

Candela generiert wiederkehrende Umsätze mit neuen abonnementbasierten Geschäftsmodellen

Candela ist ein weltweit führendes Unternehmen für medizinisch-ästhetische Geräte mit einer starken globalen Präsenz in 86 Ländern.

Die Technologien des Unternehmens ermöglichen es Ärzten, fortschrittliche laserbasierte Lösungen für eine breite Palette von medizinisch-ästhetischen Anwendungen anzubieten, darunter die Behandlung von Narben, Faltenreduzierung, Körpergestaltung, Tätowierungsentfernung und vieles mehr.

Überblick über das Unternehmen:



globaler Marktanteil

24%

Umsatzwachstum von
2018 auf 2019

Über

70,000

Geräte
weltweit

Candelas Herausforderungen

Vor einigen Jahren vertrieb Candela das UltraShape Power®-System, ein typisches Gerät zur Fettreduktion zur Körperformung, unter Einsatz eines traditionellen Hardware-Verkaufsmodells: Arztpraxen kauften das Gerät im Voraus zu einem festen, einmaligen Betrag. Das Gerät wurde mit zwei Handstücken oder Wandlern geliefert, die für die Behandlung erforderlich waren. Die Wandler mussten von Zeit zu Zeit ersetzt werden, und der Ersatzteileverkauf schuf zusätzliche Ertragsströme für das Unternehmen. Leider war Candela darüber hinaus nicht in der Lage, die Umsätze aus ihren eigenen Geräten zu maximieren.

„ Wir konnten unseren Kunden nur ein sehr strenges und begrenztes Geschäftsmodell anzubieten, das auf einmaligen Verbrauchsmaterialien basierte. Das schränkte unseren potenziellen Kundenstamm und die wiederkehrenden Umsätze ein, was wiederum unsere Flexibilität und Umsatzchancen einschränkte.“

– U. Gage, Leiter der globalen Geschäftseinheit für wiederkehrende Umsätze.

Angesichts der Tatsache, dass Candela nur vom Verkauf des UltraShape Power-Systems selbst und der gelegentlichen Erneuerung der Wandler profitieren konnte, musste der Preis für die Maschine zu einem Zeitpunkt festgelegt werden, der das Gerät für einige Kunden unerschwinglich gemacht hätte. Dieser Preispunkt schränkte den potenziellen Kundenstamm für die Maschine ein und hatte das Potenzial, das Wachstum des Unternehmens stark zu bremsen. Wie viele andere Unternehmen strebte Candela nach Wachstum und wollte sich nicht als überholt angesehenen Beschränkungen unterwerfen.

Das UltraShape Power-System arbeitete auf einer selbst entwickelten Lizenzierungsplattform mit stark eingeschränkter Flexibilität. Candela konnte seinen eigenen Kunden deshalb nur eine Preisstruktur bieten, die einem Einheitsmodell gleichkam. Dieser Mangel an Flexibilität wirkte sich auf das Umsatzwachstum von Candela aus und hinderte das Unternehmen daran, nützliche Daten über die Nutzung ihrer Produkte durch ihre Kunden zu erfassen.

Die selbst entwickelte Lizenzierungsplattform führte auch zu sehr langen Verzögerungen bei der Lieferung der bestellten Produkte an die Kunden, was zu einer negativen Kundenerfahrung führte.



Diese Bedürfnisse veranlassten sie dazu, Ausschau nach einer besseren Lizenzierungslösung zu halten, um den Wert ihrer Produkte zu maximieren.

So begegnete Candela diesen Herausforderungen

Nachdem sie Sentinel ausgewählt und integriert hatten, konnte Candela die Art und Weise, wie sie das UltraShape Power-System vertrieben, vollständig ändern, was zu neuen Ertragsströmen, einem verbesserten Kundenerlebnis und wertvollen Erkenntnissen über die Nutzung führte.

Zuvor verkauften sie ihre Maschinen für einen einmaligen Betrag und ergänzten ihre Einnahmen durch gelegentliche Nachbestellungen von Wandlern. Heute stellte Candela sein Geschäft vollständig auf ein verbrauchsabhängiges Modell um. Wenn ein Arzt eine Behandlung mit dem UltraShape Power-System durchführt, bestimmt er zunächst auf der Grundlage der Art und Größe des Verfahrens, wie viele Impulse für dieses spezielle Verfahren erforderlich sind.

