

ORACLE

Starter Kit für das Finanzwesen: So profitieren Sie von einem innovativen Geschäftsmodell

Best Practices und erste Schritte



Von einem innovativen Geschäftsmodell profitieren

Vor knapp zwei Jahrzehnten begann Software-as-a-Service (SaaS), als neu aufkommendes Modell traditionelle Geschäftsmodelle infrage zu stellen. Eine Vielzahl neuer Cloud-Anbieter zeigte, wie man Software über das Internet bereitstellt, statt sie auf einem physischen Server beim Kunden zu installieren. Für Kunden bestand der Reiz darin, dass große Investitionen in Ausrüstung und IT-Support umgangen werden konnten. Stattdessen gab es nun „Pay as you go“, also monatliche Nutzungsgebühren, die sich am tatsächlichen Bedarf orientieren. Für Softwareanbieter bot das SaaS-Geschäftsmodell neue Möglichkeiten, wiederkehrende, planbare Umsätze zu erzielen. Dabei wurde gleichzeitig die Kundenbindung gestärkt, da Kunden von den neuesten Technologien und einem nachhaltigen Mehrwert profitieren konnten.

Heute lässt sich fast alles „as a service“ liefern, von Musik (Spotify), Filmen (Netflix) und Fitness (Peloton) bis hin zu Geräteüberwachung und vorbeugender Wartung (John Deere, Boeing). Durch die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie mussten Unternehmen neue Wege finden, um ihre Existenz zu sichern. Viele haben einen schnellen Wandel vollzogen und reagieren jetzt auf neue Weise auf die Anforderungen ihrer Kunden. In einer [Umfrage vom Oktober 2020](#) gaben 62 Prozent aller Unternehmen an, dass sie mit neu implementierten Lösungen auf die wachsende Nachfrage nach Online-Interaktionen und -Diensten reagieren. Und mehr als die Hälfte (53 %) der Befragten geht davon aus, dass die Veränderungen auch nach Abklingen der Pandemie Bestand haben werden, weil Verbraucher und Kunden sich auf die „neue Normalität“ eingestellt haben.

Der globale wirtschaftliche Umbruch hat in vielen Branchen zu Umsatzeinbrüchen geführt. Eine Reihe von Unternehmen hat die Investitionen in Innovation gekürzt, um Geld zu sparen. Aber ist das die richtige Strategie? [Die Analyse von McKinsey & Company](#) kam zu dem Ergebnis, dass „Unternehmen, die während einer Krise in Innovation investieren, Wettbewerbern bei der Marktkapitalisierung um 10 % voraus sind. Investitionen in Innovation nach einer Krise verschaffen ihnen einen Vorteil von 30 %“.

Doch wie kann man in einer Zeit, in der liquide Mittel für die meisten Unternehmen nur eingeschränkt verfügbar sind, dafür sorgen, dass sich Investitionen auszahlen werden? Nachfolgend haben wir einige bewährte Methoden für Sie zusammengefasst, mit denen Sie Ihre Erfolgchancen steigern können.

Fünf Best Practices für ein innovatives Geschäftsmodell

1 Die Anforderungen der Kunden neu definieren

Machen Sie sich ein genaues Bild Ihrer potenziellen Kunden und ihrer Anforderungen. Sie können in den sozialen Medien Kundenfeedback einholen, über Community-Foren, Umfragen, Events – also überall dort, wo die „Stimme des Kunden“ im Vordergrund steht. Womöglich erfahren Sie dabei, dass Ihre Kunden nicht in ein Geschäft oder Restaurant gehen möchten, sondern sich lieber alles nach Hause liefern lassen. Dann müssen Einzelhändler möglicherweise ihre E-Commerce-Kanäle neu aufstellen, weil Kunden lieber online kaufen. Oder Sie finden heraus, dass Wohnungsrenovierungen gerade boomen, weil die Zinsen für Kredite so niedrig sind.

Dienstleister machen aus ihren Diensten Produkte, die festgelegt statt zeitbasiert sind. Selbst B2B-Unternehmen wie Flugzeughersteller setzen auf As-a-Service-Angebote und integrieren Software in Flugzeugmotoren, die regelmäßig aktualisiert wird. Die Motoren werden kontinuierlich über IoT-Sensoren überwacht. So lässt sich prognostizieren, wann Teile ausfallen werden (bevor sie es tatsächlich tun) und wann Wartungsarbeiten geplant werden müssen.

