

Das sagen Distributoren und Systemhäuser**Was bringt Unified Communications?**

ChannelPartner wollte von Systemhäusern und Distributoren wissen, was sie von Unified Communications halten. Wir fragten, für welche Zielgruppen Unified-Communications-Lösungen besonders interessant sind, mit welchen Verkaufsar-

gumenten Fachhändler Kunden überzeugen können, welche Fachkenntnisse sie mitbringen müssen, welche technischen Voraussetzungen im Netz nötig sind und welches Zusatzgeschäft Unified Communications ermöglicht. **Hier die Antworten.**

Allnet**„Mittelstand und Industriekunden sind die klassischen Zielgruppen“**

Wir kommunizieren immer mehr und nutzen dabei immer neue und unterschiedliche Technologien. Besonders die Unterschiede der verwendbaren Medien innerhalb und außerhalb des Büros stellen die Kunden vor neue Herausforderungen. Mittelstand und Industriekunden sind die klassischen Zielgruppen für UC. Mit UC ist man immer erreichbar. Kein Kunde fällt mehr in eine Kommunikationslücke. Gerade für Handwerker und Handelsvertreter ist das der entscheidende Nutzen von UC, der sich schnell in nicht verlorenem,



Johannes Haseneder ist Geschäftsbereichsleiter Telekommunikation Allnet.

also zusätzlichem Umsatz widerspiegelt. Das Wichtigste ist, dass der Kunde weiß, was er erreichen möchte.

Der Fachhandel sollte sich als Lösungsanbieter verstehen. Zur Lösung gehören Wartungsverträge, Tarifberechnungen zur Optimierung der Ersparnis beziehungsweise Rentabilitätsberechnungen, Rahmenverträge mit GSM-Providern et cetera. **CP**

Herweck**„Das erreichbare Ziel ist ein erfolgreicherer Unternehmen“**

Unified-Communications-Lösungen sind für all jene Unternehmen besonders interessant, bei denen es durch eine gewachsene Infrastruktur und dadurch bedingte mediale Brüche zu Verzögerungen in den Arbeitsabläufen kommt. Das erreichbare Ziel der Einführung von UC ist ein erfolgreicherer Unternehmen durch effizientere Geschäftsprozesse und verbesserte Zusammenarbeit, da alle Mitarbeiter einfacher auf Informationen zugreifen können und dadurch erreichbar sind.

Das ganzheitliche Kommunikationskonzept erfordert



Jürgen Walch ist Produktmanager bei Herweck.

eine einheitliche Betrachtung. Der Errichter muss sich die Zeit nehmen, die Arbeitsabläufe des Kunden zu analysieren und zu dokumentieren. Bedingt durch die Unabhängigkeit der Daten von der Art des Endgerätes, ist der Verkauf zum Beispiel von PDAs und Mobilfunkgeräten/Dualphones mit passenden Rahmenverträgen der Netzbetreiber ein neues Geschäftsfeld. **CP**

Avodaq**„Mit einem spezialisierten Partner zusammenarbeiten“**

Grundsätzlich eignet sich Unified Communications (UC) für jedes Unternehmen, das seine Kommunikationsstrukturen effizienter gestalten möchte. Zusätzliches Umsatzpotenzial bieten Anwendungen wie Video, Home Office oder Lösungen für das standortübergreifende und zeitgleiche Bearbeiten von Dokumenten. Neue Versionen und erweiterte Funktionalitäten kommen stetig dazu.

Fachhändler müssen mit den Unternehmenszielen des Kunden vertraut sein und wissen, wie sich diese mit dem Einsatz von Unified Communications erreichen lassen. Für die technische Umsetzung be-



Sven Heinsen ist Mitglied der Geschäftsführung bei Avodaq.

nötigen Händler Know-how in den Bereichen Netzwerkinfrastruktur, IP-Telefonie und den entsprechenden Kommunikationslösungen. Bevor eine UC-Lösung implementiert wird, ist es erforderlich, das Netzwerk des Kunden auf „Voice Readiness“ zu prüfen. Das bedeutet, dass eine gute Sprachqualität zu gewährleisten ist. Verfügt der Händler nicht über die nötige Expertise, kann er mit einem spezialisierten Partner zusammenarbeiten. **CP**

Komsa Systems**„Kostenoptimierung durch Integration“**

UC-Lösungen sind dort interessant, wo durch die Integration der Sprachkommunikation in die IT-Welt Synergien und Zusatznutzen erzielt werden können. Dies trifft beispielsweise auf Nutzer zu, denen eine integrierte mobile Erreichbarkeit oder eine präsenzbasierte Kommunikation am Herzen liegt. Verkaufsargumente sind die kostenoptimierte Lösung durch Integration ins Netzwerk (TCO-Senkung), ein intelligentes Anrufmanagement und die einheitliche Kommunikation für Voice, Fax und E-Mail. Wichtig ist es, dem Endkunden eine UC-Lösung überzeugend, am besten in der Praxis, zu zeigen. Deshalb



Rolf Mittag ist Geschäftsführer von Komsa Systems.

unterstützen wir Demo-Programme.

Fachhändler/Systemhäuser müssen über breite Kenntnisse beginnend bei TK-Features über CTI-Integration bis hin zur Netzwerkadministration verfügen. Die beim Kunden zu klärenden Grundfragen sind: „Ist das Netzwerk VoIP-ready?“ und „Gibt es eine entsprechende Groupware-Lösung, arbeitet der Kunde heute so (Terminverwaltung), dass eine integrierte Kommunikation möglich ist?“ **CP**