5 Wege zur Neugestaltung Ihres ERP-Systems

**5 Wege zur Neugestaltung Ihres ERP-Systems
**Ihre Systeme zur Unternehmensressourcenplanung (ERP) sind die Grundlage für Ihr auf wiederkehrenden Umsätzen gründendes Geschäft. Und während Sie vermutlich mehr Zeit und Ressourcen in diese Systeme investiert haben, als Sie zugeben möchten, erledigen sie Ihre Arbeit. Sie sind Ihr Erfassungssystem und Ihr Hauptbuch. Sie dienen Ihrer Finanzabteilung und Ihrem Rechnungswesen, und wenn Sie Produkte verkaufen, managen sie Ihre Lieferkette.
Doch bei der Einführung oder Skalierung von Abonnementdienstleistungen müssen Sie feststellen, dass diese Services im Vergleich zu den mit physischen Produkten getätigten einmaligen Umsätzen völlig unterschiedliche Anforderungen mit sich bringen. Je kundiger Sie werden, desto wahrscheinlicher werden Sie folgende Frage stellen: Warum kann ich zur Unterstützung meiner Abonnementservices nicht einfach mein ERP-System einsetzen oder optimieren?
Herkömmliche ERP-Systeme von SAP, Oracle und anderen wurden für die Produktionsära des 20. Jahrhunderts zur Nachverfolgung von auf Paletten stapelbaren Produkten entwickelt. Damals konnte man noch nicht vorhersehen, dass sich unsere Wirtschaft rapide von dieser produktbasierten Welt des Einmalkaufs in eine Welt verwandeln würde, bei der sich alles um wiederkehrende Kundenbeziehungen dreht. Diese herkömmlichen ERP-Systeme können die Stückpreisgestaltung von USB-Sticks bewältigen, aber nicht die übergroße Vielfalt von Zahlungsmöglichkeiten für cloudbasierte Speicheroptionen.
Geoffrey Moore, Bestseller-Autor und Venture Partner von Mohr Davidow Ventures, beschreibt diese Umstellung als den Unterschied zwischen Aufzeichnungssystemen ("systems of record") und Dialogsystemen ("systems of engagement"). Erstere sind datenorientiert, funktionstüchtig, zuverlässig und sicher. Mit ihrer Hilfe konnte die Datenverarbeitung im 20. Jahrhundert auf Managementinformationssysteme und Informationstechnologie ausgeweitet werden. Letztere orientieren sich an der Nutzererfahrung; sie sind vorläufig, umkehrbar, offen und "gekennzeichnet durch Transaktionen über dazwischenliegende cloud-fähige Systeme, die in riesigem Ausmaß und mit nahezu Echtzeitgeschwindigkeit betrieben werden."
Und die meisten ERP-Systeme sind auf tieferer Ebene einfach nicht schnell genug für die Geschäftsanforderungen von heute. In einer von Ventana Research durchgeführten Studie beurteilte nur eines von fünf Unternehmen (21 %) die Durchführung von Änderungen an ERP-Systemen als einfach, während ein Drittel (33 %) angab, Änderungen seien schwierig oder gar sehr schwierig durchzuführen.
Die sieben Dinge, die Ihr derzeitiges ERP-System nicht für Sie erledigen kann:
1. Es versteht den Begriff der Zeit oder der wiederkehrenden Umsätze nicht.
2. Es kann Ihnen keine Hilfestellung bei der Entwicklung von nutzungsbasierten Preisgestaltungsmodellen leisten.
3. Es kann Upgrades, Downgrades oder Add-ons nicht verarbeiten.
4. Es kann nicht nachvollziehen, was eine Verlängerung ist.
5. Es kann Ihnen keine Informationen über die Anzahl Ihrer aktiven Kunden liefern.
6. Es kann Ihnen nicht ermöglichen, Produkte an verschiedene Arten von Kunden zu verkaufen.
7. Es kann Ihnen keinen vereinheitlichten Überblick über Ihre Geschäftslage geben.
AUTOMATISIERUNG KOMPLEXER FINANZTRANSAKTIONEN
Sie möchten es Ihren Kunden leicht machen, nach Wunsch neue Dienstleistungen hinzuzunehmen. Sie möchten Cross-Selling und Up-Selling praktizieren. Sie möchten Ihren Kunden mit Hilfe von Testmöglichkeiten und Werbeaktionen Anreize bieten, mehr zu kaufen.
Es verwundert nicht, dass die Finanzkalkulationen durch jede dieser Abonnement-Änderungen komplexer werden. Diese erfordern ein System, das alle Produktänderungen an einen Kundenabrechnungszyklus anpasst, Abgrenzungen von Gebühren und Zuteilungen von Gutschriften steuert und Ihren Kunden die Verlängerung ihrer Abonnements erleichtert. Schließlich erfordern sie ein System, das in der Lage ist, die komplexen Finanzkalkulationen zu bewältigen, um Ihren Kunden intuitive Einzelabrechnungen zur Verfügung stellen zu können.
Für die Produktwirtschaft ist es typisch, dass ein Auftrag zu einer Rechnung und einer Zahlung führt. In der "Subscription Economy" führt ein Auftrag zu multiplen Abrechnungsplänen, Einzugsvorgängen und Umsatzplänen. ERP-Systeme wurden nicht für die Abwicklung von Zahlungen wiederkehrender Art konzipiert, und vielen fehlen die grundlegenden Fähigkeiten für die Automatisierung großer Zahlungsvolumina.
Wenn ein Unternehmen anstelle eines physischen Produkts ein Abonnement für eine Dienstleistung verkauft, ändert sich das gesamte Geschäftsmodell. Folglich ändert sich auch die Art, wie sich ein Unternehmen selbst misst. Statt herkömmlicher Buchungsregeln, mit Hilfe derer bereits erteilte Aufträge erfasst werden, dienen diese Umsatzrealisierungsregeln der Vorausberechnung von Verlängerungen, Einrichtungsgebühren und Werbeaktionen sowie der separaten Abbildung der entsprechenden Preise.
