
 - Zeichnungen im Vektor oder Rasterformat
 - Bildmaterial
 - Polygonale Daten (.fbx, obj,...)
 - Physisch bereit gestellte Produkte
 - Anmerkungen: _____

i Tipp: Wo würden Sie lieber ein Produkt konfigurieren bzw. ein Angebot erstellen? In einer unübersichtlichen Datenbank – oder in einem Tool, das Ihnen alle Konfigurationen in Echtzeit übersichtlich darstellt?



8. Systemintegration – Integration an die vorhandene Infrastruktur

→ **Wo soll der Konfigurator eingebunden werden?**

- Auf einer Website
- In einem B2C-Webshop
- In einem B2B-Shop/-portal
- Zur Internen Nutzung (Firmenportal,...)

→ **Wie sieht deine Systemlandschaft aus?**

Welche Systeme setzt du aktuell ein?

ERP

- SAP
- Oracle
- Microsoft Dynamics 365
- Odoo
- Andere: _____

CRM

- Salesforce
- Oracle
- SAP
- Microsoft Dynamics 365
- Hubspot
- Andere: _____

PIM

- Pimcore
- Akeneo
- InRiver
- Salsify
- Andere: _____

E-Commerce

- Shopware
- Shopify
- WooCommerce
- Magento
- Prestashop
- Andere: _____

Divers Datenquellen

- Excel
- SQL-Datenbanken
- Andere: _____



Und welche konfigurationsrelevanten Daten werden in diesen Systemen verwaltet?

ERP

CRM

PIM

E-Commerce

Divers Datenquellen

→ **Welche Daten sollen importiert werden?**

- Produktspezifikationen: Merkmale, Eigenschaften und Optionen eines Produkts.
- Preisdaten: Preise einzelner Komponenten.
- Bild- und Mediendateien: Grafiken, Bilder oder multimediale Inhalte.
- Textuelle Beschreibungen: Produktbeschreibungen, Anleitungen,....
- Inventardaten: Verfügbarkeit von Komponenten oder Produkten.
- Weitere Daten: _____

Welche Daten & Dokumenten,... sollen exportiert werden?

- Konfigurationsergebnisse: Die endgültigen Auswahlmöglichkeiten der Benutzer:innen, einschließlich spezifischer Produkte, Optionen und individueller Einstellungen.
- Angebotsdokument (PDF)
- Stücklisten
- Preiskalkulation: Kosten für die konfigurierten Produkte, basierend auf den ausgewählten Optionen.
- Technische Zeichnungen & 3D-Modelle
- Bestellinformationen: Informationen, die für die Abwicklung von Bestellungen benötigt werden, wie zB Produktnummern und Mengen
- Weitere Ergebnisse: _____



Combeeneration

Unsere Lösungen:

CPQ

Konfiguratoren

Preismanagement

Angebotsmanagement

Combeeneration GmbH
Österreich

Telefon: +43 7282 202 00
E-Mail: info@combeeneration.com
www.combeeneration.com