



## Unternehmen

Führender globaler Hersteller von Landmaschinen

## Herausforderungen

- Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Daten in der Preisgestaltung für Händler
- Automatische Preis- und Angebotserstellung
- Verbesserte Angebots- und Auftragsgenauigkeit
- Verbesserter Kundenzugriff auf Produkte, Preise und Lieferanten

## Lösung

- BigMachines Sales Engine
- BigMachines Channel Sales Engine
- BigMachines eCommerce Engine
- ERP-Integration in Oracle JD Edwards

## Ergebnisse

- Vertrieboptimierung und Steigerung der Up-Selling-Möglichkeiten für optionale Produkte
- Ausschluss von Auftragsfehlern
- Zeitersparnis vom Angebot zum Auftrag
- Bessere Transparenz in den Vertriebswegen

## AGCO steigert die Vertriebsergebnisse durch den Einsatz von BigMachines

AGCO ist ein führender globaler Hersteller von Landmaschinen, der eine umfangreiche Produktlinie von Traktoren, Mähdreschern, Heumaschinen, Sprühmaschinen, Bodenbearbeitungsanlagen, Werkzeugen und zugehörigen Ersatzteilen sowie Futtermittel vertreibt. Die landwirtschaftlichen Produkte von AGCO werden unter den Hauptmarken Challenger®, Fendt® und Massey Ferguson® von weltweit mehr als 2.700 unabhängigen Händlern in über 140 Ländern angeboten.

### Die Herausforderung

AGCO stand vor einer Herausforderung: wie sollte man den Auftragsprozess automatisieren und die Preis- und Angebotserstellung innerhalb des großen Händlernetzwerks in Nordamerika kontrollieren? Händler benutzten bisher Preislisten im PDF-Format auf Papier oder CD, um Aufträge manuell zu konfigurieren: ein langwieriger, umständlicher Prozess. Oft wurden veraltete Preislisten bei der Auftragserstellung zu Grunde gelegt, obwohl zwischenzeitlich eine Aktualisierung stattgefunden hatte. Durch die Verwendung solcher uneinheitlicher, manueller Angebotsprozesse waren Fehler vorprogrammiert. AGCOs große Aufgabe bestand darin, die Händler mit einem einheitlichen Konfigurations-, Angebots- und Auftragsprozess auszustatten und gleichzeitig über ein Kontrollinstrument in der Angebotserstellung zu verfügen.



Außerdem wollte AGCO seine Wettbewerbsfähigkeit steigern. Kunden und Interessenten sollten zukünftig die Möglichkeit haben, selbst eine Online-Konfiguration für Traktoren und zugehörige Geräte durchzuführen. Forschungsergebnisse belegten, dass der direkte Kundenzugriff auf Preise und Produktoptionen ein wichtiger Vorteil im Kaufentscheidungsprozess ist. Zuvor hatten Kunden und Interessenten von AGCO diese Möglichkeit nicht. AGCO entwickelte folgende Ziele zur Optimierung seiner Vertriebseffizienz:

- Optimierung und Standardisierung der Vertriebsprozesse und der Daten für die Preisermittlung für Händler
- Bessere Angebots- und Auftragsgenauigkeit bei reduzierter Durchlaufzeit
- Bereitstellung einer intuitiven Online-Lösung für Endkunden. In dieser Lösung können gezielt AGCO-Produkte gesucht werden. Eine Auswahl von Optionen sichert die Entscheidung für das richtige Produkt ab. Abschließend erhält der Kunde die Information über den in der Nähe befindlichen Händler.
- Bessere Verkaufsmöglichkeiten für Up-Selling- und Zusatzoptionen
- Einsparung von Personal in der Auftragsabwicklung
- Händler erhalten direkte Kontrolle über den Auftragsprozess

Mit diesen Zielen im Hinterkopf prüfte AGCO verschiedene Anbieter und entschied sich für BigMachines zur Optimierung seines gesamten Vertriebsprozesses. AGCO implementierte



## BIGMACHINES

drei Hauptkomponenten der BigMachines-Vertriebsplattform: die BigMachines Sales Engine, BigMachines Channel Sales Engine und BigMachines eCommerce Engine. Die BigMachines Sales Engine stattet AGCO mit einer präzisen internen Preis- und Produktkonfiguration aus, während die Channel Sales Engine diese Funktion in den Vertriebskanälen der Händler in ganz Nordamerika zur Verfügung stellt. Die BigMachines eCommerce Engine bietet AGCO-Kunden die Möglichkeit, ihre Anlagen selbst zu konfigurieren und direkt ein Angebot vom Händler einzuholen.