Anstatt einmalige Kosten für ihre Geräte in Rechnung zu stellen und ihre Wandler separat zu vertreiben, ist Candela in der Lage, ein Modell mit wiederkehrenden Umsätzen einzusetzen, um seine Geräte durch die benötigten Impulse zu monetarisieren. Dies stellt eine Win-Win-Situation für Candela und seine Kunden dar, da Candela ein Modell für wiederkehrende Umsätze implementieren kann, während seine Kunden nur die Anzahl der Impulse erwerben müssen, die sie für ihre anstehenden Behandlungen benötigen.

Darüber hinaus sendet Candela seinen Kunden jetzt kostenlos neue Wandler zu, wenn diese ersetzt werden müssen. Dieser neue und einzigartige Ansatz ist ein Gewinn für ihre Kunden,

da er bedeutende Einsparungen im Voraus ermöglicht und gleichzeitig langfristige Ertragssteigerungen für Candela generiert.

Darüber hinaus konnte das Unternehmen seinen Kunden ein benutzerfreundliches Self-Service-Portal zur Verfügung stellen, das die Ärzte automatisch benachrichtigt, wenn ihre Impulse zur Neige gehen, und ihnen die Möglichkeit bietet, mit einem Mausklick weitere Impulse oder Schallköpfe zu bestellen.

„ Wir waren sehr erfreut und überrascht, wie einfach es für unsere Kunden war, das Aufladen der Impulse mit nur wenigen Klicks zu automatisieren“.

– Jeries Abu Elassal-Globaler Produktmanager

Durch Sentinel verfügt Candela nun über einen Einblick, wie oft ihre Kunden bestimmte Verfahren durchführen, wie viele Impulse sie pro Monat verwenden und welche Kunden sich dem Ende ihrer aktuellen Charge nähern.

Dies ermöglicht Candela das Angebot kundenspezifischer Ertragsmodelle über die Sentinel-Plattform, einschließlich unterschiedlich großer Pakete und unbegrenzter monatlicher Verbrauchspläne. Das neue Modell stellte nicht nur eine Veränderung in der Art und Weise dar, wie Candela sein Produkt vertrieb, es vollzog einen unternehmensweiten Umgestaltungsprozess.

Durch die Entscheidung, ihre Wandler kostenlos bereitzustellen und sich stattdessen auf die Monetarisierung durch den Verkauf von Impulsen zu konzentrieren, verlagerte Candela sein rein hardwarebasiertes Geschäft auf ein Geschäftsmodell, das sich gleichermaßen auf Software als auch Hardware verlässt - und es hat sich als ein enormer Erfolg erwiesen.

Durch die Umstellung auf ein Modell mit wiederkehrenden Umsätzen war Candela in der Lage, zusätzliche Kunden zu generieren, einen höheren Kundenwert über die gesamte Lebensdauer zu erzielen und ein besseres Verständnis für die Bedürfnisse und die Nutzung durch seine Kunden zu entwickeln.

„ Angesichts des Erfolges, den wir mit der Umstellung auf wiederkehrende Umsätze bereits erzielt haben, erkennen wir, dass diese Modelle auch in Zukunft eine wichtige Rolle für uns spielen werden“.

– L.J. Gage, Leiter der globalen Geschäftseinheit für wiederkehrende Umsätze

Das neue nutzungsbasierte Geschäftsmodell führte zu einer durchschnittlichen Umsatzsteigerung von über 177 % pro Kunde.



Über Thales

Die Menschen, denen Sie den Schutz Ihrer Privatsphäre anvertrauen, verlassen sich beim Datenschutz auf Thales. Beim Thema Datensicherheit stehen Unternehmen immer häufiger vor entscheidenden Momenten. Egal, ob es darum geht, eine Verschlüsselungsstrategie zu entwickeln, Ihre Daten in die Cloud zu übertragen oder Compliance-Anforderungen zu erfüllen – Sie können sich bei der Sicherung Ihrer digitalen Transformation auf Thales verlassen.

Entscheidende Technologie für entscheidende Momente.