

Maschinen- und Anlagenbau – Antworten von ADVYCE
auf aktuelle Vertriebsherausforderungen

advyce

Die Situation der deutschen Maschinen- und Anlagenbauer ist geprägt von neuen Herausforderungen im Rahmen der COVID-19 Pandemie als auch von strukturellen Herausforderungen der letzten Jahre – diese wirken sich auch auf den Vertrieb aus

HERAUSFORDERUNGEN DER BRANCHE

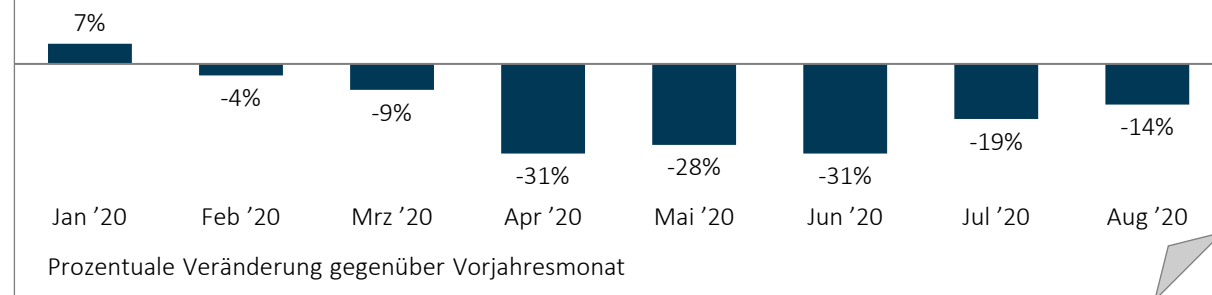
Maschinenbauer streichen Stellen wegen anhaltender Produktionsrückgänge aufgrund bestehender Handelskriege *Stuttgarter Zeitung, 09.2020*

Maschinenbau-Umfrage: Erwartete Erholung dauert länger als angenommen *K Zeitung online, 10.2020*

Maschinen- und Anlagenbau kämpft mit zunehmender Innovationskomplexität *Bildungsministerium für Bildung und Forschung, 04.2020*

70 % der Unternehmen bezeichnen ihre aktuelle Auftragslage als schwach, schlecht oder sehr schlecht *VDMA, 09.2020*

Die aktuelle Situation verursacht den stärksten Auftragseinbruch seit der Finanzkrise 2008/2009. *Statista, 10.2020*



HERAUSFORDERUNGEN IM VERTRIEB




„Kurzfristig geht es darum die Projekt- und Akquise-Pipeline möglichst stabil zu halten . Mittelfristig eröffnen die Digitalisierung und neue Geschäftsmodelle spannende Wachstumsperspektiven.“, so Dr. Michael Staudinger, ADVYCE Vertriebsexperte.



ADVYCE adressiert aktuelle Vertriebsherausforderungen der Maschinen- und Anlagebauer mit praxiserprobten Leistungsbausteinen – dabei zielen die Leistungen insbesondere auf die Erschließung zusätzlicher Erlösquellen ab




**VERTRIEBSSTRATEGIE
AFTER MARKET**



**GESCHÄFTSMODELL-
ADAPTION**



**WACHSTUMS-
STRATEGIE**



**DATA-DRIVEN
SALES**



**SALES EFFECTIVENESS
PUSH**



**HANDLUNGS-
FELDER**

1. Portfolio
2. Pricing
3. Vertragsgestaltung
4. Controlling
5. Zielposition

1. Machines-as-a-Service
2. Kunden
3. Wertangebot
4. Leistungserbringung
5. Erlösmodell

1. Identifikation Suchfelder und Abschätzung Marktpotenziale
2. Entwicklung strateg. Stoßrichtung und Spezifikation von Strategieoptionen
3. Bewertung Marktattraktivität und Abgleich mit Plattform-/Baukasten
4. Ableitung Zielstrategie

1. Optimierung des Datenmanagements (z.B. Kundendaten)
2. Umsatzsteigerung (z.B. Lead Generation)
3. Effizienzsteigerung (z.B. Durchlaufzeiten)

1. Kundensegmentierung
2. Value Selling
3. Key Account Management
4. Relationship Management
5. Mitarbeiterentwicklung



ZIEL
Erschließung zusätzl. Erlösquellen durch....

