Salesforce Revenue Cloud

Umsatzsteigerung leicht gemacht

# Umsätze effizient verwalten

**In vielen Unternehmen arbeiten die verschiedenen Abteilungen nebeneinander her, aber nicht optimal miteinander. Umsätze sind schwer zu verfolgen und Rechnungen für Partner und Kunden werden zu unterschiedlichen Zeiten erstellt, vergessen, oder sind fehlerhaft. Die Salesforce Revenue Cloud hilft dabei, Umsätze zu managen, Kaufprozesse zu optimieren und effizienter zu arbeiten.**

**Aber was genau ist die Salesforce Revenue Cloud? Und welche Funktionen hat sie? Lesen Sie mehr in diesem Wissensartikel:**

Inhalt

[Umsätze effizient verwalten 1](#_Toc1560926341)

[Was ist Salesforce Revenue Cloud? 1](#_Toc1825014877)

[Wobei hilft die Salesforce Revenue Cloud? 2](#_Toc677312808)

[Die Verwandlung des Kauferlebnisses 2](#_Toc914079271)

[Das Erschließen neuer Umsatzquellen 2](#_Toc312920217)

[Das Verbessern der Umsatzeffizienz 3](#_Toc1545384305)

[Welche Features hat die Revenue Cloud? 3](#_Toc641366777)

[Konfiguration komplexer Deals: schnell und einfach 3](#_Toc1365810339)

[Kundenbestand pflegen und erweitern 3](#_Toc873575130)

[Finanzielle Risiken reduzieren 4](#_Toc780562778)

[Kunden-Lebenszyklus automatisieren 4](#_Toc1836048203)

[Wofür braucht man die Salesforce Revenue Cloud? 5](#_Toc440098682)

[In welchen Branchen kann die Revenue Cloud eingesetzt werden? 5](#_Toc996178908)

[High-Tech: Schnelle Anpassung und Skalierung mit innovativen Kundenlösungen. 5](#_Toc649828541)

[Herstellung: Bessere Geschäftserfahrungen für Kunden 6](#_Toc152292690)

[Medien: Kunden bei der Bewältigung von Veränderungen helfen 6](#_Toc298772572)

[Gesundheits- und Biowissenschaften: Hilfestellung für Vertriebsmitarbeiter von Medizinprodukten und Pharmazeutika 6](#_Toc1703283020)

[Wie setzen die unterschiedlichen Unternehmensbereiche die Revenue Cloud ein? 7](#_Toc876959064)

[Sales 7](#_Toc1382128878)

[Channel Sales 7](#_Toc1434374832)

[Finanzen 7](#_Toc1462891537)

[Operations 7](#_Toc1137850853)

[Renewals 8](#_Toc1062681549)

[Fazit 8](#_Toc1808662669)

[Kontakt 8](#_Toc473836444)

# Was ist Salesforce Revenue Cloud?

Die Salesforce Revenue Cloud, die eng mit der Sales Cloud verbunden ist, bietet Unternehmen die Möglichkeit, Kaufprozesse schneller und einfacher zu gestalten, neue Umsatzquellen zu erschließen und Umsatzeffizienz zu verbessern. Die Revenue Cloud kombiniert CPQ und Billing, Partner Relationship Management und B2B Commerce Kapazitäten, um Unternehmen zu helfen, Umsatzsteigerungen über alle Kanäle hinweg kontrollieren zu können. Da sie Teil der Salesforce Customer 360 Platform ist, ermöglicht die Revenue Cloud die Verknüpfung von Sales-, Partner-, Operations- und Finanz-Teams, um eine einzelne Quelle für Umsatz- und Kundentransaktionen zu erstellen, vom Kauf über die Erneuerung von Verträgen bis hin zur Umsatzrealisierung.

# Wobei hilft die Salesforce Revenue Cloud?

Die Revenue Cloud ermöglicht es Unternehmen, das Kauferlebnis ihrer Kunden umzugestalten, neue Umsatzquellen zu erschließen und die Umsatzeffizienz zu verbessern.

