



Factsheet

KWESTIE VAN DE JUISTE VRAGEN STELLEN.

De verkoop van clouddiensten vraagt om andere vaardigheden dan eenmalig een licentie op software en hardware verkopen. Natuurlijk blijft een aantal zaken hetzelfde, zoals de aandacht die uw klanten nodig hebben. Toch verandert er veel. Om te beginnen de klant zelf. U doet voortaan zaken met iemand die de business vertegenwoordigt, in plaats van met de IT-manager. Deze whitepaper geeft tips en aanwijzingen voor een effectievere cloudverkoop en betere relatie met uw klant.

UITDAGINGEN

Cloudverkoop kan ingewikkeld zijn. Een greep uit de grootste uitdagingen:

1. U ontmoet nieuwe gesprekspartners

Waarschijnlijk verkocht u IT meestal direct aan de IT-afdeling, vanwege het technisch belang. Tegenwoordig liggen de zaken anders. Investerings in de cloud zijn vaak gedreven vanuit de business. De cloud heeft namelijk invloed op de bedrijfsprocessen van uw klant. Soms maakt hij zelfs bedrijfsprocessen mogelijk die eerder niet bestonden.

Dat betekent dat u veelal met de directie en C-level managers aan tafel zit. Zij hebben andere belangen en spreken een andere 'taal'.

2. Klanten willen bewijs zien

De tijd dat klanten u op uw woord geloven, is voorbij. Organisaties zijn in de loop der jaren kritischer geworden. Ze willen eerst bewijs zien dat oplossingen hun business daadwerkelijk vooruithelpen. Daarom vragen ze vaker naar een Proof of Concept. Ook vragen IT'ers regelmatig uw hulp bij het samenstellen van de businesscase.

3. De cloud moet integreren in de bestaande omgeving

Zelden stappen klanten in één keer over naar de cloud. Cloudoplossingen zijn vaak aanvullingen op de bestaande IT-infrastructuur. Dat betekent dat die bestaande omgeving zo goed mogelijk bij de nieuwe oplossingen moet aansluiten.

4. Abonnementen zijn opzegbaar

Is een klant ontevreden en wil hij stoppen met een cloudoplossing, dan kan dat vrij eenvoudig. Veel cloudoplossingen zijn immers maandelijks opzegbaar. Bovendien vormen ze vaak een 'commodity'; dezelfde software wordt door meerdere partijen geleverd. De klant kan makkelijk een andere leverancier vinden. Hij zit voor wat de oplossing betreft dus niet aan u vast.

DO'S EN AANDACHTSPUNTEN

De verkoop van clouddiensten vereist een andere aanpak en mindset dan de levering van on-premises software. Dit zijn de belangrijkste 'do's' en aandachtspunten om uzelf goed te presenteren bij uw klant.

1. Houd uw klant op de hoogte van updates

Leveranciers van clouddiensten verbeteren hun software voortdurend. Houd klanten daarom op de hoogte van alle aanpassingen die hen kunnen helpen. Maar overval ze niet met nieuwe versies, gewijzigde interfaces en functies waarvan ze de toegevoegde waarde niet inzien. Als het gaat om productontwikkeling moet u dus goed weten wat er bij de betrokken vendors speelt.

2. Stel de juiste vragen

Ga bij een prospect op zoek naar de pijnpunten. Waar loopt hij tegenaan? Met welke clouddiensten is dat eventueel op te lossen? Let op: het gaat hier om het verbeteren van de bedrijfsvoering, niet om de technische aspecten van de soft- en hardware. Vraag hem ook welk businessdoel een cloudoplossing dient. En of dat in lijn is met de wens van de klant. Het 'waarom' van een technische oplossing is uiteindelijk altijd leidend, niet het 'hoe' en 'wat'.

Besluiten u en uw klant dat de cloud de beste oplossing biedt, breng dan de specifieke functionele wensen in kaart. Hoe belangrijk is bijvoorbeeld controle over de data? Welke uptime en mate van ondersteuning wil uw klant? Zijn er wellicht juridische haken en ogen waarmee u als cloudpartner rekening moet houden?

Voordat u het gesprek aangaat, is het zinvol zoveel mogelijk over het bedrijf te weten te komen, en over de branche waarbinnen het bedrijf opereert. Zo kunt u de vragen aanscherpen en specifieker maken voor uw klant.

3. Houd rekening met verschillende behoeften

Meerdere partijen zijn betrokken bij de aanschaf van clouddiensten. U moet zich verdiepen in hun specifieke behoeften. De CIO, CDO en CSO willen veel aandacht voor beveiliging en compliance, en de CFO heeft vragen over de financiering.

De CTO gaat echter vooral in op technische aspecten. Verwacht van hem vragen als: hoe integreren de clouddiensten in de bestaande omgeving? Hoe krijgt de eventuele migratie vorm? En hoe passen we updates toe?

