

Mehr Umsatz, zufriedenerer Kunden

IN FÜNF SCHRITTEN ZUM PROFESSIONELLEN VERTRAGSMANAGEMENT

Viele Hersteller konzentrieren sich zu sehr auf die Neukundenakquise und vernachlässigen das Renewal-Management, also die Verlängerung bestehender Verträge. Dies ist ein großer Fehler, denn mit einem professionellen Vertragsmanagement lassen sich nicht nur die Umsätze steigern, auch die Kundenbindung wird verbessert.

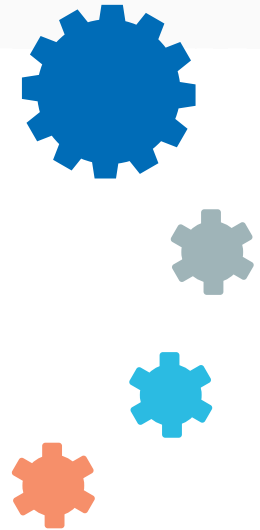
Viele Hersteller konzentrieren sich zu sehr auf die Neukundenakquise und vernachlässigen das Renewal-Management, also die Verlängerung bestehender Verträge. Dies ist ein großer Fehler, denn mit einem professionellen Vertragsmanagement lassen sich nicht nur die Umsätze steigern, auch die Kundenbindung wird verbessert.

Die Pflege und der Ausbau bestehender Kundenbeziehungen und -verträge sind wesentliche Bestandteile einer nachhaltig erfolgreichen Unternehmensstrategie. Erstaunlicherweise scheint diese Tatsache im Top-Management vieler Firmen ignoriert zu werden. Laut einer Umfrage des Analystenhauses Gartner rangieren Investitionen in wiederkehrende Umsätze unter CEOs auf deren Prioritäten-Liste abgeschlagen auf Platz 13 von 14 möglichen. Dies ist nicht nur bedenklich, sondern auch wirtschaftlich nicht vertretbar. Laut Berechnungen von Bain & Company ist es sechs bis sieben Mal teurer, einen Neukunden zu akquirieren als einen Bestandskunden zu halten.

Hinzu kommt, dass ein erfolgreiches Renewal-Management, also die professionelle Verwaltung und Verlängerung von Service-, Support-, Wartungs- und Lizenzverträgen, die Profitabilität nachhaltig und überproportional steigert. Die Margen liegen teilweise bei über 50 Prozent. Jede erfolgreiche Vertragsverlängerung bringt zudem wiederkehrende Umsätze über mehrere Jahre. Selbst das Neugeschäft lässt sich durch geschicktes Vertragsmanagement um durchschnittlich 10 bis 15 Prozent pro Jahr steigern.

Gründe für mangelhaftes Renewal-Management

Neben dem Desinteresse des Top-Managements sind es vor allem organisatorische Gründe, die ein erfolgreiches Vertragsmanagement verhindern. Häufig bestehen mit einem Kunden eine Vielzahl von Verträgen mit unterschiedlichsten Laufzeiten und Verlängerungskonditionen. Auch die Vertragsbeziehungen sind oft divers – manche Verträge wurden direkt abgeschlossen, andere laufen über einen oder mehrere Distributoren und wieder andere liegen im Verantwortungsbereich der Channelpartner.



Mit den folgenden fünf Schritten lässt sich dieses Dilemma lösen und das Vertragsmanagement auf eine neue Ebene heben:

1. Verschaffen Sie sich einen Überblick

Alle Verträge, die mit einem Kunden bestehen, sollten an einem zentralen Ort gesammelt werden – ganz egal wie groß oder klein sie sind, und ob der Umfang wenige hundert Euro beträgt oder im sechsstelligen Bereich liegt. Spezialisierte Dienstleister für das Renewal-Management bieten für dieses Vertragsmanagement eigene Software-Plattformen.



2. Werden Sie aktiv

Vertragsverlängerungen werden in vielen Fällen zu spät und nur reaktiv bearbeitet. Warten Sie nicht, bis ein Vertrag ausgelaufen ist oder kurz vor seinem Ende steht, sondern treten Sie frühzeitig mit dem Kunden in Kontakt. Dies bietet die Möglichkeit, die Vertragsverlängerung in Ruhe zu besprechen und die bestehenden Kontrakte gegebenenfalls an veränderte Rahmenbedingungen anzupassen, statt unter Zeit- und Kostendruck zu suboptimalen Lösungen zu kommen.

Auch bei dieser Aufgabe ist es eminent wichtig, alle Verträge und deren Laufzeiten im Blick zu haben. Professionelle Lösungen erinnern Sie rechtzeitig an anstehende Vertragsverhandlungen und geben Ihnen per Knopfdruck einen Überblick über die zu verhandelnden Konditionen.

3. Denken Sie weiter

Das herkömmliche, reaktive Vertragsmanagement hat den großen Nachteil, dass gar nicht über Cross- und Up-Selling-Möglichkeiten nachgedacht werden kann, weil alles schnell gehen muss und der Vertrag auszulaufen droht.