## Die Verwandlung des Kauferlebnisses

Mit der Revenue Cloud können Kunden nahtlos zwischen verschiedenen Sales-Kanälen wechseln, über direkte Verkäufe, Partner oder digitale Plattformen. Ein Kunde kann den Online-Warenkorb alleine mit einer spezifischen Zusammenstellung an Produkten oder Diensten füllen und im Anschluss einen Handelsvertreter kontaktieren, um Fragen zu stellen oder einen Rabatt anzufordern. Der Vertreter wird in diesem Fall bereits ein vollständiges Wissen über die Produktgeschichte des Kunden sowie die bisherigen Online-Transaktionen angezeigt bekommen und ist dadurch in der Lage, die Transaktion reibungslos durchzuführen. Der neue CPQ-B2B Commerce Connector erlaubt es Unternehmen, die digitalen Verkaufsportale individuell an komplexe B2B-Verkaufsprozesse anzupassen und anpassbare, konfigurierbare Preise zu Online-Warenkörben hinzuzufügen, damit die Kunden eine Selbstbedienungserfahrung bekommen.

## Das Erschließen neuer Umsatzquellen

Unter Verwendung der Revenue Cloud können Revenue Operations-Teams schnell neue Monetarisierungsstrategien entwickeln, wie zum Beispiel die Einführung eines Abonnementprodukts oder die Einführung von Verbrauchspreisen. Neue Technologien sorgen für branchenspezifische Lösungen, die für Umsatz-bezogene Arbeitsprozesse eingesetzt werden können, wie, unter anderem, das Managen des Anzeigen-Inventars oder Inhalts-Zusammenführungen für Medienunternehmen. Mit dem neuen Multi-Cloud Billing können Unternehmen auf einer einzigen Plattform Umsatzströme aus anderen Clouds generieren. Zum Beispiel können Field Service Vertreter Produkte verkaufen oder Einnahmen aus Vor-Ort-Services erzielen, wobei die Abrechnung und Zahlungen über ein einziges, einheitliches System abgewickelt werden. Mit Revenue Cloud Quick Starts können Unternehmen außerdem ein Abonnementangebot von Anfang bis Ende in acht Wochen anstatt mehrerer Monate einführen.

## Das Verbessern der Umsatzeffizienz

Automatisierung beseitigt die Last, die auf Teams liegt, die für manuelle Genehmigungen, Datenabgleich und das Übertragen von Bestellungen von einem System in ein anderes zuständig sind. Die automatisierte Validierung von Kundenaufträgen und –bestellungen sowie die Konsolidierung von Rechnungen beugt Problemen wie der Unterfakturierung von Dienstleistungen oder der falschen Nachverfolgung von Vertragsänderungen vor, die zu Umsatzeinbußen im Verkaufszyklus führen können. Anstatt manuell veraltete Bestellformulare herunterzuladen, zeigt die neue Customer Asset Lifecycle Management Funktion ein einfaches, visualisiertes Dashboard, auf dem alle Produkte gelistet sind, die ein Kunde jemals gekauft hat. Dadurch können alle Vertragsanpassungen und offene Beträge beobachtet werden und die Funktion sorgt für ein tieferes Verständnis der Kundenbeziehung. Das Echtzeit-Tracking wertvoller KPIs wie Customer Lifetime Value, Nettoumsatzbindung und monatlich wiederkehrende Umsätze hilft Teams, sich abzustimmen und strategische Entscheidungen darüber zu treffen, wo Kosten gesenkt oder welche Art von Kunden angesprochen werden sollen. Durch die Integration von ERP-Systemen können Umsatzdaten zur Anpassung von Markteinführungsstrategien oder zur Festlegung von Rabatten genutzt werden.

# Welche Features hat die Revenue Cloud?

## Konfiguration komplexer Deals: schnell und einfach

* Guided Selling: Vertriebsmitarbeiter bekommen eine Schritt-für-Schritt Betreuung vom Configuration Wizard, der ihnen dabei hilft, die richtigen Produkte und Dienstleistungen auszusuchen.
* Solution Configurator: Regeln und vorkonfigurierte Lösungen können erstellt werden, um komplexe Vertriebsabläufe stromlinienförmig zu gestalten.
* Pricing Engine: Verschiedene Kaufszenarien komplexer Angebote können, unter Verwendung vordefinierter Preis- und Rabattrichtlinien, modelliert werden, einschließlich einmaliger, wiederkehrender und nutzungsbasierter Preismodelle.
* Quote Generation: Genaue, markenspezifische Angebote können erstellt werden, mit der Option, Rabatte ein- oder auszublenden.

