

Hoe maakt u met digitalisatie het verschil? De case voor de productconfigurator

22 februari 2022, 01:00

Pascal Pollet

De impact van digitalisatieprojecten op de bedrijfsresultaten varieert sterk, waardoor het belangrijk is om de juiste keuzes te maken. In dit artikel belichten we de digitale tool met wellicht de grootst denkbare impact op de operationele processen: de productconfigurator.

De digitalisatie van de kantoorprocessen biedt potentieel om de bedrijfsresultaten sterk te verbeteren. De kantooractiviteiten zijn typisch verantwoordelijk voor een derde tot de helft van de doorlooptijd, en ongeveer een kwart van de kosten. De kantoormedewerkers zijn het eerste contactpunt van de klant en bepalen sterk het commercieel succes. De kantoorprocessen zijn per definitie informatieverwerkende processen en zijn door hun aard dus uitermate geschikt voor verdere digitalisatie. Productconfiguratoren zijn vaak de missing link om het potentieel van digitalisatie volledig te ontsluiten.

Productconfiguratoren nemen verschillende taken op zich: ze begeleiden de klant in zijn keuzeproces, genereren offertes en automatiseren de orderverwerking. De koppeling van de productconfigurator met de back-office-systemen laat tevens toe om automatisch tekeningen en werkvoorbereidingen te genereren. In het ideale geval wordt een binnenkomend order dan volledig automatisch verwerkt en ziet de operator op de vloer de ordergegevens, stuklijsten, tekeningen en werkvoorbereiding automatisch verschijnen zonder enige menselijke tussenkomst.

Naast de lagere kosten door de automatisatie van het werk, bieden configuratoren nog tal van andere voordelen, zoals:

- Configuratoren voorkomen onmogelijke configuraties en ontbrekende informatie, wat tijdrovende heen-en-weer communicatie en kwaliteitsklachten voorkomt. Als gevolg hiervan neemt ook de kwaliteit van de offertes toe en gebeuren er minder fouten bij de prijsbepaling.
- De doorlooptijden voor het opstellen van offertes en het verwerken van de orders kan spectaculair dalen, soms van dagen naar minuten. Naast het vermijden van iteraties door foutieve informatie dragen nog twee andere factoren hieraan bij. Onervaren verkopers en dealers hebben vaak de neiging om onnodige ‘specials’ te creëren, omdat ze het complexe aanbod niet goed overzien. De betere structurering van het aanbod maakt het gemakkelijker om de klant naar een bestaande oplossing te leiden. Daarnaast creëert de automatisatie meer tijd voor de behandeling van de ‘echte’ specials, waardoor deze ook sneller behandeld worden.
- De omzet kan groeien door een verbeterde klantenbeleving (snellere feedback, visualisatie van het gamma, …) en een groter verkoopbereik wanneer configuratoren online worden geplaatst.
- Configuratoren kunnen als volleerde verkopers de omzet verder opkrikken door ook complementaire producten (cross-selling) of duurdere alternatieven (upselling) te suggereren aan de klant.

Studies bevestigen dat productconfiguratoren een zeer groot potentieel hebben om de bedrijfsresultaten te verbeteren, met in sommige gevallen zelfs een return on investment van 800 procent. Uit het onderzoek blijkt ook dat de impact sterk bedrijfsafhankelijk is en dat configuratorprojecten ook kunnen falen. Eén studie concludeert zelfs dat 29 procent van de configuratoren binnen het jaar wordt afgevoerd.

De redenen voor mislukte configuratorprojecten zijn divers: de projectscope was te breed, de configurator werd niet geaccepteerd door de gebruikers, de gekozen configuratorsoftware voldeed niet, de ontwikkelkosten liepen uit de hand, de configurator kon niet goed onderhouden worden, … Productconfiguratoren kunnen ook weerstand opwekken, doordat de automatisatie als bedreigend wordt ervaren. Uit onderzoek blijkt dat deze vrees grotendeels onterecht is. In slechts 6 procent van de gevallen leidt een configurator tot een afslanking. Opmerkelijk is dat bij 63 procent van de bedrijven de implementatie van een configurator leidt tot extra aanwervingen.

Een strategische visie: voorwaarde tot succes

Productconfiguratoren kunnen worden ingezet om het verkoop- en orderverwerkingsproces van een bestaand gamma te verbeteren, of kunnen een onderdeel zijn van een massacustomisatiestrategie, waarbij het gamma bewust wordt verbreed om meer klanten aan te spreken. In beide gevallen moet de productstrategie goed doordacht worden om een mislukking te vermijden. De productmanager, de architect van het productgamma, speelt hierbij een hoofdrol. Dit is een rol die bij veel bedrijven ontbreekt. Als gevolg worden belangrijke beslissingen aan het toeval overgelaten en zwak beargumenteerd met de 'klant vraagt dit'. Het is niet omdat de klant iets vraagt, dat hij dit ook nodig heeft. Zo zagen we onlangs een fabrikant van bulkwagens die zijn afsluitdeksels had verbeterd. De klanten bleven alsnog om de oude deksels vragen, waardoor de fabrikant zowel de oude als de nieuwe deksels moest produceren. In werkelijkheid waren de klanten wat overweldigd door de complexiteit van het productgamma. Gemakshalve vroegen ze daarom om een kopie van hun vorige bulkwagen, wat verkeerdelijk werd geïnterpreteerd als “de klanten willen nog steeds de oude deksels."