### eCommerce als Wettbewerbsvorteil

AGCO erfuhr durch Marktanalysen, dass Aufträge verloren gingen, da die Kunden immer häufiger Online-Angebote zur Suche und Konfiguration von Produkten nutzen. AGCO erkannte die Notwendigkeit, in diesem Bereich nachzuziehen. Durch die Möglichkeit der Online-Konfiguration und Direktanfrage beim nächsten Händler sollte eine höhere Kundentreue erreicht werden. AGCO war darüber hinaus bekannt, dass ein bedeutender Mitbewerber BigMachines bereits erfolgreich zur Konfiguration und Angebotserstellung einsetzte.

Aufgrund seines großen, internationalen Vertriebsnetzes unabhängiger Händler musste AGCO seinen Produktkatalog für die Händler öffnen. Diese wurden damit in die Lage versetzt, bedarfsgerechte, korrekte Angebote erstellen zu können. AGCO wollte außerdem einen effizienten Weg finden, Zusatzprodukte für Aufträge anzubieten, um seine Up-Selling-Möglichkeiten zu verbessern.

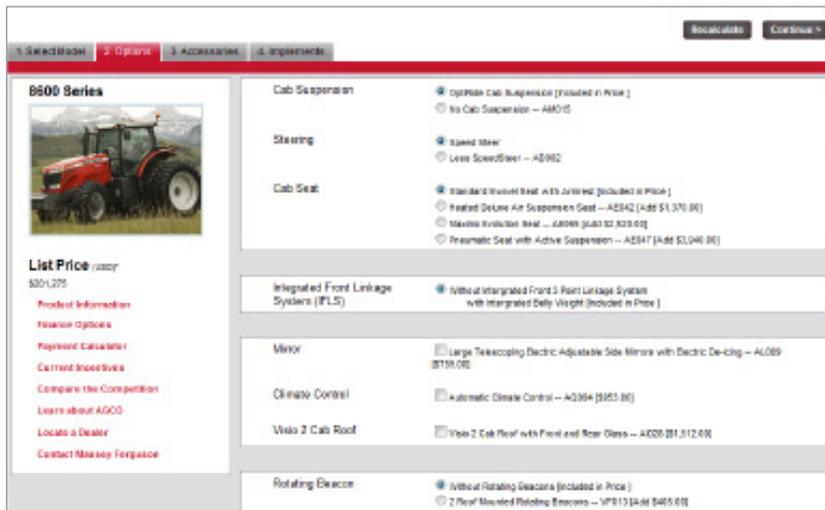
Mit der Implementierung der BigMachines eCommerce Engine bei AGCO, wurden sämtliche Transaktionen in den Vertriebswegen automatisiert. Echtzeit-Informationen konnten ab sofort direkt mit dem Kunden ausgetauscht werden. Dies führte zu einer besseren Bedienung der Kunden und schließlich zu einem integrierten, fehlerfreien Direktangebot.

### Implementierung von BigMachines

Das BigMachines-Serviceteam arbeitete eng mit AGCO zusammen, um die Startphase des Projekts zur Unterstützung des Auftragsprozesses zu implementieren. Anfänglich wurde BigMachines für 100 interne und 850 externe Benutzer eingeführt. Die neue Vertriebsplattform erlaubt die Konfiguration von über 100 verschiedenen Serien von AGCO-Geräten mit Hunderten von Modellen und Tausenden von Konfigurationsoptionen. BigMachines sieht eine Integration in das JD Edwards ERP-System von AGCO vor, was die Datenübernahme automatisiert.



AGCOs neue, benutzerfreundliche Build and Quote-Konfigurationstools bieten Kunden Zugriff auf Hunderte von AGCO-Produktmodellen und Tausende von Konfigurationsoptionen.



Innerhalb von vier Monaten erreichte AGCO sein Ziel: Eine Umstellung von 80% aller Händler. Im ersten Jahr nach der Einführung von BigMachines verarbeitete AGCO über 21.000 Direktaufträge von seinen Händlern.

*Besucher von AGCOs eCommerce-Webseiten können AGCO-Produkte auswählen und konfigurieren, Listenpreise anzeigen und ihre Angebotsanfrage direkt an einen Vertragshändler übermitteln.*

In der zweiten Phase des Projekts startete AGCO sein öffentliches eCommerce-Portal, mit der BigMachines eCommerce Engine. Auf dieser Website können Kunden und Interessenten ihre AGCO-Produkte selbst konfigurieren. Besucher der Seite wählen Geräte, Optionen, Zubehör und Zusätze aus und können dann automatisch eine Angebotsanfrage an einen Vertragshändler absenden. Tim Lyon, Sales Operations Director von AGCO, erklärt: „Die von uns geschaffenen Build and Quote-Konfigurationstools sind sehr benutzerfreundlich und intuitiv zu verwenden. Durch den Gebrauch der Tools zur Information über die Produkte bekommen Landwirte ein besseres Verständnis für die vielen verfügbaren Funktionen und Optionen. Nach getroffener Auswahl erhalten sie automatisch online den Listenpreis. Die Kunden können die verschiedenen Optionen nach dem Baukastensystem zusammenstellen, bevor sie ein Angebot anfordern. Die Konfiguration kann einfach ausgedruckt oder per E-Mail versendet werden. Dies erleichtert beim anschließenden Besuch eines Händlers die Auswahl des Produktes, das am besten zum jeweiligen Bedarf und Budget passt.“