## Kundenbestand pflegen und erweitern

* Contracted Pricing: Sich wiederholende Geschäfte können durch die Festlegung verhandelter Preise oder die Übernahme von Preisen aus früheren Angeboten optimiert werden.
* Contract Amendments: Upselling und Cross-Selling wird einfacher durch die Optimierung von Add-On-, Tausch, und Upgrade-Prozessen.
* Installed Base Management: Servicemitarbeiter können eine komplette Einsicht in die gekauften Produkte und Abonnements eines Kunden erhalten, gesammelt an einem einzigen Ort.
* Automated Renewals: Kundenabwanderung kann reduziert werden, indem die proaktive Erstellung von Verlängerungsangeboten und deren Versand an Kunden, auch bei mittelfristigen Änderungen, automatisiert wird.

## Finanzielle Risiken reduzieren

* Product & Pricing Rules: Mit automatisierten Richtlinien und Abhängigkeiten kann sichergestellt werden, dass Mitarbeiter vollständige und kompatible Lösungen anbieten.
* Dynamic Terms & Conditions: Das automatisierte Hinzufügen von produkt- und kundenspezifischen Bedingungen zu Angeboten macht Verträge weniger komplex.
* Exakte Preisgestaltung: Preisdiskrepanzen zwischen Angeboten, Bestellungen und Rechnungen können beendet werden, indem eine einzige einheitliche Preisgestaltung umgesetzt wird.
* Advanced Approvals: Funktionsübergreifende Genehmigungsketten können automatisiert werden, um die Angleichung von Richtlinien sicherzustellen – ohne die Vertriebszyklen zu verlangsamen.

## Kunden-Lebenszyklus automatisieren

* Advanced Order Management: Komplexe Auftragsabwicklung kann automatisiert werden, indem man Angebote in mehrere Aufträge auf der Grundlage von Zeit oder Ort aufteilt.
* Flexible Invoicing: Zeitnahe Zahlungseingänge können mit automatisierten Rechnungen für einmalige, sich wiederholende oder nutzenbasierten Gebühren sichergestellt werden, inklusive Rechnungszusammenführung.
* Simplified ERP Integration: Nachgelagerte Finanzprozesse können mit genauen Kundendaten und Umsatzplänen vorangetrieben werden.
* Automated Payments: Die manuelle Bearbeitungszeit wird durch die Optimierung elektronischer Zahlungen per Kreditkarte oder ACH reduziert.

Transaktionsdaten zu Insights umwandeln

* Pricing Analytics: Künstliche Intelligenz wird eingesetzt, um Rabatt-Trends von Produkten, geographischer Lage und Vertriebsteams zu analysieren.
* Quoting Analytics: Engpässe in Angebotsprozessen werden ermittelt, um die Verkaufszyklen zu beschleunigen.
* Subscription Analytics: Das Wachstum wiederkehrender Umsätze wird durch Echtzeit-KPIs wie Abwanderung und MRR (Monthly Recurring Revenue) verwaltet.

# Wofür braucht man die Salesforce Revenue Cloud?

Salesforce hilft Unternehmen, Wachstum zu beschleunigen, ob beim Lückenfüllen verlorener Umsätze oder dem doppelten Einsatz in Bereichen, wo das Unternehmen bereits gut aufgestellt ist. Unabhängig von der Komplexität der Deals, Geschäftsmodelle, oder Umsatzprozesse, die Revenue Cloud wird zur einzigen “Quelle der Wahrheit” für Kunden-Transaktionsdaten. Mit den Salesforce Partnern DocuSign, Digital Route und Avalara können Unternehmen die Revenue Cloud erweitern, sodass der gesamte Revenue Management Prozess gesteuert wird.

Die Revenue Cloud verbindet CPQ, Billing, CPQ for Partner Communities, CPQ for Customer Communities und CPQ & B2B Commerce Connector.