Ten slotte wil de business horen hoe de oplossingen bijdragen aan het bedrijfsresultaat, hoe het met transparantie zit, en hoe risico's worden gemanaged. Zorg dat u hier pasklare antwoorden voor heeft.

4. Kijk uit met grote beloften

In de tijd dat on-premises oplossingen de enige opties waren, konden torenhoge beloften worden gedaan zonder dat dit grote gevolgen had. Viel een oplossing tegen, dan was switchen een hele opgave. Klanten waren hierdoor veel afhankelijker van hun leverancier.

De cloud heeft de relatie tussen klant en leverancier drastisch veranderd. Veel oplossingen zijn maandelijks opzegbaar. Pas dus op met harde beloften. Vermijd het risico op een teleurgestelde - of zelfs vertrekkende - klant.

5. Zorg voor razendsnelle probleemoplossing

Omdat clouddiensten nauw verbonden zijn met bedrijfsprocessen, leidt een storing al snel tot vertraging of stagnatie van de werkzaamheden. In dat geval verwachten klanten dat u het probleem in no-time oplost.

6. Werk als een team

Wie clouddiensten verkoopt, moet een team vormen met zijn klant. U bent niet alleen afhankelijk van goede samenwerking met hem, maar ook van specifieke kennis die de verschillende stakeholders in het gehele proces hebben. Zorg ervoor dat uw salesafdeling een sterk team kan samenstellen. Daarbij is een hoofdrol weggelegd voor de verschillende belangenvertegenwoordigers bij de klant: IT, financiën, algemeen management.

>>>

7. Maak een professionele demo

We leven in het 'agile tijdperk'. Software wordt gebouwd in teams van belanghebbenden (IT én business). Dat doen ze in 'sprints': vooraf bepaalde periodes voor het opleveren van werkende software (als onderdeel van de uiteindelijke oplossing). Een sprint duurt meestal 14 dagen, maar ook sprints van 1 dag komen al voor. Klanten zijn dus gewend om snel te zien dat iets daadwerkelijk gaat werken.

Verkoopt u clouddiensten, dan moet u klanten uitgebreide demo's geven. Zorg in dat geval dat u in oriënterende gesprekken de pijnpunten van de klant helder in kaart heeft. Dan weet u hoe de software een positieve bijdrage kan leveren aan de bedrijfsprocessen. Hierbij is de integratie van de voorgestelde clouddienst met bestaande processen belangrijk.

Het is handig één of meer persona's van de klant als uitgangspunt te nemen. Een persona is een functionaris met bepaalde taken en bevoegdheden. Laat met de demo zien hoe uw klant taken makkelijker of sneller kan uitvoeren. Gaat het om nieuwe taken die zonder de betreffende clouddienst onmogelijk zijn? Laat dan zien hoe deze taken binnen de bestaande bedrijfsvoering passen. Deel tijdens het tonen van de demo's ook gerust de successen van andere klanten die gebruikmaken van de voorgestelde toepassing(en).

Luister tijdens het tonen van de demo goed naar de opmerkingen van de klant. Ze bevatten aanwijzingen om de oplossing verder te verbeteren. Koppel dit terug na de demo. U laat zo zien dat u oog heeft voor specifieke klantwensen, en dat u feedback graag in de oplossing verwerkt.

Dergelijke demo's kunt u in speciaal daarvoor ingerichte 'experience centers' geven. Dit zijn uitgebreide showrooms waar uw klant kan kennismaken met de nieuwste technologieën.

8. Wees open over de financiën

Veel organisaties weten niet precies hoeveel ze voor hun automatisering betalen. Bij clouddiensten gaat het eenvoudigweg om een abonnementsprijs per maand. Leg de Total Cost of Ownership uit. Het gaat namelijk in alle gevallen ook om systeembeheer en -onderhoud. Zet dit af tegen de bestaande situatie. Benadruk

dat de upgrades van clouddiensten geen meerkosten zijn; ze zijn onderdeel van een continu proces.

Maak duidelijk hoe u het gebruik van de clouddiensten meet. Laat zien dat klanten inzicht krijgen in hun verbruik. Hier zijn middelen voor beschikbaar. Bijvoorbeeld een centrale cloudportal waarmee u, maar ook uw klant, eenvoudig ziet wat het verbruik is. Dezelfde omgeving maakt eenvoudige facturatie mogelijk. Zo'n portal is eventueel in private label mogelijk, zodat u herkenbaar blijft.

9. Beleg een aparte bespreking over security

Veel organisaties in Nederland hebben last van koudwatervrees als het gaat om gebruik van de public cloud. Zij vrezen voor onvoldoende security in een datacenter dat ook gegevens van andere bedrijven verwerkt.

