

Research Splitter

Aktuelle Daten und Erkenntnisse aus unseren Research Projekten auf dem Schweizer ICT-Markt

Research Splitter 2, 16. März 2010

IT-Chefs bewerten Vertrieb der Anbieter

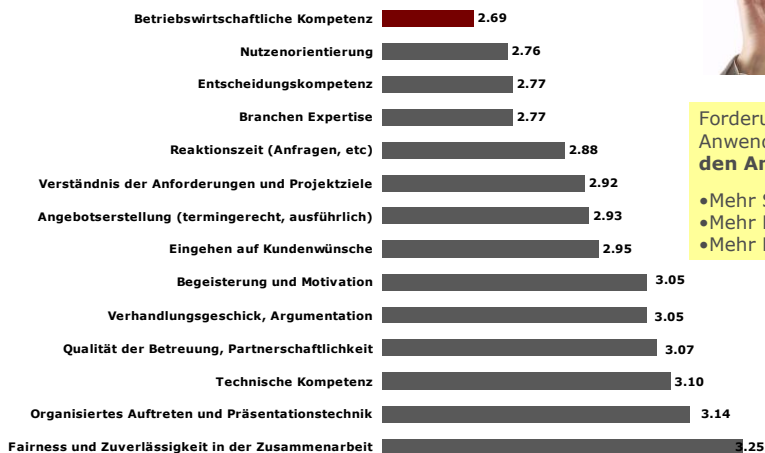
Die Anforderungen der Anwenderseite an die ICT-Anbieter sind vor dem Hintergrund der weiterhin angespannten Wirtschaftslage gestiegen. Erwartet wird mehr Nutzenorientierung und Business Expertise im Vertrieb.

Wenn die Resultate unserer kürzlichen Marktanalysen und Umfragen bei Schweizer IT-Chefs eines immer wieder aufgezeigt haben, dann dass die Anforderungen der Unternehmen an die ICT-Anbiertergemeinde deutlich gestiegen sind. Das hat uns im Rahmen unseres Studienprogrammes 2009 dazu bewogen, der Frage nach den aktuellen Herausforderungen für Anbieter mit einer darauf ausgerichteten Umfrage bei IT-Chefs nachzugehen.

Als Teil der Umfrage haben die befragten IT-Chefs u.a. die Leistungen und Performance des ICT-Vertriebs im allgemeinen bewertet. Den grössten Handlungsbedarf beim Vertrieb der Anbieter sehen die IT-Verantwortlichen im Bereich der Business Skills, resp. den betriebswirtschaftlichen Kenntnissen. Vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise und knapper Budgets werden geplante Investitionen in die ICT derzeit hinsichtlich des unmittelbaren Nutzens und des Return on Investment (ROI) sehr genau unter die Lupe genommen und bewertet. Und gerade hier fehlt aus Sicht des IT-Managements bei den Vertriebsmitarbeitern oftmals die fundierte Argumentation und betriebswirtschaftliche "Beweisführung" mit Blick auf den direkten Geschäftsnutzen der angebotenen Lösungen oder Produkte.

Schwächen des ICT-Vertriebs aus Sicht der Kunden

Wo sehen Sie heute im allgemeinen am ehesten Verbesserungsansätze, resp. Schwächen der ICT-Vertriebsmitarbeiter? 4 = keine Schwächen, sehr professionell/optimal bis 1 = grosses Verbesserungspotential, grosse Schwächen, ungenügend (n=104).



Forderungen der Anwender, Chancen für den Anbieter:

- Mehr Skills und Wissen
- Mehr Kompetenz
- Mehr Nutzen

Research Splitter

Hier kann sich der Vertrieb durch mehr Business Know how und Branchenkenntnisse im Entscheidungsprozess beim Kunden in eine vorteilhafte Lage versetzen, zumal ICT-Investitionen zunehmend auch im erweiterten Managementkreis bewilligt werden, welcher den direkten Business Value und den ROI höher einstuft als technologische Features.

Es sei hier angemerkt, dass die Messlatte für den Vertrieb bezüglich der genannten Kriterien nicht für alle Anbietersegmente gleich hoch angesetzt werden kann. Es hängt natürlich davon ab, ob man ausschliesslich Hardware Commodity vertreibt, wo keine speziellen Anforderungen an die Business Expertise gestellt werden, oder ob man als Anbieter auf dem Markt der Geschäftslösungen und Branchenanwendungen tätig ist, wo sich der ICT-Vertrieb mit wesentlich höheren Herausforderungen an die Business Skills konfrontiert sieht.

Die besten Noten wurden dem Vertrieb der Anbieter für die Fairness und Zuverlässigkeit in der Zusammenarbeit zugesprochen. So betrachtet sind es vorab die weichen, vielleicht auch menschlichsten Faktoren, die letztendlich für den Erfolg in der Zusammenarbeit und Partnerschaft ausschlaggebend sind und zu hoffen ist, dass diese auch künftig immer einen hohen Stellenwert beibehalten werden.

Basis: Marktreport "Erfolgsfaktoren für ICT-Anbieter", Preis: Fr. 750.-, zuzüglich MWST
Inhaltsverzeichnis und Bestellformular unter: www.msomag.ch

MSM Research AG, Freier Platz 6, Postfach 228, CH-8203 Schaffhausen
Telefon 052 624 21 21, Fax 052 624 73 64, www.msomag.ch, briefing@msomag.ch

Märkte kennen - Chancen nutzen