Die neuen Websites sind:

**Challenger Build & Quote** – [www.challenger-ag.com/buildandquote](http://www.challenger-ag.com/buildandquote)

**Build My Massey Ferguson** – [www.masseyferguson.com/buildmymassey](http://www.masseyferguson.com/buildmymassey)

**Gleaner Build and Quote** – [www.gleanercombines.com/buildandquote](http://www.gleanercombines.com/buildandquote)

## Ergebnisse

Mithilfe der BigMachines-Vertriebsplattform können AGCOs Vertriebstteams nun schnell Produkte konfigurieren, Angebote erstellen und komplexe Preise und Aufträge verwalten. Die Implementierung von BigMachines hat AGCOs umfangreichen Produktkatalog für die Konfiguration und Angebotserstellung für mehr als 800 Vertriebspartner geöffnet. Darüber hinaus wurden auch interne Prozesse optimiert.

AGCO profitiert durch die Implementierung von BigMachines von vielen Vorteilen. Dazu zählen:

- Verbessertes Up-Selling von Optionen aller Produktfamilien
- Umsatzwachstum durch bessere Wahrnehmung der Produkte beim Kunden
- Konsistente Preiserstellung – Fehler aus dem vorherigen manuellen System wurden eliminiert
- Verbesserte Rabattprüfung und –gewährung durch den Einsatz von Rabattcodes



Auch die Leistungsfähigkeit wurde verbessert durch die Reduzierung der:

- Zykluszeit vom Angebot zum Auftrag
- Bearbeitungszeit für die Auftragseingabe
- Ausschluss von Auftragsfehlern
- Bearbeitungszeit für Ausnahmen bei Spezialaufträgen
- Kosten für Support und Wartung der alten Software

AGCOs interne Vertriebs-, Marketing- und Versandmitarbeiter erleben eine bessere, abteilungsübergreifende Zusammenarbeit. Das Management verfügt durch die täglichen Berichte über eine bessere Transparenz in der Vertriebspipeline.

Die Akzeptanz von BigMachines durch die Händler verlief schnell und flächendeckend. AGCO startete die Einführung von BigMachines mit einem Teil der umsatzstärksten Händler. Jede Woche kamen weitere Händler dazu. Innerhalb von vier Monaten erreichte AGCO sein Ziel: Eine Umstellung von 80% aller Händler. Im ersten Jahr nach der Einführung von BigMachines verarbeitete AGCO über 21.000 Direktaufträge von seinen Händlern. Dies entspricht 90% aller, über das ERP-System abgewickelten Aufträge von AGCO.

Das Händlernetzwerk hat von der Transparenz des verfügbaren AGCO-Warenbestands profitiert. Sobald Aufträge erteilt werden, gibt es nun einen Schritt zur automatischen Überprüfung der Auftragskorrektheit. Die von Händlern oder internen AGCO-Abteilungen erstellten und geprüften Angebote enthalten das AGCO-Logo, und das individuelle Design des Händlers. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen werden automatisch beigefügt.

Die Daten der von den Händlern erteilten Aufträge werden automatisch übernommen. So konnte AGCO Nettokosten für Mitarbeiter, die zuvor mit der manuellen Auftragseingabe beschäftigt waren, reduzieren. AGCO ist auf dem Weg, seine eigenen Zielsetzungen zu übertreffen. Das Management rechnet damit, dass sich die BigMachines-Integration in weniger als zwei Jahren Nutzung amortisiert hat.



Kunden können wählen, ob sie ihr AGCO-Angebot ausdrucken oder eine Anfrage an den nächstgelegenen AGCO-Händler absenden möchten.

**Stellen Sie mit BigMachines Ihre eigene web-basierte Sales Engine mit diesen Funktionen zusammen:**



Vollständige Lösung zur Produktkonfiguration und Angebotserstellung für Ihr Vertriebsteam.



Erstellen, ändern und produzieren Sie Dokumente die während Ihres Vertriebsprozesses genutzt werden – Angebote, Verträge, Datenblätter und andere.



Die BigMachines Lösung ist einfach einzurichten und zu warten. Passen sie BigMachines den speziellen Anforderungen Ihres Unternehmens an.



Standardisieren und verbessern Sie den Vertriebsprozess für Ihre Vertriebspartner und Distributoren.



Bauen Sie eine Self-Service Guided Selling Applikation und Konfigurator damit Ihre Kunden online kaufen können.



Anfangen mit dem BOA Prozess bis zu unserem mit Auszeichnungen versehen globalen Kundensupport sind wir Ihrem Erfolg verschrieben!