



Quelle: pixabay @ Julia Schwab

Strategisches Partnermanagement

Die richtige Partnerstrategie und das passende Konzept sind die wesentlichen Faktoren eines erfolgreichen Partnermanagements. Schaut man sich vor diesem Hintergrund die IT-Branche genauer an, entdeckt man, dass das Partnermanagement meist zu wenig durchdacht ist, sowohl in strategischer, als auch in operativer Hinsicht. Hintergrund ist meist eine Unsicherheit darüber, was Partnerschaft überhaupt bedeutet. Hier gilt es, aus dieser Unsicherheit die richtigen Konsequenzen zu ziehen und konsequent ein strategisches Partnermanagement zu implementieren.

Was bedeutet „strategisches Partnermanagement“?

Strategische Partnerschaft bedeutet mehr als nur einzelne Deals gemeinsam anzugehen. Für eine erfolgreiche Partnerschaft müssen Regeln und Prozesse definiert werden, auf deren Basis eine langfristige Kooperation erfolgreich etabliert werden kann. Darüber hinaus ist es erfolgskritisch, dedizierte Partnermanager zu benennen. Deren Aufgabe besteht – analog zum Key Account Management – in der Betreuung der ihnen zugeordneten Partner mit dem Ziel, die Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Partnerschaft zu schaffen. Idealerweise greift der Partnermanager dabei auf Methoden und Tools eines definierten Partnerprogramms zurück, welche die individuellen Anforderungen der verschiedenen Partnerkategorien berücksichtigen. In diesem Zusammenhang lassen sich die Partner i.d.R. den folgenden drei Kategorien zuordnen:

- **Vertriebspartner**
- **Technologiepartner**
- **Servicepartner**



Erfolgsfaktor Kommunikation

Viele Bausteine eines Partnerprogramms und deren erfolgreiche Umsetzung sind für eine erfolgreiche Partnerschaft essentiell. Dabei hat die Benennung eines verantwortlichen Ansprechpartners in beiden Unternehmen einen sehr hohen Anteil daran, ob eine künftige Zusammenarbeit erfolgreich sein wird, oder eben nicht. Die „verantwortlichen“ Ansprechpartner steuern die Kommunikation untereinander und innerhalb des eigenen Unternehmens. Dieser Informationsaustausch und das kontinuierliche Monitoring füllen nicht nur eine Kooperation mit Leben, sondern fungieren auch als Frühwarnsystem. Damit können Partnerschaften aktiv gesteuert

werden und - wenn nötig - rechtzeitig im beiderseitigen Einvernehmen beendet werden. Dies ist für alle Seiten weit positiver, als eine Zusammenarbeit, die nur noch auf dem Papier besteht und um die sich keiner mehr kümmert.

FAZIT

Eine strategische Partnerschaft hat durchaus positiven Einfluss auf das Wachstum im Neukundengeschäft, auf das Geschäftsergebnis und auch auf den Marktwert des Unternehmens. Dies zeigt, dass Investitionen in ein strategisches Partnermanagement durchweg positive Effekte haben. Voraussetzung dafür ist, dass das strategische Partnermanagement von Beginn an strategisch und operativ konsequent durchdacht und umgesetzt wird.