

DOCUWARE

Vergrößerung der Partnerbasis

Der Anbieter von Lösungen für das Dokumenten-Management will sein umsatzstarkes Partnergeschäft weiter ausbauen. Deshalb sucht der Software-Hersteller, der seit 2019 Teil der Ricoh-Gruppe ist, neue Vertriebspartner. Wir befragten Hermann Schäfer, Vice President Sales EMEA, APAC und Südamerika bei der DocuWare GmbH in Germering, inwieweit Fachhändler von einer Zusammenarbeit mit DocuWare profitieren können. So unterstützt das Unternehmen speziell Hardware-Verkäufer, die den Übergang vom „Produktverkauf zum Lösungsverkauf“ in einem möglichst kurzen Zeitraum bewerkstelligen wollen. Um DocuWare-Produkte vertreiben zu können, nehmen Partner an einem Zertifizierungs-Programm teil, welches die notwendigen Produkt- und Markt-Kenntnisse vermittelt.

INFO-MARKT: Wie sehen die kurz- und mittelfristigen Wachstums-Pläne von DocuWare im deutschen Markt aus? Und inwieweit spielt die Erweiterung des Vertriebsnetzes eine Rolle in Ihrer Strategie?

Schäfer: Seit mehr als 30 Jahren vertreibt DocuWare seine Software nun erfolgreich über den Channel. Das Partnergeschäft machte im vergangenen Jahr rund 80 Prozent des Gesamt-Umsatzes aus. Kurz- und mittelfristig möchten wir unsere derzeitigen Partner weiter stärken und neue Partnerschaften eingehen. Entsprechend planen wir auch weiterhin über unseren Händlerkanal zu wachsen – sowohl im deutschen Markt als auch weltweit.

INFO-MARKT: Welche Vorteile erlangen Fachhändler durch eine Partnerschaft mit DocuWare? Und wie unterstützen Sie Vertriebspartner, die sich vom klassischen Hardware-Verkäu-

fer hin zum Software-Anbieter und IT-Dienstleister entwickeln wollen?

Schäfer: Unternehmen investieren zunehmend in die digitale Transformation. Der Markt für Software für Dokumenten-Management und Workflow-Automation wächst stetig. Fachhändler profitieren mit DocuWare von einer leistungsfähigen Lösung, die sowohl On-Premises als auch in der Cloud zur Verfügung steht. Unsere Produkte eignen sich für Unternehmen jeder Größe und aller Branchen. Partner können so auf unterschiedliche Markt-Gegebenheiten einwirken und auf individuelle Kunden-Bedürfnisse eingehen. Unsere rund 3.000 Neukunden, die wir im vergangenen Geschäftsjahr gewinnen konnten, zeigen uns, dass dies der richtige Weg ist. Für die Partner wiederum bedeutet eine Zusammenarbeit mit DocuWare außerdem neue Umsatz-Chancen und Wach-



Hermann Schäfer, Vice President Sales bei DocuWare:

„Unabhängig von der Kategorie der Fachhändler stehen unseren Partnern im Rahmen der Zusammenarbeit unsere ‚Regional Sales Directors‘ zur Seite. Diese sind so geschult, dass sie die Fachhändler – egal, aus welchem Bereich diese kommen – nicht nur beim Kunden vor Ort unterstützen, sondern darüber hinaus auch bei der strategischen Planung.“

(Foto: DocuWare)

tums-Möglichkeiten. Sie profitieren von einem ansprechenden Preismodell kombiniert mit einem sehr attraktiven Margengeschäft.

Unabhängig von der Kategorie der Fachhändler stehen unseren Partnern im Rahmen der Zusammenarbeit unsere ‚Regional Sales Directors (RSDs)‘ zur Seite. Diese sind so geschult, dass sie die Fachhändler – egal, aus welchem Bereich diese kommen – nicht nur beim Kunden vor Ort unterstützen, sondern darüber hinaus auch bei der strategischen Planung. Neben der Unterstützung durch unsere Sales-Teams erhalten unsere Partner zusätzlich Hilfestellungen im Bereich Marketing.





DocuWare-Zentrale in Germering: Das Unternehmen definiert für Partner keine Zielvorgaben. Alle Fachhändler können eigenständig entscheiden, in welchem Partnerstatus (Base, Silver, Gold und Platin) sie sich aufhalten möchten. (Foto: DocuWare)

Unser Professional-Service-Team unterstützt bei den ersten Implementierungen und bietet weltweiten Support bei Neukunden. Damit bieten wir insbesondere den Hardware-Verkäufern alle Tools und Hilfen an, um den Change-Prozess vom Produktverkauf zum Lösungsverkauf in kürzest möglicher Zeit erfolgreich zu bewältigen. Wir hören von neuen Partnern immer wieder, dass dieser Support einzigartig ist und sie bisher noch nichts Vergleichbares bei anderen Herstellern gesehen haben.

INFO-MARKT: In welchen Absatzgebieten suchen Sie aktuell neue Händler?

Schäfer: Wir möchten unsere Partnerbasis gerne noch weiter ausbauen. Entsprechend sind wir weltweit auf der Suche nach neuen Fachhändlern, die unsere

Produkte verkaufen. Dies schließt auch die DACH-Region mit ein.