Laat zien over welke certificaten de leverancier beschikt. Vertel dat cloudproviders doorgaans betere beveiligingsmaatregelen treffen dan bedrijven die alles on-premises afhandelen, omdat hun reputatie op dit vlak doorslaggevend is. Incidenten tasten immers hun bestaansrecht aan. Breng eventueel een vertegenwoordiger van de cloudprovider mee voor een toelichting. Ook hier geldt dat de verkoop van clouddiensten teamwork is.

10. Geef compliancy extra aandacht

De Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) verplicht organisaties gevoelige persoonsgegevens te beschermen. Als dergelijke data op straat komen te liggen, leidt dat tot een hoge boete en aanzienlijke reputatieschade. Ga met de verantwoordelijke bij de klant dieper in op de AVG. Maak duidelijk hoe de gewenste clouddienst omgaat met gevoelige data en hoe u de security inzichtelijk maakt. Zo kunnen rapportages aantonen dat uw klant compliancy goed heeft geregeld en serieus neemt.

11. Nadruk op bedrijfswaarde

Automatisering is het middel, optimale bedrijfsprocessen zijn het doel. Houd dit in uw achterhoofd. Een aantal aandachtspunten zijn hierbij belangrijk:

- Bespreek hoe de gewenste oplossing een bijdrage levert aan de bedrijfsdoelstellingen. Met de ver-

>>>



BETREK ONS ZO VROEG MOGELIJK IN HET PROCES, OM SAMEN DE BESTE OPLOSSING SAMEN TE STELLEN.

tegenwoordigers van de business bespreekt u de bedrijfswaarde van de clouddienst. Daarmee laat u zien dat u zich heeft verdiept in het bedrijf en dat u begrijpt welke pijnpunten de cloudoplossing bestrijdt.

- Maak met IT afspraken over het meten van de effectiviteit van de cloudoplossing. Wellicht zijn concrete rapportages mogelijk.
- Maak ook afspraken over wat er moet gebeuren als de resultaten tegenvallen.
- Laat zien dat de investeringen waarde opleveren.

12. Verleen continue service

Bij een clouddienst is de bedrijfscontinuïteit deels in handen van de cloudprovider. Een storing kan het bedrijf gedeeltelijk of zelfs volledig platleggen. Zorg daarom dat de klant altijd op u kan bouwen, ook als het misgaat. Bespreek hoe de helpdesk in dat geval te werk gaat.

Let wel: klantondersteuning vereist méér dan alleen het oplossen van incidenten. Blijf met elkaar in gesprek. Zo weet u altijd welke behoeften uw klant heeft, en of de huidige oplossingen hier nog steeds aan voldoen. Eén verkoopgesprek is niet meer genoeg.

13. Cloud maakt alles meetbaar

Clouddiensten dragen bij aan een beter bedrijfsresultaat. Dat beloven ze in ieder geval. Het is uw taak dit te bewijzen. Het mooie aan de cloud is dat alles meetbaar is. Tech Data biedt oplossingen voor het inzichtelijk maken van het gebruik van clouddiensten. Handig als afrekenmodel, maar vooral om eventuele verbetermogelijkheden te vinden. U kunt deze oplossingen trouwens onder uw eigen naam inzetten. Wie dit goed oppakt, toont zich een betrouwbare partner. Klanten stellen dit bijzonder op prijs.

14. Voeg Tech Data toe aan het team

Tech Data heeft direct contact met leveranciers van clouddiensten en -software. We kunnen u uitgebreid ondersteunen bij de verkoop van clouddiensten:

• Kennis en expertise

We zien met welke diensten uw klanten hun bedrijfsvoering kunnen verbeteren. Met onze kennis en ervaring ondersteunen we u bij het verkopen van clouddiensten. Laat onze experts helpen de situatie van uw klant grondig door te lichten, en mee te denken over passende oplossingen. We geven desgewenst passende trainingen en helpen u in het zadel met officiële certificeringen.

• Onestopshop door breed portfolio

We leveren een zeer breed pakket clouddiensten van zowel de grote leveranciers als van nichespelers. Dat bespaart u een flinke zoektocht.

• Eenvoudige beheer- en facturatie tools

Ook bieden we tools die het cloudegebruik inzichtelijk maken. We leveren ze desgewenst onder private label, voor het behoud van uw herkenbaarheid.

• Aanvullende diensten

Onze dienstverlening gaat veel verder dan ‘traditionele’ distributie. Zo geven we sales- en marketingondersteuning. Ook bieden we hulp bij de financiering van cloudgerelateerde investeringen.

Betrek ons zo vroeg mogelijk in het proces, om samen de beste oplossing samen te stellen. Wilt u weten waarmee we u kunnen helpen? Neem dan contact op met ons.

WWW.TECHDATA.NL

Tech Data Nederland B.V.

Tolnasingel 2 · 2411 PV Bodegraven
+31 (0) 88 133 40 00 · info@techdata.nl