



LEITFADEN

4 Tipps für die Zusammenarbeit mit einem Managed Services Provider

MANAGED SERVICES

Von den unvorhersehbaren oder ausufernden Kosten für die Wartung und Aktualisierung von Systemen bis hin zu Einführung neuer Hard- und Software – IT-Herausforderungen können die Ressourcen eines Unternehmens stark unter Druck setzen. Viele Unternehmen erwägen die Zusammenarbeit mit einem Managed Services Partner (MSP), damit die internen Mitarbeiter Zeit für das haben, was sie am besten können: das Geschäft führen. Das IT-Tagesgeschäft wird dann den Experten überlassen. In der Wettbewerbslandschaft gibt es viele qualifizierte MSPs, dennoch ist es entscheidend, dass Unternehmen bei der Suche nach dem richtigen MSP strategisch vorgehen, um den Partner zu finden, der nicht nur ihre technologischen Anforderungen erfüllt, sondern auch Services anbietet, die das Unternehmen nach vorne bringen.

Wir geben Ihnen vier Tipps für die erfolgreiche Auswahl eines Managed Services Providers.

1. Anforderungen Ihres Unternehmens verstehen

Bevor Sie sich an einen Anbieter wenden oder ein Budget erstellen, stellen Sie sicher, dass alle Beteiligten ein genaues Verständnis der Anforderungen an die Managed Services haben. Oftmals kommen die Anforderungen von außerhalb der IT-Abteilung, z. B. von den operativen Mitarbeitern. Es ist daher entscheidend, dass sich der MSP direkt mit der jeweiligen Abteilung des Unternehmens abstimmt, die Services benötigt. Wenn beispielsweise Managed Services für die Lohn- und Gehaltsabrechnung benötigt werden, sprechen Sie mit der Lohn- und Gehaltsabteilung, um mehr über deren Anforderungen zu erfahren und diese zu dokumentieren. Arbeiten Sie mit der IT-Abteilung zusammen, um herauszufinden, wie viel Unterstützung sie intern leisten kann und welche Services und in welchem Umfang ein Anbieter erbringen soll.

Anforderungen an die Interoperabilität ermitteln: Die meisten Unternehmen haben sicherlich verschiedene Kernsysteme, mit denen ein ERP-System interagieren muss. Stellen Sie sicher, dass diese Interaktionen und die Rolle, die ein Anbieter dabei spielt, genau verstanden werden. Dokumentieren Sie alle Anforderungen klar und deutlich und überprüfen Sie diese Dokumentation mit wichtigen Stakeholdern auf ihre Stimmigkeit. Diese Informationen sind von unschätzbarem Wert, wenn die von Ihnen benannten Ansprechpartner mit dem neuen Managed Services Provider zusammenarbeiten.

2. Frühzeitige Einbindung des oberen Managements und von Entscheidungsträgern

Am besten sichern Sie sich die Unterstützung des oberen Managements, wenn es frühzeitig in den Rechercheprozess einbezogen wird, damit es ein genaues und umfassendes Verständnis aller Anforderungen und der damit verbundenen Kosten hat.

Identifizieren Sie zunächst das Problem, das der Managed Services Provider für das Unternehmen löst. Das Ziel könnte sein, auch in Kombination:

- Entlastung der IT-Mitarbeiter
- Mehr Tiefe für Ihre Produktexpertise oder Erweiterung Ihrer Kompetenzen über das hinaus, was interne Mitarbeiter leisten können
- Senkung von Personalkosten

Nutzen Sie diese Vorteile und den finanziellen Nutzen für Ihre Argumentation, damit der ROI für Management Services deutlich quantifiziert werden kann.

3. Den richtigen Anbieter auswählen und seine Services verstehen

Achten Sie unabhängig von Ihrem Ansatz für die Auswahl auf mindestens zwei kritische Merkmale eines guten Managed Services Providers: **Ein Anbieter sollte über weitreichende Erfahrung in den Bereichen verfügen, in denen Sie kritischen Bedarf haben.** Wenn z. B. der größte Bedarf Ihres Unternehmens in der Frontend-Unterstützung besteht, stellen Sie sicher, dass der Anbieter den schnellen Zugriff auf Experten ermöglicht, die genügend Tiefe haben, um diesen Anforderungen gerecht zu werden.