# In welchen Branchen kann die Revenue Cloud eingesetzt werden?

## High-Tech: Schnelle Anpassung und Skalierung mit innovativen Kundenlösungen.

Die Revenue Cloud bietet Technologieunternehmen Unterstützung bei der Umstellung von einmaligen Produktverkäufen auf den Verkauf von Lösungen, Abonnements und nutzungsbasierten Preisen.

* Befähigung von Vertriebsmitarbeitern zum Abschluss komplexer Geschäfte mit gebündelten Lösungen, Rampendeals, Vertragsänderungen, nutzungsabhängigen Preisen und Verlängerungen
* Verwaltung wiederkehrender Umsätze durch Automatisierung des Quote-to-Cash-Lebenszyklus für Services, Abonnements und nutzungsbasierten Abrechnungen
* Vereinheitlichung von Vertrieb und Finanzen durch Überwachung von Kundenmetriken in Echtzeit - einschließlich MRR, Abwanderung und Kundenbindung

## Herstellung: Bessere Geschäftserfahrungen für Kunden

Ermöglicht Fertigungsunternehmen die digitale Transformation, schnellere Erfüllung, Wertschöpfung und Anpassung von Produkten an Kundenbedürfnisse.

* Komplexe Produktkonfigurationen können mit Click-to-Customize-Funktionen und schnellen und präzisen Kostenvoranschlägen verwaltet werden.
* Die Produktivität von Vertrieb und Partnern wird durch mobiles Guided Selling, automatische Angebotserstellung und nahtlose Integration mit Partner-Communities gesteigert.
* Rentabilität und Umsatz werden gesteigert, indem Preisrichtlinien durchgesetzt, Genehmigungen automatisiert und Upsell- und Cross-Sell-Möglichkeiten aufgedeckt werden.

## Medien: Kunden bei der Bewältigung von Veränderungen helfen

Die Revenue Cloud unterstützt Medienunternehmen bei der Einführung neuer Produkte und komplexer Geschäfte.

* Komplexe Verträge werden mit Transaktions-, Abonnement- und Nutzungsgebührenmodellen verwaltet.
* Live-Verträge werden mit einfachen Add-Ons und Änderungsaufträgen sowie automatischer Co-Terminierung verwaltet.
* Preis- und Rabattregeln können automatisiert werden, um jedes Geschäft oder Budget zu unterstützen.

## Gesundheits- und Biowissenschaften: Hilfestellung für Vertriebsmitarbeiter von Medizinprodukten und Pharmazeutika

Unterstützung von Unternehmen der Gesundheits- und Biowissenschaften bei der Verbesserung der Kundenzufriedenheit und der Erschließung neuer Einnahmequellen.

* Große Produktkataloge und komplexe Preismodelle können vereinfacht werden.
* Automatisierung wird zur nahtlosen Verwaltung mehrerer Umsatzströme genutzt.
* Förderung der Zusammenarbeit zwischen Makler und Vertrieb durch vereinfachte Verlängerungen und Änderungen.

# Wie setzen die unterschiedlichen Unternehmensbereiche die Revenue Cloud ein?

## Sales

Vertriebsmitarbeiter können Deals schneller schließen, indem sie einfach Angebote erstellen können und Produkte, Preise und wiederauftretende Umsätze leicht managen können. All dies funktioniert mit nur einem Klick, auf egal welchem Endgerät, egal zu welcher Zeit. Die Mitarbeiter werden außerdem produktiver, dank der intelligenten und intuitiven Funktion des “Guided Sellings” (geleiteter Verkauf), optimierte Produktkataloge und automatisierte Bestätigungen.

## Channel Sales

Vertriebspartner sind dazu bemächtigt, mehr und schneller zu verkaufen, mit allen Tools, die sie zum Verkaufen, Anbieten und Abschließen eines Deals brauchen, an nur einem Ort. Partnern kann es erlaubt werden, ihre eigenen Angebote zu erstellen, außerdem kann kontrolliert werden, welchen Partnern welche Produkte zur Angebotserstellung bereitgestellt werden. Mit der Salesforce Revenue Cloud erhält man einen besseren Einblick in alle Partneraktivitäten und kann die Akzeptanz bei Partnern steigern, indem man die Zusammenarbeit erleichtert.