Ganzheitliche Optimierung des Servicegeschäfts

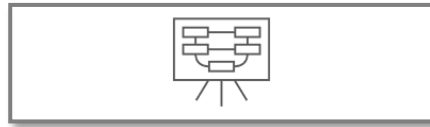
Implementierung neuer Wertschöpfungslogiken und Integration des Servicegeschäfts

Systematische Entwicklung einer Geschäftsstrategie

Schaffen der konzeptionellen Voraussetzungen für eine zielorientierte Datennutzung

Professionalisierung des operativen Kundenmanagements

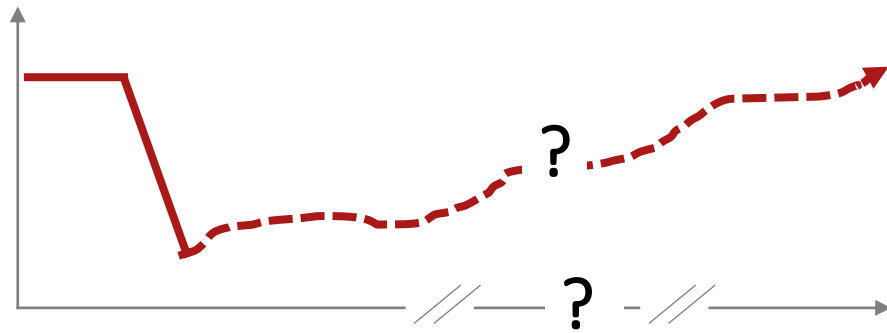
Beispiel Wachstumsstrategie: der ADVYCE-Ansatz vereint stabile und dynamische Elemente, um trotz zunehmender Herausforderungen einen robusten Wachstumspfad zu ermöglichen



WACHSTUMS-STRATEGIE



HERAUSFORDERUNGEN



Große Unsicherheit und Dynamik hinsichtlich Marktvolumina und -entwicklung



Kunden mit verändertem Investitions- und Beschaffungsverhalten



Technologiekompetenz ermöglicht Erschließung vielfältiger Markt-/Kundensegmente

ADVYCE-ANSATZ

STABILE ELEMENTE

DYNAMISCHE ELEMENTE

Anvisierte Kundenprobleme

Leistungsportfolio

Fokus-Marktsegmente

Zielkunden

Kompetenzbasis

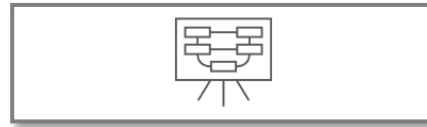
Baukasten-/ Plattformstrategie

NEW GROWTH
WACHSTUMS-
STRATEGIE



Konsistente Wachstumsstrategie sowie höhere Erfolgswahrscheinlichkeit und Projektprofitabilität

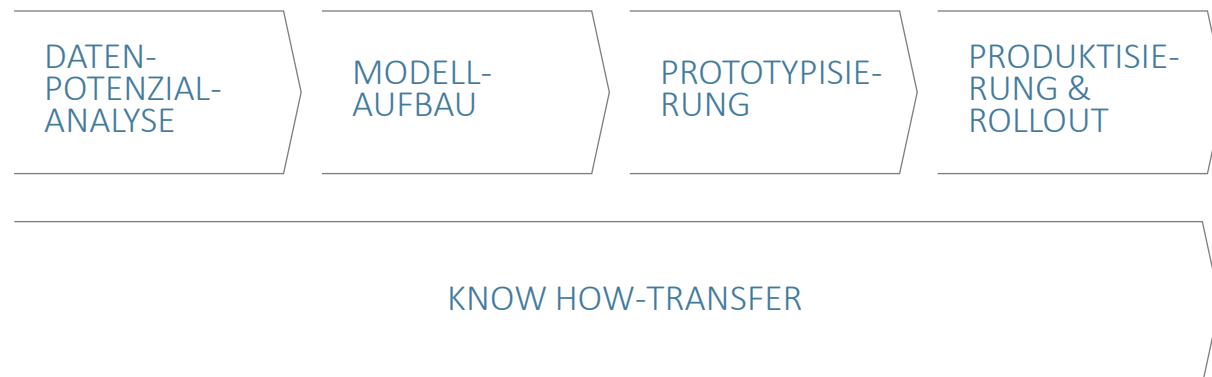
Beispiel Case: Auf Basis von Data Analytics-Ansätzen erzielte ein intelligentes Lead Scoring eine substantielle Steigerung von Effizienz und Effektivität im Sales Funnel



AUSGANGSLAGE

- Sondermaschinenbauer (Automatisierungstechnologie)
 - ca. 200 Mio. € Umsatz, 1.300 Mitarbeitende
 - überlegene Technologieposition, stagnierende Umsatzentwicklung
- Acht wöchige Durchlaufzeit bei Angebotserstellung aufgrund strukturellem Engpass
- Anfragenselektion im Vertrieb nach Standardkriterien (technischer Fit, potenzielle Auftragsmarge, Kundenbedeutung, ...)
- Überlastung und zunehmende Demotivation der Mitarbeiter

