

# VTX investiert in Partner

Bislang lief das Geschäft mit den Partnern bei VTX eher so nebenbei. Nun will man sich dem Partnergeschäft bewusster zuwenden.

TEXT: ALINA BRACK

Seit rund einem Jahr weht beim Schweizer Full-Service-Telecom-Provider VTX ein neuer Wind, wurde dazumal doch die bisherige Geschäftsleitung durch den neuen CEO Yves Pitton abgelöst. Seither hat man sich beim

Unternehmen auch Gedanken über die strategische Ausrichtung gemacht und ist zum Schluss gekommen: Das Partnergeschäft ist der Schlüssel zum Erfolg. «Die Margen sinken, die Konkurrenz ist stark, Swisscom ist dominant und andere grössere Player schliessen sich zusammen. Wir sind überzeugt, unseren Marktanteil verteidigen und wachsen zu können», erklärt dazu Daniel Hux, seit Mitte 2016 Chief Commercial Officer bei VTX, im Gespräch mit «Swiss IT Reseller». Und er ergänzt: «Wenn man aus eigenen

Stücken wachsen will, dann muss man auf andere Art und Weise einen Vervielfachungseffekt erzeugen. Wir wollen deshalb nun zusammen mit Vertriebspartnern eine Hebelwirkung erzeugen.»

## Persönliche Note als Pluspunkt

Komplett neu ist das Partnergeschäft für VTX allerdings nicht. «Wir haben auch bislang über Partner verkauft, aber nicht mit voller Konsequenz und ohne die optimalen Mittel dafür einzusetzen», gibt Hux zu. Das will man jetzt ändern und sich dem Partnergeschäft bewusst zuwenden. Die Botschaft, die unter dem Namen VTX Academy verbreitet wird, lautet denn auch dynamischer, flexibler, moderner und vor allem persönlicher. «VTX war bislang eine doch ziemlich technisch orientierte Firma, mit dem entsprechenden Fokus auf die Produkte. Neu sollen die Kunden und Partner im Fokus stehen», verspricht der Chief Commercial Officer.

Dabei betont Hux immer wieder die persönliche Note. «Durch unsere Kompaktheit – wir verfügen schweizweit über rund 150 Mitar-

beiter – ist es uns möglich, die Kunden und Partner sehr persönlich zu betreuen», führt er aus. Ein Partner habe immer dieselben Ansprechpartner – sprich einen persönlichen Partner-Manager, Techniker oder eine persönliche Kontaktperson in der Administration. «Die KMU, die wir adressieren, schätzen das sehr. Wir sind greifbarer als etwa grössere Mitbewerber, quasi auf Augenhöhe. Die Partner, welche wir ansprechen, sind vor allem IT-Integratoren und IT-Operatoren, IT- und Telecomberater, Application Provider, Installations- und Facility-Management-Firmen oder Webdesigner. Gemeinsam können wir so wachsen und Marktanteile steigern.»

## Partner-Tool für Offerten und Support

Einen weiteren Punkt, der für VTX spricht, ist laut Hux die Flexibilität: «Alle unsere Mitarbeiter wissen, dass wir in der Betreuung, Lösungsfindung und bei den Entscheidungswegen schneller sein müssen als die Konkurrenz.»

Aber auch mit dem neuen Partnerweb Tool, das eigens neu entwickelt wurde, will VTX die Partner begeistern. «Über dieses Tool, das wie ein Onlineshop aufgebaut ist, kann der Partner seine Kundenbeziehungen administrieren. Er sieht etwa, wie viel Umsatz oder Provisionen er gemacht hat oder welche Bestellungen ausstehen», so Hux. Des weiteren erlaube das Portal die Erstellung von Offerten, der Partner könne also für seinen Kunden eine passende Lösung zusammenstellen, alles entsprechend konfigurieren und dann bestellen. Doch damit nicht genug: Auch den First Level Support kann der Partner beim Endkunden über dieses Portal abwickeln. «Dazu erhält er über das Partnerweb-Tool Zugriff auf unsere technischen Analyse-Tools, um zu sehen, was nicht funktioniert. Ausserdem kann er, wenn zum Beispiel eine Leitung nicht funktioniert, direkt eingreifen und das Problem beheben.»

## Agenten, Partner und Experten

Diesen First Level Support dürfen allerdings nicht alle Partner leisten. «Dazu muss man die Expert-Partner-Stufe erreicht haben», so Hux. Je nach gewünschter Tiefe der Zusam-



**«Wir wollen nun zusammen mit Vertriebspartnern eine Hebelwirkung erzeugen.»**

Daniel Hux, Chief Commercial Officer, VTX.  
(Bild: Thomas Entzeroth)

menarbeit werden die Partner in die Stufen Agent, Partner und Expert Partner eingeteilt. Dabei handelt der Agent als reiner Vermittler. Hux führt aus: «Er meldet uns potentielle Kunden, das ist alles. Für den Vermittlungstipp erhält er eine einmalige Provision.» Der Partner hingegen schliesst mit dem Kunden den Vertrag ab, macht also die Konfiguration, gewährleistet aber keinen First Level Support. Die Partner auf dieser Stufe profitieren von wiederkehrenden Provisionen, sogar auf dem laufenden Telefonie-Gesprächsumsatz.

Die höchste Stufe ist der Expert Partner, der den Vertrag mit dem Endkunden abschliesst und auch «Eigentümer» des Kunden bleibt. «Diese Kunden werden von uns nicht am Partner vorbei direkt angegangen oder betreut», so Hux. Auch hier stehen den Partnern wiederkehrende

Provisionen zur Verfügung – auch auf dem Gesprächsumsatz.

#### **Qualität vor Quantität**

Das neue Partnerprogramm von VTX ist seit November 2016 aktiv. «Wir hatten vorher schon ein Partnergeschäft, einfach viel simpler und nur mit einmaligen Provisionen», erklärt Hux. Momentan sei man daran, die schweizweit rund 110 aktiven Partner einen nach dem anderen in das neue Modell einzubringen. Eine bestimmte Partneranzahl für die Zukunft strebt man bei VTX allerdings nicht an. «Es geht nicht um eine Verdoppelung oder Verdreifachung, ich will lieber die richtig guten Partner haben, die eng mit uns zusammenarbeiten wollen und gemeinsam mit uns viel leisten können. Für uns zählen Vertrauen, Commitment und Qualität», so Hux abschliessend. ■