Abonnementspezifische Metriken beinhalten den Jahresvertragswert (annual contract value - ACV), der die gesamten wiederkehrenden Kosten oder Gebühren für ein Abonnement beinhaltet. Ein weiterer Wert, der sogenannte Gesamtvertragswert (total contract value - TCV), erstreckt sich über sämtliche über die Lebensdauer eines Abonnements wiederkehrenden Gebühren.
Da unabhängige, nicht in Beziehung zueinander stehende Abrechnungspläne Schwierigkeiten bei der Berechnung dieser Metriken bereiten, wird Ihr Altsystem Hilfe benötigen. Die Entscheidung für eine voll integrierte, einzigartig gestaltete Plattform verleiht Ihnen die Flexibilität, die Sie brauchen, um Ihr Abonnementunternehmen zu betreiben.
ITERIERENDE PREIS-
 PAKETGESTALTUNG
Sie müssen etwas finden, das Hand in Hand mit Ihrer Unternehmensressourcenplanung (ERP) arbeitet und Ihnen so bei der Führung Ihres Abonnementunternehmens hilft, so dass neue Produkte und Preisgestaltungsänderungen Ihren Vertriebskanälen innerhalb weniger Minuten automatisiert bereitgestellt werden können, ohne Ihre IT- oder Finanzabteilung damit zu belasten.
Es sollte Ihre Marketingabteilung mit genügend Flexibilität ausstatten, um neue zeitbasierte Werbung, neue Preise oder sogar ein völlig neues Preismodell auszuprobieren. Und es wird Sie davor bewahren können, bei der Einführung von Preisänderungen IT-Ressourcen für die Anpassung Ihrer Unternehmensressourcenplanung (ERP) zu binden.
Die Fähigkeit, die Preisgestaltung schnell zu ändern, ist besonders wichtig, denn wir haben festgestellt, dass keiner unserer Kunden seine Preisgestaltung auf Anhieb richtig machte. Erfolgreiche Unternehmen optimieren ihre Preisgestaltung, indem sie A-B-Tests durchführen und viele verschiedene Kombinationen ausprobieren, um herauszufinden, was sich am besten verkaufen lässt.
MACHEN SIE IHR GESCHÄFTSMODELL AGIL
In der "Subscription Economy" kann ein Auftrag ein Neuverkauf, ein Upgrade, ein Downgrade, ein Add-on zu einem bestehenden Abonnement, eine Verlängerung oder eine Stornierung sein.
In dem Maße, wie Ihr Unternehmen mit neuen Abonnementservices erfolgreich ist, möchten Sie wahrscheinlich über Ihre bisherigen Märkte hinaussehen. Vielleicht möchten Sie mit einem B2C-Angebot expandieren oder aber einen indirekten Verkaufskanal mit Vertriebspartnern unterstützen. So wie sich Ihre Geschäftsmodelle verändern, werden dies auch Ihre Geschäftsprozesse tun.
Zum Beispiel könnte ein verkaufspersonalorientierter Verkaufsprozess mit Angeboten und Rechnungen um einen Prozess mit wenig Kundenkontakt erweitert werden, bei dem Web-Self-Service mit Kreditkarten zum Einsatz kommt. Die Wirkung dieser Prozessänderungen wird dann allmählich auch in kaufmännischer wie auch in abrechnungs- und finanztechnischer Hinsicht spürbar.
Eine leicht bedienbare B2Any-Plattform kann bei der Durchführung von Änderungen für Ihr Abonnementunternehmen hilfreich sein. Die Ausweitung oder Umstellung auf neue Geschäftsmodelle sollte gut durchdacht, einfacher und schneller sein.
INTEGRIERUNG IHRES HAUPTBUCHS
Wie? Durch die Bereitstellung von Referenzarchitekturen, die als Ausgangspunkt für die Integration mit Oracle, SAP und anderen eingetragenen Unternehmenssystemen dienen können.
Suchen Sie nach einem System, das schnell und anforderungsgerecht mit Ihrem Hauptbuch integriert werden kann, indem es:
1. Ihren Kontenplan, Ihre Abrechnungszeiträume, und die Abschlusserstellungsprozesse für Ihre Abrechnungszeiträume unterstützt.
2. Die Integrität eines abgeschlossenen Abrechnungszeitraums respektiert, was für die Bereiche Revision und Compliance von Nutzen ist.
3. Ein vorfallorientiertes Umsatzbilanzierungsmodul bereitstellt, das für die Automatisierung von Umsatzveränderungen aufgrund multipler Kundenänderungen konzipiert wurde.
4. Einen zusammenfassenden Bericht über die Journaleinträge erstellt, die am Ende eines Abrechnungszeitraums in Ihr Hauptbuch eingetragen werden sollen.
5. Die Integration zwischen dem System und Ihrem Hauptbuch auf der einzelnen Abrechnungstransaktionsebene ermöglicht.
6. Offene, standardbasierte Programmschnittstellen, einen vorfallorientierten Benachrichtigungsrahmen und einfache Methoden für den Export von Daten und Berichten sowie deren Zusammenführung mit Ihrem Hauptbuch beinhaltet.
FALLSTUDIE: DELL
Dell ist nur einer der vielen Marktführer, der nach seiner Umstellung auf ein servicebasiertes Modell Rekordgewinne erwirtschaftete. In den letzten Jahren hat sich das Unternehmen neu definiert, nachdem es erkannt hatte, dass der Verkauf von Hardware mit niedrigen Gewinnspannen weniger lukrativ ist als die Bereitstellung eines beeindruckenden Portfolios von Cloud-Angeboten (sowohl durch interne Go-to-Market-Initiativen als auch durch die Übernahme innovativer Unternehmen zustande gekommenen).
Die Kunden von Dell wählen nun die Komponenten aus, die sie brauchen, stellen eine integrierte Lösung zusammen und bezahlen eine monatliche Abonnementgebühr, die auf der tatsächlichen Nutzung basiert. Die Kunden erfreuen sich niedrigerer Betriebskosten und einer