Denken Sie darüber nach, was Ihren Kunden das Leben leichter machen würde. Legen potenzielle Kunden Wert auf Eigentum? Möchten sie selbst für Wartung und Instandhaltung verantwortlich sein? Oder würden Ihre Kunden lieber eine monatliche Gebühr dafür zahlen, damit Sie sich um alles kümmern? Würden Ihre Kunden lieber für Eigentum oder für Mehrwert bezahlen?

2 Verschiedene Geschäftsmodelle analysieren

Unternehmen zögern oft, ihre Geschäftsmodelle zu verändern, weil sich das kurzfristig auf den Umsatz auswirkt. Hier können Szenariomodellierung und Finanzplanung helfen. Analysieren Sie die potenziellen Kosten der Veränderungen und vergleichen Sie diese mit dem langfristigen Potenzial. Sie können verschiedene Szenarien für mehrere Angebote, Marktsituationen oder andere Faktoren modellieren. Wechseln Sie zwischen der Prognose neuer Umsätze und der Vorhersage möglicher Abwanderungen – dies ist eine [wichtige Kennzahl](#) für jedes Unternehmen, das von der Vertragsverlängerung seiner Kunden abhängig ist. Sie können sogar Monte-Carlo-Simulationen einsetzen (ein mathematisches Verfahren) und so prognostizieren, welche Ergebnisse am wahrscheinlichsten und am unwahrscheinlichsten sind.

Die Szenarioplanung kann bei der Entscheidung helfen, welche Investitionen langfristig für das größte Wachstum sorgen werden. Auch bei der Ausrichtung der Unternehmensziele, der Risikominderung und der Einschätzung der Mitarbeiterkompetenz und der Ressourcen, die Sie für Ihr neues Geschäftsmodell brauchen, hat sie sich bewährt.



Fünf Best Practices für ein innovatives Geschäftsmodell

3 Im gesamten Innovationszyklus zusammenarbeiten

McKinsey & Company fand heraus, dass [nur 6 Prozent der CEOs zufrieden mit den Innovationsanstrengungen ihres Unternehmens sind](#). Einer der Hauptgründe liegt darin, dass „Unternehmen zu häufig traditionellen Silo-Ansätzen folgen, die zu blinden Flecken, Problemen bei der Übergabe und zu Ineffizienzen führen. Alle diese Szenarien haben erhebliche Auswirkungen auf Produktumsatz, Wirtschaftlichkeit und Rendite“.

Damit Ihre Investitionen in Innovation nicht dasselbe Schicksal erleiden, müssen Sie Silos aufbrechen und einen Prozess entwickeln, der verschiedene Interessenvertreter mit einbezieht – Design, Technik, Vertrieb, Marketing, Finanzwesen, HR und andere Funktionen. So wird die Innovationspipeline mit den richtigen Ideen zur richtigen Zeit gefüttert. Es reicht nicht aus, bei einem Produkt oder einer Dienstleistung für Innovation zu sorgen. Das Angebot muss auch genau definiert werden. Welche Dienste sollen zusammengefasst werden? Was sind die preislichen Optionen? Wie werden die neuen Angebote vermarktet und verkauft? Wie entwickeln wir eine Pipeline von Talenten und Investitionen, die langfristig unser neues Geschäftsmodell unterstützen?

Eine besonders effektive Zusammenarbeit wird durch eine verbundene Cloud ermöglicht, die diese Silos aufbricht. [Integrierte Cloud-Suiten](#) können dabei helfen, neue Dienste zu entwickeln und zu vermarkten, die richtigen Ressourcen zu finden und zuzuweisen, das Projekt zu verfolgen und sein Budget einzuhalten und vor unbemerktem Umfangswachstum schützen.

4 Für zufriedene Kunden entwickeln

Für „As-a-Service“-Modelle ist die Kundenzufriedenheit der wichtigste Faktor, mit dem künftige Umsätze prognostiziert werden können. Wenn Ihre Kunden nicht zufrieden sind, verlängern sie nicht – und das bedeutet verlorenes Geld. Sie müssen nicht nur ein großartiges Angebot entwickeln, das Ihren Kunden das Leben leichter macht. Es muss auch einfach sein, es zu kaufen, es zu ändern und Abonnements zu verlängern – und es muss zu dem Zeitpunkt geliefert werden, den sich der Kunde wünscht.