INFO-MARKT: Auf welches Produkt-Portfolio von Ricoh können Ihre Vertriebspartner zurückgreifen?

Schäfer: Durch eine Partnerschaft mit DocuWare haben unsere Vertriebspartner ausschließlich Zugriff auf DocuWare-Produkte und -Services. Um auf das Produkt-Portfolio von Ricoh zugreifen zu können, ist es notwendig, einen Vertrag mit Ricoh abzuschließen.

INFO-MARKT: Mit welcher Art von Fachhändler arbeiten Sie bevorzugt zusammen und aus welchen Gründen?

Schäfer: Wir bevorzugen keine bestimmten Fachhändler. Ob klassische Hardware-Verkäufer, Systemhäuser oder IT-Spezialisten – unsere Vertriebspartner kommen aus unterschiedlichen Bereichen. Unser Trainings-Konzept ist entsprechend so aufgebaut und unsere Mitarbeitenden sind so geschult, dass wir mit allen Arten von Fachhändlern zusammenarbeiten können.

INFO-MARKT: Welche konkreten Voraussetzungen und Leistungs-Merkmale muss ein Fachhändler erfüllen, um eine Partnerschaft mit Ihnen eingehen zu können? Und welche Zertifizierungs-Stufen umfasst Ihr Partner-Programm?

Schäfer: Grundsätzlich muss die Entscheidung, eine Partnerschaft mit DocuWare einzugehen, vom Management getragen werden. Dem Fachhändler sollte von vornherein bewusst sein, dass in einem neuen Business-Umfeld Investitionen getätigt werden müssen, um langfristig erfolgreich zu sein und ein Wachstum zu verzeichnen, was wir wiederum mit attraktiven Margen supporten.

Kommt eine Partnerschaft zustande, steht als nächster Schritt die Zertifizierung der zuständigen Mitarbeitenden an. Das Partner-Zertifizierungsprogramm bietet allen DocuWare-Vertriebspartnern die optimale Ausbildung, um mit Fachwissen und genauen Produkt-Kenntnissen erfolgreich im Markt für Dokumenten-Management agieren zu können. Mindestens eine Person muss im Rahmen der Zertifizierung den Status ‚DocuWare Application Consultant (DAC)‘ erreichen und eine weitere muss die Ausbildung zum ‚DocuWare System Consultant (DSC)‘ abschließen. Ziel dabei ist, dass die Partner nach erfolgreichem Bestehen der Zertifizierungen eigenständig Umsätze generieren.

INFO-MARKT: Muss ‚DocuWare‘ die Erst-Marke bei Ihrem Partner sein? Oder darf dieser auch Software-Produkte von anderen Herstellern schwerpunktmäßig vertreiben?

Schäfer: Selbstverständlich dürfen unsere Partner auch Software-Produkte von anderen Herstellern vertreiben, solange es sich dabei nicht um andere ECM-Lösungen handelt. Partner profitieren dadurch sogar häufig von Cross-Selling-Möglichkeiten. Im Bereich von ECM verfolgen wir eine Monobrand-Strategie, um den Fokus zu wahren.

INFO-MARKT: Welche Schulungs-Angebote hält die ‚DocuWare Academy‘ für Vertriebspartner bereit? Welche Teilnahme-Voraussetzungen gibt es für Partner, die sich als Einsteiger mit den DocuWare-Produkten vertraut machen wollen?

Schäfer: Die DocuWare Academy stellt alle relevanten Schulungen bereit, die unseren Part-

nern dabei helfen, exzellentes Prozess- und Produkt-Know-how für ihre Kunden zu erlangen und unsere Software-Lösung erfolgreich zu vertreiben. In eLearnings und Webinaren können sie Zertifizierungen abschließen sowie an ergänzenden spezifischen Trainings teilnehmen.

Die Zertifizierung zum ‚DocuWare Sales Advisor (DSA)‘ ist die Einstiegs-Zertifizierung. Damit werden Mitarbeitende befähigt, qualifizierte Gespräche mit Interessenten zum Thema Dokumenten-Management zu führen und diese von Notwendigkeit und Nutzen eines Dokumenten-Management-Systems zu überzeugen. Diese Zertifizierung unterstützt insbesondere unsere Hardware-Verkäufer. Die darauffolgenden Schritte werden dann wiederum von den zuvor

beschriebenen zertifizierten DocuWare Application und DocuWare System Consultants übernommen.

INFO-MARKT: Gibt es jährliche Zielvorgaben, die ein Fachhändler als DocuWare-Partner erreichen muss? Wenn ja, welche?

Schäfer: DocuWare definiert keine Zielvorgaben, die die Partner zu erreichen haben. Alle unsere Fachhändler können eigenständig entscheiden, in welchem Partnerstatus sie sich aufhalten möchten beziehungsweise sind dafür selbst verantwortlich. Der Partnerstatus unterscheidet dabei zwischen Base, Silver, Gold und Platin und ist abhängig vom Umsatz-Volumen. Entsprechend dem erreichten Status profitieren die Partner-Unternehmen von unterschiedlichen Rabattstufen und Bonus-Programmen. ■