Einer der Vorteile von Managed Services besteht darin, dass sie das mit interner Personalfuktuation verbundene Risiko begrenzen, dies aber nur, wenn der Anbieter einen breiten Pool an Experten besitzt. Führen Sie am besten Gespräche mit den Consultants des in Frage kommenden Anbieters und stellen Sie schwierige Fragen, um zu sehen, wie sie darauf antworten.

Suchen Sie nach einem Anbieter, der auf Ihre Bedürfnisse eingeht und ein Angebot unterbreitet, das individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnitten ist. Stellen Sie sicher, dass Sie das gesamte vom MSP angebotene Serviceportfolio verstehen, damit Sie fundierte Entscheidungen dazu treffen können, welche Optionen für Ihre geschäftlichen Anforderungen am relevantesten sind. Ein Anbieter, der Ihnen einen vorgefertigten Standardvertrag vorlegt, in dem festgelegt ist, welche Services enthalten sind und welche nicht, ist womöglich nicht flexibel genug, wenn sich Situationen ergeben, in denen Support benötigt wird, der nicht unter das Standardangebot fällt. Bestehen Sie darauf, dass der Leistungsumfang an Ihre voraussichtlichen Anforderungen angepasst wird und erweitert oder verkleinert werden kann, wenn sich Ihre Anforderungen ändern.

4. Priorisieren Sie Anforderungen und erstellen Sie ein Budget

Managed Services können von Full-Service bis hin zu spezifischen, gezielten Angeboten reichen. Die Preise hängen stark von dem vom Unternehmen gewählten Servicelevel ab. Auch wenn ein solider Anbieter sicherstellt, dass sich alle diese Services mehr als bezahlt machen, werden Sie vermutlich Anforderungen priorisieren und die Services auswählen müssen, die für Sie am erfolgskritischsten sind.

Beginnen Sie damit, ein Verständnis der Möglichkeiten der internen IT-Mitarbeiter zu entwickeln. Wenn Ihr System in einer lokalen Umgebung ausgeführt wird – können Ihre Mitarbeiter Patches installieren und verteilen?

Verfügen sie über Kompetenzen für die Sicherheitsadministration oder die Entwicklung nicht-standardmäßiger Workflows? Berücksichtigen Sie auch die Erfahrung Ihrer Benutzerbasis und Ihres internen Helpdesks. Benutzer, die sehr unerfahren sind oder keine Zeit haben, sich in das System einzuarbeiten, benötigen in stärkerem Maße funktionalen Support.

Fakt ist: Die Ressourcen eines Unternehmens sind begrenzt. Auch Ihre. Es ist wichtig, dass Sie verstehen, welche Anforderungen der MSP erfüllen muss, und dass alle diese Details in den Servicevertrag aufgenommen werden.

MEHR ERFAHREN 

Folgen Sie uns:     



Infor bietet Cloud-Applikationen für ausgewählte Branchen an. Das Unternehmen zählt 17.000 Angestellte und mehr als 67.000 Kunden in mehr als 170 Ländern. Mit Infor-Software können Anwender ihre Geschäftsprozesse optimieren. Weitere Informationen finden Sie auf www.infor.de.

Copyright© 2021 Infor. Alle Rechte vorbehalten. Die hier aufgelisteten Wort- und Designmarken (Name, Logo) sind Markenzeichen und/oder geschützte Marken der Infor und/oder deren Tochtergesellschaften und sonstiger verbundener Unternehmen. Alle anderen hier genannten Markenzeichen sind das Eigentum der betreffenden Unternehmen. www.infor.com

Infor (Deutschland) GmbH, Hollerithstraße 7, 81829 München, www.infor.de

INF-2453260-de-DE-0321-1