Mit dem notwendigen Überblick und einem proaktiven, vorausschauenden Renewal-Management ist dagegen eine Steigerung des Neugeschäfts um 10 bis 15 Prozent pro Jahr möglich. Aber nicht nur Sie profitieren von dieser Strategie. Indem Sie Versorgungslücken aufzeigen und die Support- und Servicelandschaft optimieren, helfen Sie auch Ihren Kunden. Eine bessere Kundenbeziehung und eine größere Loyalität zu Ihnen sind die positiven Folgen.

4. Machen Sie Ihre Kunden erfolgreich

In einer Welt, in der Vergleichsportale, Kundenbewertungen und der Wettbewerb nur einen Klick entfernt sind, funktioniert das sture „in den Markt drücken“ von Produkten und Lösungen nicht mehr. Das gilt auch für Support- und Service-Verträge oder Lizenzen. Stattdessen sollten Sie sich mit Ihren Lösungen für den Erfolg des Kunden ebenso verantwortlich fühlen, wie dieser sich selbst. Dazu ist es erforderlich, nicht nur alle Vertragsbeziehungen im Blick zu behalten, sondern auch deren Nutzung. Wenn Sie zum Beispiel feststellen, dass ein Kunde von hundert gekauften Software-Lizenzen nur zwei verwendet, sollten Sie ihn direkt und proaktiv darauf ansprechen und gemeinsam nach Lösungen suchen – bevor der Wettbewerb dies tut.



5. Lassen Sie sich helfen

Ein professionelles Renewal-Management ist alles andere als trivial, vor allem, wenn Verträge aus dem direkten und dem indirekten Vertrieb gemanagt werden müssen. Die Gefahr ist groß, dass sich der Channel bei der Gestaltung von Vertragsverlängerungen benachteiligt sieht und deshalb an deren Umsetzung nur halbherzig mitarbeitet. Eine neutrale Instanz, die alle Interessen im Blick hat und für alle Beteiligten eine optimale Lösung findet, ist deshalb ein unverzichtbarer Partner für ein professionelles Renewal-Management.

Fazit

Die Verlängerung und das Management von Service-, Support-, Wartungs- und Lizenzverträgen sind komplex und aufwändig. Potenziale werden deshalb häufig nicht genutzt, Verlängerungen erfolgen reaktiv oder im schlimmsten Fall gar nicht. Unternehmen, die so handeln, verschenken Geld, denn Vertragsverlängerungen sind mit 50 Prozent und mehr Rendite extrem margenstark und bieten zudem Potenzial für Neugeschäft. Die Investition in ein professionelles Renewal-Management zahlt sich deshalb in kürzester Zeit aus.

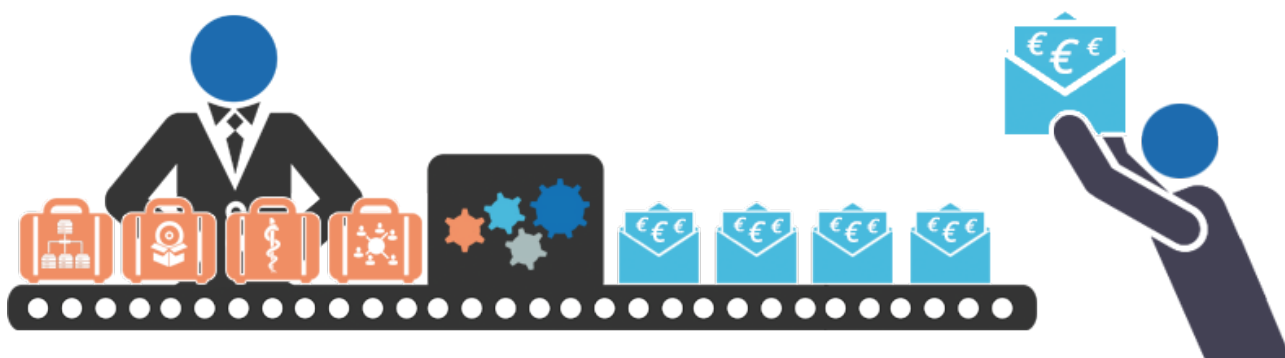
Über die Annuity Management Gruppe

Seit 2004 hat sich die Annuity Management Gruppe (www.annuity-management.com) als unabhängiger Spezialist mit mehreren europäischen Standorten ganz dem Vertrieb und der Erneuerung auslaufender IT-Service- und Wartungsverträge verschrieben. In Deutschland ist die Gruppe mit dem Tochterunternehmen Tesedi vertreten, das sämtliche Renewals von Hewlett Packard Enterprise Deutschland abwickelt. Hersteller und Händler als Auftraggeber profitieren damit von einer wertvollen Unterstützung im Service-Revenue-Management. Zahlreiche Kunden aus ganz Europa haben vor diesem Hintergrund ihr Renewal-Management outgesourct und nutzen die Dienstleistungen der Annuity Management Gruppe.



*Unser Know-how, unser Fokus und unsere IT
sind Ihre Vorteile!*

info@annuity-management.com



Autor: Dr. Thomas Hafen, redaktion@thafen.de

ANNUITY Management AG

Glatt Tower
CH-8301 Wallisellen

www.annuity-management.com