Häufig bedeutet das, den Kunden Self-Service-Optionen zu geben, mit denen sie Abonnementdienste online verwalten können. Bei komplexeren B2B-Diensten helfen integrierte Cloud-Suiten beim Anbieten und Auspreisen von Angeboten, einschließlich der Abgabe eines Angebots und dem Vereinfachen von Vertragsverhandlungen. Das Ziel ist ein nahtloses Erlebnis, das Kunden von Anfang bis Ende begeistert. Denn dann verlängern Kunden gerne, wenn der Vertrag ausläuft.

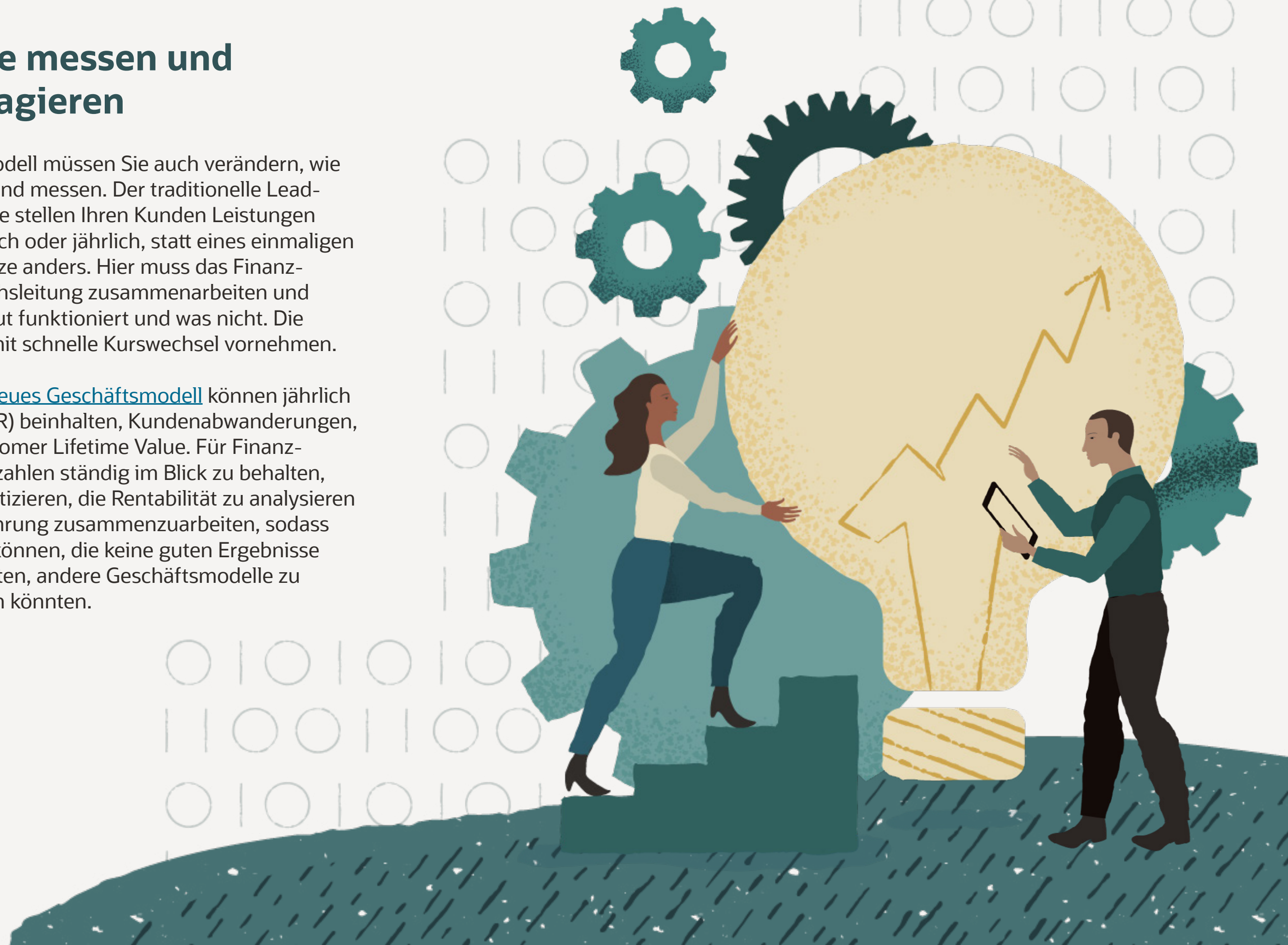


Fünf Best Practices für ein innovatives Geschäftsmodell

5 Ergebnisse messen und schnell reagieren

Bei einem neuen Geschäftsmodell müssen Sie auch verändern, wie Sie Erfolge im Blick behalten und messen. Der traditionelle Lead-to-Cash-Ablauf ändert sich. Sie stellen Ihren Kunden Leistungen anders in Rechnung – monatlich oder jährlich, statt eines einmaligen Kaufs – und realisieren Umsätze anders. Hier muss das Finanzwesen eng mit der Fachbereichsleitung zusammenarbeiten und diese informiert halten, was gut funktioniert und was nicht. Die Fachbereichsleitung kann damit schnelle Kurswechsel vornehmen.