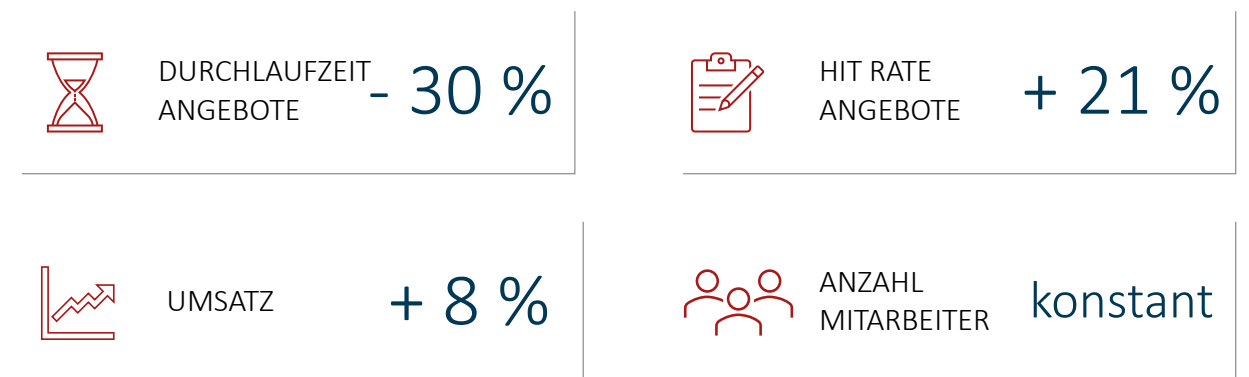
VORGEHEN







ZIELSETZUNG

- Steigerung von Effizienz und Effektivität der Sales Funnel-Prozesse durch
 1. intelligente Vorauswahl von Anfragen
 2. Ableitung unterschiedlicher Vorgehensweisen für Anlagenspezifikation
 3. fokussierter Ressourceneinsatz
- Know how-Transfer zur organisatorischen Verstetigung des datenbasierten Lead Scoring-Ansatzes
- Entlastung der Mitarbeiter

ERGEBNISSE



ADVYCE ist fokussiert auf die Wertsteigerung von Unternehmen

<p>50+</p>  <p>International erfahrene Berater</p>	<p>Wertsteigerungsprojekte</p>  <p>> 200</p>	<p>In München, Düsseldorf & Berlin</p>  <p>seit 2017</p>					
<p>10 PARTNER</p> <p>Aktiv in den Projekten involviert</p>	 <p>2014 Gründung</p>						
<p>3 Kategorien</p>  <p>Innovation & Wachstum Strategieentwicklung IT-Strategie</p>	<p>LEISTUNGSANGEBOT</p> <table border="0"><tr><td><p>STRATEGIE</p></td><td><p>INNOVATION</p></td></tr><tr><td><p>NEUE GESCHÄFTSMODELLE</p></td><td><p>BUSINESS TRANSFORMATION</p></td></tr><tr><td><p>OPERATIONAL EXCELLENCE</p></td><td><p>DIGITIZATION & TECHNOLOGY</p></td></tr></table>	 <p>STRATEGIE</p>	 <p>INNOVATION</p>	 <p>NEUE GESCHÄFTSMODELLE</p>	 <p>BUSINESS TRANSFORMATION</p>	 <p>OPERATIONAL EXCELLENCE</p>	 <p>DIGITIZATION & TECHNOLOGY</p>
 <p>STRATEGIE</p>	 <p>INNOVATION</p>						
 <p>NEUE GESCHÄFTSMODELLE</p>	 <p>BUSINESS TRANSFORMATION</p>						
 <p>OPERATIONAL EXCELLENCE</p>	 <p>DIGITIZATION & TECHNOLOGY</p>						

Ansprechpartner

Frank Hegenbart

Partner

Brunnstraße 7
80331 München
Tel.: +49 (0) 89 46 22 11 55
Mobile: +49 (0) 171 76 35 67 3
f.hegenbart@advyce.com
www.advyce.com



Marc von Braun

Partner

Brunnstraße 7
80331 München
Tel.: +49 (0) 89 46 22 11 55
Mobile: +49 (0) 151 17 14 10 05
m.vbraun@advyce.com
www.advyce.com



Dr. Michael Staudinger

Principal

Königsallee 60F
40212 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 211 86 93 69 80
Mobile: +49 (0) 151 15 04 23 93
m.staudinger@advyce.com
www.advyce.com