Een configuratieproject is geen eenmalige oefening, maar heeft een blijvende impact op de bedrijfswerking. De evolutie naar een configure-to-order-omgeving impliceert dat de bouwblokken van het product over een langere periode breed inzetbaar zijn en naadloos op elkaar moeten kunnen inhaken. Om langdurig de vruchten van een productconfiguratorproject te kunnen plukken, is het daarom essentieel om eerst een gedegen visie te ontwikkelen. Zo niet dreigen configuratieprojecten te kapseizen door de complexiteit of blijkt de configurator op termijn niet onderhoudbaar te zijn. Om tot een heldere visie te komen moeten onder meer volgende vragen worden beantwoord: Welke vrijheidsgraden en opties zijn echt belangrijk voor de klant? Welke opties laten we beter vallen? Waar trekken we de lijn tussen het configureerbare product en een special? In welke mate willen we nog niet-configureerbare 'specials' toelaten?

Zet de gebruiker centraal

Een productconfigurator moet bij de klant vertrouwen opwekken en de gepercipieerde aankooprisico's reduceren. De gebruiksvriendelijkheid van de configurator is hiervoor cruciaal. Volgende elementen dragen daar toe bij:

- **Visualisatie** verhoogt het vertrouwen van de klant in het geconfigureerde product en kan de conversiegraad doen stijgen met 10-50 procent. De grafische mogelijkheden van configuratoren lopen sterk uiteen en bepalen ook in grote mate de kostprijs. De visualisatie kan gaan van eenvoudig bewerkte 2D-afbeeldingen tot fotorealisatische weergaves in 3D die middels augmented reality worden getoond. Zo maakt de configurator van de Belgische fietsenfabrikant Ridley Bikes het mogelijk om met een smartphone het geconfigureerde fietsframe in je omgeving te projecteren en er rond te wandelen.



Augmented reality in de Ridley-configurator
(Bron: Ridley Bikes)

- **Dynamische prijsvorming** laat de klanten dadelijk de impact van hun keuze op de prijs zien, wat onaangename verrassingen op het einde van het configuratieproces vermijdt.
- **Startpunten voor de configuratie** aanbieden via voorgestelde 'default' waardes maakt het kiezen gemakkelijker en verlaagt de keuzestress van de klant. Hiermee kan je de klant ook op een subtiele manier sturen in een gewenste richting.
- **Flexibele navigatie** maakt het gemakkelijk voor de klant om terug te keren en aanpassingen te doen. Maak het tevens mogelijk om moeiteloos verschillende opties met elkaar te vergelijken en toon met een voortgangsbalk hoe ver de klant al in het configuratieproces zit.

Het bouwen van een goede gebruikersinterface is een hele opgave. Het is daarom aan te raden om met een beperkte scope te starten en de configurator bij de gebruikers goed te testen.

Productconfiguratie als startpunt voor digitalisatie

Er is momenteel een ruime keuze aan productconfiguratoren. Productconfiguratoren kunnen worden aangeschaft als een module binnen het ERP-systeem, of als een third-party-applicatie die vervolgens met de back-office-systemen wordt geïntegreerd. De kosten verbonden aan een configuratorproject kunnen afhankelijk van de projectscope sterk uiteenlopen. Voor de eenvoudigste configuratoren mag je rekenen op ca. 5.000-10.000 euro/jaar aan softwarekosten, wat ze ook betaalbaar maakt voor kleinere ondernemingen.

Zodra een bedrijf beschikt over de nodige IT-basics (zoals een ERP-systeem) én een configureerbaar product, is een productconfigurator een goed startpunt voor verdere digitalisatie, omwille van drie redenen. Ten eerste heeft een doordacht configuratieproject een tastbare impact op de bedrijfsresultaten, ten tweede dwingt een productconfigurator het bedrijf tot een strategische denkoefening, en tot slot vermijdt een configurator ook veel operationele problemen. Elk bedrijf met een configureerbaar product zou dus een productconfigurator sterk moeten overwegen.

Meer weten over de mogelijkheden van digitalisering en productieoptimalisatie? Lees dan zeker voorgaande delen:

- Zijn digitale werkinstructies echt beter dan papieren werkinstructies?
- Hoe maakt u met productiedigitalisatie het verschil?

(Bron foto bovenaan: https://nl.dreamstime.com)

]]>

Auteurs



Pascal Pollet