



6 Tipps für den Verkauf von IT-Services

Von Sven Richter, Marketing Manager DACH bei Arcserve

Laut Statista wird sich der weltweite Markt für Managed IT Services bis 2029 mehr als verdoppeln und fast [600 Milliarden](#) US-Dollar erreichen. In der Zwischenzeit wird der Markt für Value-Added Reseller (VAR) mit einer durchschnittlichen Rate von knapp über 6 Prozent wachsen und bis 2030 mehr als [6 Milliarden](#) US-Dollar erreichen.

Sollten diese Voraussagen zutreffen, entsteht für MSPs und VARs ein enormes Geschäftspotential. Um mehr Anteile von diesen wachsenden Märkten zu erobern und bestehende Kunden zufrieden zu stellen, müssen MSPs und VARs beim Verkauf von IT-Dienstleistungen allerdings einen neuen Ansatz verfolgen. Sie müssen ihre Dienstleistungen hervorheben und sich gleichzeitig voll und ganz auf ihre Kunden konzentrieren. Arcserve verrät 6 Tipps, wie sich das erreichen lässt.

1. Mehrwert mit Fokus auf Notwendigkeit bieten

Interessenten und Kunden sind anspruchsvoller denn je. Jeder Euro zählt, und wenn MSPs und VARs einen Mehrwert und praktische Lösungen bieten, werden sie davon profitieren. Das bedeutet, dass sie nur Produkte und IT-Dienstleistungen verkaufen, die den Kunden einen echten Mehrwert bieten. Es geht vor allem darum, sich auf die Bedürfnisse der Kunden zu konzentrieren und die Dienstleistungen entsprechend anzupassen.



2. Service-Angebot vereinfachen

Komplexität ist das Letzte, was Interessenten und Kunden wollen. Deshalb ist die Standardisierung des IT-Produkt- und Dienstleistungsangebots entscheidend für den Erfolg. Laut der Technology & Services Industry Association (TSIA) gaben in einer kürzlich bei Manager Service Providern durchgeführten Umfrage [77 Prozent](#) der Unternehmen an, dass sie über einen Standard-Servicekatalog verfügen. Die Gründe dafür sind einfach: Weniger Angebote bedeuten weniger Komplexität, vereinfachen die Skalierung und gewährleisten wiederholbare Ergebnisse und Rentabilität. Indem MSPs und VARs ihr Angebot in klare, leicht verständliche Stufen unterteilen, z. B. Basic, Plus und Premium, können Kunden die Produkte und Dienstleistungen, die ihren Bedürfnissen am besten entsprechen, leicht verstehen und auswählen.

3. Transparente Vereinbarungen haben Priorität

Transparenz in Service-Level-Agreements (SLAs) ist unerlässlich. Wenn MSPs klare Erwartungen hinsichtlich des Umfangs der angebotenen Dienstleistungen, der Reaktionszeiten und der Verantwortlichkeiten festlegen, können sie Missverständnisse vermeiden und Vertrauen aufbauen. In einem kürzlich erschienenen [Artikel auf Business.com](#) wird darauf hingewiesen, dass transparente Unternehmen eine solide Grundlage für das Vertrauen und die Loyalität ihrer Kunden schaffen, was sich wiederum positiv auf den Umsatz auswirken kann. Noch wichtiger ist, dass transparente Vereinbarungen das Potenzial für Kundenstreitigkeiten erheblich verringern.

4. Faire und transparente Preisgestaltung

Jeder Kunde, der sich nicht sicher ist, ob ihm angemessene Preise für Produkte und Dienstleistungen in Rechnung gestellt werden, wird sich wahrscheinlich nach einem anderen Anbieter umsehen. Eine faire und transparente Preisgestaltung ist die Grundlage für den Aufbau langfristiger



Kundenbeziehungen. Überhöhte Preise oder versteckte Kosten können das Vertrauen zerstören und MSPs Kunden kosten.

5. Vertrauen schaffen durch Beständigkeit

Da Kunden ihren Vertragspartnern ihr wertvollstes Gut – die Daten – anvertraut haben, ist es unerlässlich, dass MSPs und VARs ihr Versprechen konsequent einhalten. Das verschafft einen guten Ruf hinsichtlich der Zuverlässigkeit und führt oft zu Kundenempfehlungen.

6. Fokus auf kontinuierliche Verbesserung und höchste Standards

Wenn sich MSPs und VARs bei ihrem Tun darauf konzentrieren der Beste zu sein – von der Servicebereitstellung über das Kundenmanagement bis hin zur betrieblichen Effizienz –, heben sie sich von ihren Mitbewerbern ab. Die Verpflichtung zu höchsten Standards in allen Unternehmensbereichen wird neue Interessenten anziehen und den Status als vertrauenswürdiger Partner für bestehenden Kunden erhalten.

Folgen Sie Arcserve auf [LinkedIn](#) oder [X](#) und lesen Sie unsere neuesten Artikel zum Thema Datenschutz und -management im Arcserve [Blog](#).

Unternehmenskontakt

Jock Breitwieser
Arcserve
+1 408.800.5625
jock.breitwieser@arcserve.com

Agenturkontakt

TC Communications
Arno Lücht
+49 8081 9546-19
Thilo Christ
+49 8081 9546-17
arcserve@tc-communications.de