

Media Kit

Firmenprofil



MARKT-PILOT macht Pricing für Maschinenhersteller komfortabel und zu einem verlässlichen Wachstumsmotor für das gesamte Unternehmen. Hintergrund ist, dass in einem sich rasant verändernden Service- und Ersatzteilgeschäft des Maschinenbaus traditionelle Methoden und Bauchgefühl in der Preisgestaltung überholt sind.

Mit seiner Pricing-Performance-Plattform MP ONE vereint MARKT-PILOT die Bereiche Marktintelligenz, Preisgestaltung und Performance-Messung in einem System. Maschinenhersteller werden dadurch befähigt, ihren Markt besser zu verstehen, fundierte Preisentscheidungen zu treffen sowie die Preisgestaltung kontinuierlich zu überwachen und zu verbessern.

MP ONE ermöglicht Unternehmen außerdem, Pricing-Workflows über einzelne SKUs hinweg zu orchestrieren, indem in Echtzeit verfügbare Marktdaten mit unternehmensinternen Daten in einer kontrollierten und skalierbaren Umgebung miteinander verknüpft werden. Auf diese Weise erhalten Maschinenhersteller eine strukturierte und konsistente Methode, um Pricing-Strategien anzuwenden, deren Wirkung zu messen und die Pricing-Performance über das gesamte Portfolio hinweg zu stärken.

MARKT-PILOT unterstützt mehr als 200 führende Maschinenhersteller weltweit. Das Unternehmen beschäftigt über 150 Mitarbeitende und hat seinen Hauptsitz in Stuttgart (Deutschland) sowie weitere Standorte in Chicago, Stockholm und Mailand. Die Technologie basiert auf tiefgreifender Industrieexpertise und liefert die Transparenz und Präzision, die Maschinenbauunternehmen benötigen, um in der dynamischen Wirtschaft von heute erfolgreich zu konkurrieren und nachhaltig zu wachsen.

www.markt-pilot.com

Über MP ONE



MP ONE ist die erste ganzheitliche Pricing-Performance-Plattform für das Service- und Ersatzteilgeschäft von Maschinenbauunternehmen. Sie vereint Marktintelligenz, Preisentscheidungen und Performance-Messungen in einem System und beendet damit die Ära statischen Pricings in einem volatilen Marktumfeld.

Im Kern verfolgt MP ONE drei Ziele:

- Volatilität vom strukturellen Risiko in einen steuerbaren Faktor zu verwandeln.
- Preisentscheidungen evidenzbasiert, nachvollziehbar und regelkonform zu machen.
- Margen- und Wachstumsziele über ein geschlossenes Performance-Reporting dauerhaft zu sichern.

MP ONE integriert drei speziell entwickelte Engines, die gemeinsam als ein kontinuierliches System arbeiten:

Intelligence Engine führt interne Daten wie ERP-, CRM-, CPQ-Informationen und Verkaufshistorie mit externen Marktinformationen (z. B. Wettbewerberpreise, Verfügbarkeit von Teilen und Referenzen) zusammen und bildet ein laufend aktualisiertes Bild von Markt und Geschäft bis auf SKU-Ebene ab.

Nutzen:

- Zugriff auf schwer zugängliche Marktdaten
- KI-gestütztes Cross-Reference-Matching – OEM zu Servicegeschäft über Marken und Lieferanten hinweg
- Teileklassen und Segmentierung für gezielte Preisstrategien
- Wettbewerbs- & Marktinformationen in Echtzeit aus globalen und regionalen Quellen

Decision Engine verwandelt diese Informationen in bewusst gesteuerte, nachvollziehbare Preisentscheidungen – von kostenbasierten über marktorientierte bis hin zu wertbasierten Preismodellen – inklusive vollständiger Nachverfolgbarkeit, Audit-Trails und geregelter Workflows. Das führt zu mehr Vertrauen in die erfolgten Preisentscheidungen.

Nutzen:

- Flexibles Pricing und schlanke Workflows
- Komplexe Pricing-Engine: Cost-Plus, markt- und wertebasierte sowie individuelle Pricing-Modelle
- Price Books & vollständige Nachvollziehbarkeit; verstehen, wie sich ein Preis zusammensetzt
- Segmentierung & Strategie-Design nach Teileklassen, Märkten oder Zielsetzung

Performance Engine misst den finanziellen und operativen Effekt jeder Preisentscheidung in Echtzeit (z. B. auf Umsatz, Marge und Portfolio-Mix).

Nutzen:

- Tracking der Portfolioleistung auf SKU-, Segment- und Marktebene
- Kontinuierliche Optimierung; Performance-Daten nutzen, um schneller bessere Preisentscheidungen zu treffen
- Umsatz- und Margenanalysen, verknüpft mit Preisentscheidungen
- Dashboards für Führungskräfte mit Drill-Down-Funktion

Mehr zu MP ONE unter www.markt-pilot.com/de/mp-one

Executive Board



Dr. Martin Ruth, CFO/COO, Managing Director, verantwortet die Bereiche Finanzen, Personal und Operations. Er stellt sicher, dass Ressourcen, Prioritäten und Prozesse auf nachhaltiges Wachstum ausgerichtet sind. Mit umfangreicher Erfahrung aus seiner Zeit bei der Boston Consulting Group (BCG) und KPMG prägt er eine Kultur der Verantwortung und Ergebnistransparenz. Er ist bekannt dafür, ambitionierte Ziele mit disziplinierter Umsetzung zu verbinden und dabei die unternehmerische Agilität zu bewahren.

„Bei MARKT-PILOT haben wir die Chance, mit der richtigen Mischung aus Technologie, Talent und Timing etwas wirklich Bedeutendes zu erreichen.“



Anurag Garg, Chief Product & Technology Officer, verfügt über eine ausgewiesene Expertise für die Skalierung von SaaS- und Industrial IoT-Unternehmen. Er treibt die Ausrichtung von Produktvision und Technologie voran und stärkt MARKT-PILOTs Fähigkeiten in Echtzeit-Marktanalysen für Hersteller. Garg betont die Bedeutung einer kundenfokussierten Kultur und kontinuierlichen Exzellenz für neue Erfolge.

„Die Preisgestaltung im Service- und Ersatzteilgeschäft steht vor einer neuen Realität: die Marktvolatilität ist strukturell, Planungszyklen hinken dem Markt hinterher und Käufer erwarten Transparenz wie im B2C-Umfeld. MP ONE ist die erste Lösung, die Pricing Performance zu einer kontinuierlichen, messbaren und klar gesteuerten Disziplin macht.“

Mehr zu Anurag Garg



Stephen Fauth verfügt über zwei Jahrzehnte Erfahrung in der Fertigungstechnologie. Als **Chief Revenue Officer** verantwortet er die umsatzgenerierenden Bereiche bei MARKT-PILOT sowie das globale Wachstum des Unternehmens im After-Sales- und Ersatzteilgeschäft des Maschinenbaus. Fauth sieht strategische Partnerschaften, eine bereichsübergreifende Zusammenarbeit und den Fokus auf Innovation als entscheidende Säulen für den Unternehmenserfolg.

„Mit MP ONE gewinnen Fertigungsunternehmen die Sicherheit, Preise dann zu ändern, wenn es notwendig ist und behalten dabei die volle Kontrolle über die Performance. Das bedeutet einen grundlegenden Wandel: weg von Pricing als administrativer Pflicht und hin zu Pricing als Wettbewerbsfaktor.“

Mehr zu Stephen Fauth

Logos

RGB



CMYK