Die Kennzahlen (KPI) für ein neues Geschäftsmodell können jährlich wiederkehrende Umsätze (ARR) beinhalten, Kundenabwanderungen, Verlängerungen und den Customer Lifetime Value. Für Finanzteams ist es wichtig, die Kennzahlen ständig im Blick zu behalten, potenzielle Trends zu prognostizieren, die Rentabilität zu analysieren und mit der Unternehmensführung zusammenzuarbeiten, sodass Angebote angepasst werden können, die keine guten Ergebnisse bringen. Es kann sogar bedeuten, andere Geschäftsmodelle zu erwägen, die erfolgreicher sein könnten.



Erste Schritte

The background of the slide features a dark teal color with a pattern of light teal gears and a grid of small circles and vertical lines. A large, light teal gear is prominent in the upper right corner, and several other gears of varying sizes are scattered across the lower half of the slide.

1. In die richtige Technologie investieren

In den meisten Fällen haben veraltete On-Premise-Systeme nicht die Skalierbarkeit oder Flexibilität, um mehrere komplexe neue Angebote schnell und effektiv an den Start zu bringen. Cloud-Suites helfen Innovatoren dabei, auf neue Marktbedingungen zu reagieren. Sie liefern die Tools und Transparenz für schnelle Innovation. Neue Angebote können als Antwort auf Kundennachfrage entwickelt, konfiguriert und ausgebaut werden.

2. Zuversichtlich planen

Testen Sie die potenziellen Auswirkungen von Finanzszenarien auf Umsatz und Aktienkurs. Entwickeln Sie Krisenpläne, um kurzfristige Umsatzeinbrüche aufzufangen, wenn neue Dienste auf den Markt gebracht werden.

3. Agil bleiben

Erstellen Sie einen Plan, der kontinuierliches Monitoring und häufige Anpassungen umfasst. Bei „As-a-Service“-Modellen ist das Produkt nicht für immer festgelegt. Um das Abwandern von Kunden zu verhindern und künftige Umsätze zu sichern, müssen die Nutzung durch Kunden, Verlängerungen und andere KPI ständig beobachtet werden – und Sie müssen bereit sein, schnell die Richtung zu ändern, wenn wichtige Warnindikatoren auftauchen.