kürzeren Implementierungszeit.
Das Abrechnungsmanagement für die im Rahmen dieses umfassenden Angebots von Cloud-Services abgeschlossenen Abonnements stellte komplexe Herausforderungen an das Altsystem von Dell. "Wir mussten Abertausende von SKUs erstellen, um Upgrades, Verlängerungen, gleichzeitig endende Laufzeiten und sämtliche Komplexitäten, die ein Abonnementunternehmen erfordert, bearbeiten zu können", sagte Alvina Antar, M
A IT-Direktorin bei Dell.
Sie fanden eine Lösung, die sie in die Lage versetzte, Tausende von Produkten zu managen, deren Preisgestaltung komplex, wiederkehrend und nutzerbasiert war. Das Unternehmen schaffte die umständlichen Tabellen und stundenlange Erstellung und Pflege von SKUs in Altsystemen ab. Das Beste von allem: Dell kann nunmehr Lösungen übernommener Firmen innerhalb von sechs Monaten oder weniger auf den Markt bringen - diese schnellere Markteinführungszeit bedeutet eine schnellere Renditezeit.
Außerdem kann in ihre neue Plattform auch Salesforce.com integriert werden. Das Verkaufspersonal von Dell kann automatisch Angebote erstellen und hat Zugriff auf Informationen über Kundenabonnements und -abrechnungen von Salesforce CRM. Mit diesen stets zur Verfügung stehenden Informationen können sie Fragen schneller beantworten und sich besser um die Anliegen der Kunden kümmern. Das Ergebnis ist eine höhere Kundenzufriedenheit und Verkaufsproduktivität.
Mehr Informationen erhalten Sie unter:
- Website von Zuora (https://de.zuora.com)
- Website der Zuora Content-Bibliothek (https://de.zuora.com/academy/)
- Details zur Fallstudie von Dell (https://de.zuora. com/our-customers/case-studies/dell/)

Pressekontakt
Zuora
Mathias Büttner
Maximilianstraße 13
80539 München
+49 171 9467667
mathias.buettner@zuora.com
 https://de.zuora.com
<img src="http://www.pressrelations. de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=598042" width="1" height="1">

Pressekontakt

PR-Gateway.de

80539 München

Firmenkontakt

PR-Gateway.de

80539 München

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage