

Anzeige



Heidelberg Industry.
Ihr Partner für die industrielle Produktion.

→ Hier erfahren Sie mehr!

Startseite » Management » IT »

Digitale Aftersales-Verkaufsplattform Im industriellen Ersatzteilgeschäft ist die Nutzung digitaler Ökosysteme schneller umgesetzt als eine Transformation des Kerngeschäftes.

Beschaffungsplattform

Digitale Ökosysteme für den Aftersales mit Ersatzteilen

🕒 28. Februar 2023 📖 4 Minuten Lesezeit



Ein digitales Ökosystem bietet die Chance auch bei Ersatzteilen endlich in den modernen Vertrieb zu gehen.
Bild: Pixel_B/stock.adobe.com

Anzeige

Experten-
WEBINAR 

24. März 2023
10 - 11 Uhr

Cybersecurity als Service – Sinn oder Unsinn?

SOPHOS JETZT anmelden

Industrieanzeiger



Ausgabe
3.2023

LESEN

ABO

Anzeige



17 – 21 APRIL 2023

MAKING THE DIFFERENCE

Products and solutions for a sustainable future at #HM23

Get your ticket now

Im Maschinenbau erfolgt die Wertschöpfung in weiten Teilen noch immer über den Verkauf von Maschinen und Komponenten. Eine Überführung der Geschäftsmodelle in ein digitales Ökosystem ist die logische Konsequenz. Für den relevanten Aftersales-Markt im industriellen Ersatzteilgeschäft ist dies bereits heute möglich. Die Nutzung solch einer Plattform ist meist schneller umgesetzt als eine Transformation des Kerngeschäftes.

Newsletter



Jetzt unseren Newsletter abonnieren

Tipps der Redaktion

Hierzulande werden jährlich eine Vielzahl an

Patenten angemeldet und der Mittelstand bringt viele „Hidden Champions“ hervor. Digitale Innovationen fließen zunehmend in die Produkte ein. Jedoch besteht beim Aufbau eines digitalen Ökosystems enormer Nachholbedarf. Viele andere Länder wie z.B. die USA oder China sind hier weiter.

Ein digitales Ökosystem hat das Ziel, die Kundenbeziehung nachhaltig zu intensivieren, zusätzliche Leistungen auf Basis der Nutzungserkenntnisse zu entwickeln und diese an die Kunden zu verkaufen. Per App-Store können auf diesem Weg, Features einer Maschine gegen eine zusätzliche Gebühr aktiviert werden. Oder es können fehlende Komponenten direkt über den Einkauf per Mausklick nachbestellt werden.

Insbesondere für die Hersteller der Komponenten, die durch die Maschinenhersteller in die Maschinen integriert und im Handelsgeschäft mit hohen Aufschlägen weiterverkauft werden, besteht Handlungsbedarf. Gerade in diesen Segmenten besteht ein hohes Abhängigkeitsverhältnis zu Großkunden und der Mangel an Innovationskraft, den eigenen Vertrieb auf das neue Marktumfeld umstellen zu können. Folglich befindet sich der Vertrieb vieler mittelständischer Unternehmen noch in klassischen Strukturen. Vertriebsmitarbeiter und externe Handelsvertreter bedienen sich der Tools der frühen 2000er Jahre. Kataloge, Kontaktformulare, Hotlines und im besten Fall einen eigenen Online-Shop. Einen direkten Zugang zum Endkunden haben diese Zulieferer meist vor Jahren verloren.

Doch auch für die Maschinenhersteller ist in der Transformation Eile geboten. Ein Fokus auf die Wandlung zu einer SaaS-Plattform, bindet Ressourcen, die nicht für einen digitalen Vertrieb zur Verfügung stehen. Eine externe Plattform wie [Spareparts Now](#) kann laut Herstellerangaben auf diesem Weg eine sinnvolle Ergänzung und auch Akquisitionstool für bereits verloren gegangene Kunden sein.

Im Zeitalter der digitalen Ökosysteme und darauf basierenden Plattformen, böte sich für alle Beteiligten eine große Chance, den Weg endlich in den modernen Vertrieb zu gehen. Spareparts Now ist eine Plattform, die es den Lieferanten, Maschinenherstellern und auch Werkzeugherstellern ermöglicht, alle Teile direkt an den industriellen Endkunden zu verkaufen.

Entgegen einem selbst betriebenen Online-Shop bedarf es auf dieser Plattform nur der Bereitstellung von Produktdaten, Fotos, Lieferzeiten und der selbst definierten Verkaufspreise. Alle weiteren Schritte werden komplett durch das Team des Anbieters übernommen. Dies beginnt bei der Akquise von Kunden über digitales und klassisches Marketing, für das ein Unternehmen ansonsten eigene Kompetenzen bereitstellen müsste. Darüber hinaus folgen relevante Themen, wie die Bonitätsprüfung, Zahlungsabwicklung und Beauftragung der Abholung der Ware auf dem Betriebsgelände.

So besteht die Möglichkeit, bereits ohne großen Aufwand, in ein neues Zeitalter mit direkten Kundenkontakten und selbst definierten Stückelösungen zu starten. Meist profitieren Kunden auf diesem Weg von besseren Konditionen, als würden sie diese auf klassischen Wegen einkaufen.

Warum sollte dieser Weg beschritten werden? Vor über 20 Jahren hat sich der B2C eCommerce entwickelt und mittlerweile auf wenige große Plattformen fokussiert. Privatpersonen erwarten heute ein Mindestmaß an Angebot und Komfort. Viele Kunden kaufen heute nur noch bei einer Handvoll Plattformen ein, die alle teilnehmenden Händler mit ihren Produkten bündeln. Lieferadressen und Zahlungsinformationen sind bereits hinterlegt und der Kauf gelingt mit wenigen Mausklicks. Günstige Preise, eine hohe Verfügbarkeit und eine schnelle Lieferung von Originalware stellt die Grunderwartung dar.

Exakt diese Anforderungen bestehen auch im B2B, für die Spareparts Now steht. Ein mittelständisches Unternehmen könnte diese Anforderungen für die eigenen Produkte mit einem eigenen Online-Shop lösen. Doch übergreifende Sortimente bedürfen einer Plattform, die die gesamte Bandbreite der Ersatzteilversorgung sicherstellt.

Ein eigenes Ökosystem aufzubauen, gelingt mit der richtigen Planung meist für die eigenen Produkte. Im Vertrieb bietet sich die Nutzung eines provisionsbasierten Kanals, der als zusätzliche Option neue Erlöspotentiale ermöglicht. (hw)



Unsere Technik-Empfehlungen für Sie

Webinare & Webcasts



Technisches Wissen aus erster Hand

Whitepaper



Aktuelle Whitepaper aus der Industrie

Unsere Partner



Starke Zeitschrift – starke Partner

Anzeige

**Experten-
WEBINAR**

**Beschaffung
aktuell**
EASY SOFTWARE

14. März 2023
10 Uhr

**Rechnungsverarbeitung
aus der Cloud**

In 24 Stunden digital

JETZT anmelden