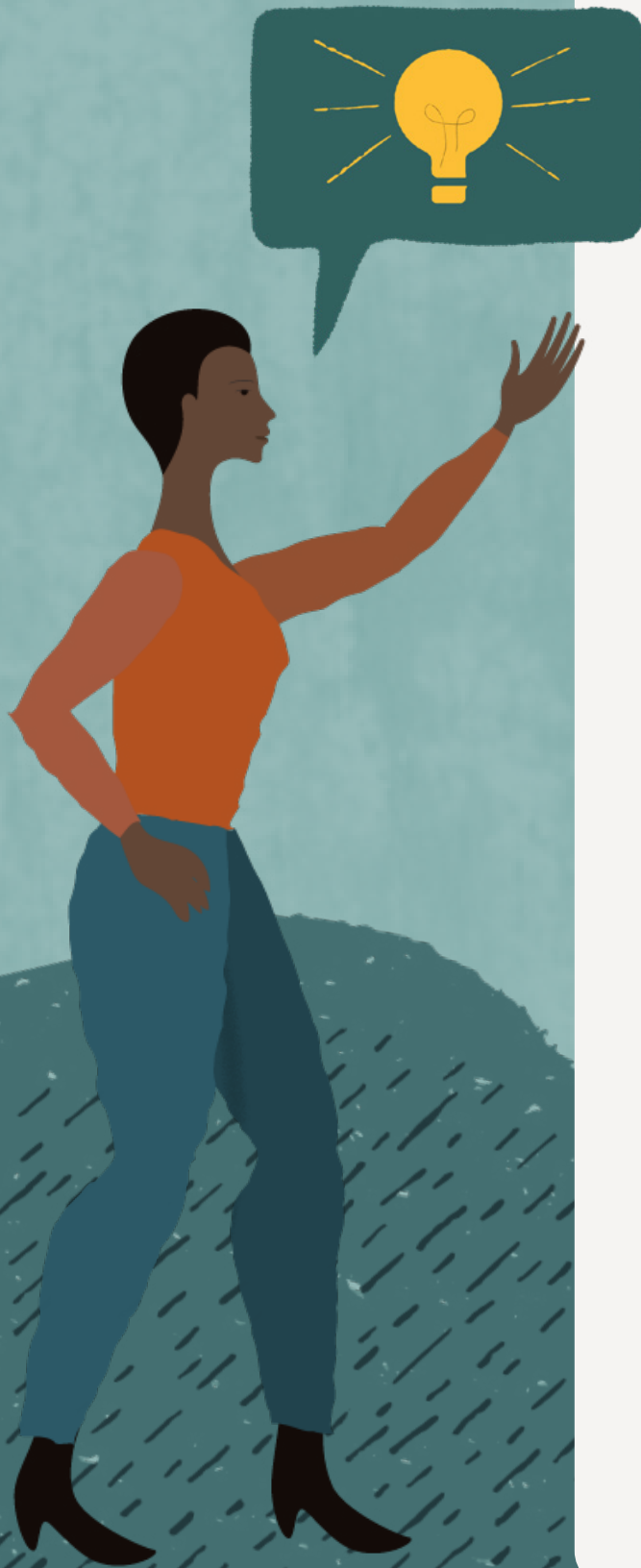
Kurze Zusammenfassung

Sie sollten:

- ✓ Digitale Möglichkeiten für Geschäftsmodelle aufgreifen
- ✓ Kundenfeedback berücksichtigen
- ✓ Kurz- und langfristiges Wachstum im Gleichgewicht halten
- ✓ KPIs im Blick behalten

Sie sollten nicht:

- ✗ Überstürzt mit unzureichender Analyse auf den Markt gehen
- ✗ Sich von kurzfristigen Umsatzauswirkungen abhalten lassen
- ✗ Silos entstehen lassen, die Teams trennen
- ✗ Bis zum Jahresende mit der Erfolgsmessung warten



Fazit und Ausblick

CFOs wollen sich auf neue Geschäftsmodelle konzentrieren, die einen ROI liefern, und keine Ressourcen für Angebote verschwenden, die sich nicht rentieren. Sie möchten wissen, was Kunden wollen, und genau das auf den Markt bringen, ehe es ihre Konkurrenten tun. Dabei dreht sich alles um die richtigen Ideen zur richtigen Zeit, die im Budget bleiben.

Oracle ebnet den Weg für die Innovation Ihres Geschäftsmodells. Vor kurzem haben wir selbst unser [gesamtes Geschäftsmodell](#) geändert – wir wurden von einem Anbieter von Softwarelizenzen zu einem, der Software-as-a-Service anbietet. Wir haben mit Hunderten von Kunden gesprochen und sie gefragt, wie wir die Veränderung gemeistert haben. Und nur zu gerne helfen wir Ihnen dabei, aus unseren Erfahrungen zu lernen.

Besuchen Sie unsere Website und [erfahren Sie mehr](#) darüber, wie Sie von neuen innovativen Geschäftsmodellen profitieren und andere große Veränderungen meistern können, die jetzt im Finanzwesen anstehen. Oder [fordern Sie eine Demo an](#).

Website besuchen

Copyright © 2021, Oracle und/oder seine Tochtergesellschaften. Die Inhalte dieses Dokuments dienen ausschließlich zu Informationszwecken und können sich ohne vorherige Ankündigung ändern. Dieses Dokument ist nicht garantiert fehlerfrei und unterliegt keinen sonstigen mündlichen oder gesetzlich festgelegten Garantien oder Bedingungen, einschließlich impliziter Garantien oder Bedingungen zur Marktfähigkeit oder Eignung für einen bestimmten Zweck. Wir lehnen ausdrücklich jegliche Haftung in Bezug auf dieses Dokument ab, und es ergeben sich keinerlei direkte oder indirekte vertragliche Verbindlichkeiten aus diesem Dokument. Dieses Dokument darf ohne vorherige schriftliche Genehmigung in keiner Form vervielfältigt oder verbreitet werden, weder elektronisch noch mechanisch. Oracle und Java sind eingetragene Marken von Oracle und/oder seinen verbundenen Unternehmen. Andere Produktnamen sind möglicherweise Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.