## Finanzen

Führungskräfte der Finanzabteilung können Kundenbeziehungen mehr Wert zukommen lassen, indem sie den Quote-to-Cash Lebenszyklus für Abonnements, Services und nutzungsbedingten Rechnungen automatisieren. Durch die Überwachung von Kundenmetriken in Echtzeit, können Führungskräfte Umsatzsteigerungen und die Wirtschaftlichkeit von Einheiten verfolgen. Außerdem können sie ihre Gewinnmargen schützen, indem sie den Verkaufsprozess kontrollieren, um sicherzustellen, dass Verträge als fakturierte Einnahmen verbucht werden.

## Operations

Salesforce Revenue Cloud bietet Operationsmanagern eine einheitliche Plattform, in der sie wiederkehrende Beziehungen aufbauen können und up-to-date mit Produkt- und Marktveränderungen im eigenen Unternehmen bleiben. Sie können einen einheitlichen Produktkatalog über den gesamten Quote-to-Cash Lebenszyklus managen und so die Verbreitung von SKUs begrenzen. Außerdem können sie neue Produkte hinzufügen und Änderungen an bestehenden Produkten mit einfachen Klicks vornehmen, ohne einen komplexen Code eingeben zu müssen.

## Renewals

Kundenserviceteams können Verlängerungen zu attraktiven Ereignissen für Kunden machen, indem sie Verlängerungen über verschiedene Plattformen hinweg koordinieren und alles in einem einzigen Kaufvertrag zusammenfassen. Die Teams können Änderungen in Echtzeit verfolgen, sodass sie keine Änderung verpassen. Außerdem können sie ihre Verlängerungsstrategie mithilfe von Analysen und Automatisierung optimieren.

# Fazit

Die Salesforce Revenue Cloud ermöglicht es Unternehmen, ihren Umsatz über sämtliche Unternehmensabteilungen hinweg zu beobachten, zu verwalten und zu steigern. Mit dem Versprechen, das Kauferlebnis für Kunden zu verbessern, neue Umsatzquellen zu erschließen sowie die Umsatzeffizienz zu steigern, ist die Revenue Cloud eine vielversprechende Erweiterung, um Sales und viele andere Unternehmensbereiche zu optimieren. Die vielfältigen, individuell anpassbaren Funktionen der Salesforce Revenue Cloud bedeuten, dass jedes Unternehmen passende Tools finden wird, um Optimierungen von Geschäftsprozessen durchzuführen.

Sie wollen mehr über die Salesforce Revenue Cloud lernen? Hier finden Sie weitere Infos: <https://www.salesforce.com/products/cpq/overview/>

# Kontakt

**Haben wir Ihr Interesse geweckt?**

Seit 2002 unterstützen wir unsere Kunden bei der Einführung und Anpassung von Salesforce auf individuelle Unternehmensbedürfnisse. Mit dieser Erfahrung können wir sicher auch Ihnen ein zuverlässiger Partner sein. Ob Konzern, Mittelstand oder KMU – wir kennen die Herausforderungen in vielen Branchen und entwickeln auch für Sie die optimale Lösung.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

Comselect Gesellschaft für Relationship Management mbH

Bernd Bittner, Sales Director CRM Services

Telefon: 0621 / 76133 500

Email: info@comselect.de

Web: <https://comselect.de>

**Wir über uns.**

comselect ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit Hauptsitz in Mannheim und Niederlassung in Augsburg. Unsere Experten aus den Bereichen CRM Consulting, künstliche Intelligenz, digitales Marketing und Prozesse haben sich auf die Umsetzung komplexer Projekte, von der strategischen CRM Beratung, über die Konzeption bis zur Umsetzung, spezialisiert. Seit 2002 sind wir der führende Partner für den deutschen Mittelstand. Unser Branchenschwerpunkt ist die herstellende Industrie. Unsere Berater treffen Sie in Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart.

©2002-2022 comselect GmbH | Alle Rechte vorbehalten