



SNP hat seinen Go-to-Market über einen indirekten Vertrieb erweitert

Mehrwert für SAP-Kunden schaffen

Gemeinsam mit einem globalen Partnernetzwerk unterstützt SNP alle SAP-Bestandskunden dabei, ihre Business- und IT-Transformationen transparent, sicher und schnell zu meistern.

Von Lutz Lambrecht, Vice President of Global Partner Management bei SNP

Als Data Transformation Company entschied sich SNP für einen klaren Schnitt. Im Jahr 2020 setzte SNP das Partnermanagement neu auf und startet seitdem neu durch. Ziel ist es, mit einer neuen Go-to-Market-Strategie das geplante und sehr ambitionierte Wachstum zu unterstützen. Dafür haben wir neben dem bestehenden Direktvertrieb in nur wenigen Monaten einen indirekten Vertrieb über ein globales Partnernetzwerk aus IT-Beratungsunternehmen, Systemintegratoren, Managementberatungen sowie Hyperscalern aufgebaut. Mithilfe dieses globalen Partnernetzwerks wollen wir den Schritt zum globalen Industriestandard für SAP-nahe Datentransformation schaffen.

Aus unserer Sicht sind SNP und ihre Partner bereits heute eine Erfolgsgeschichte. Nachdem wir unsere neue Partnerstrategie angekündigt hatten, haben sich viele namhafte IT-Unternehmen bei uns gemeldet. Seitdem haben wir deutlich mehr Kooperationen vereinbart, als wir ursprünglich geplant hatten. Allein in den letzten zwölf Monaten haben wir über 25 neue Partnerschaften in den Regionen Deutschland, Österreich, Schweiz (DACH), UK und Irland, USA, Lateinamerika sowie Japan und Asien-Pazifik hinzugewonnen. Die meisten Partner sind nationale und internationale IT-Beratungsunternehmen und Systemintegratoren wie Abacus, All for One Group, CommonMS, Delaware, MHP, Minsait, Scheer, Swisscom, TCS oder Wipro. Mit von der Partie sind aber auch führende IT-Unternehmen wie IBM, Fujitsu oder T-Systems sowie spezialisierte Cloud-Lösungsanbieter wie Cloud4C oder Rackspace Technology. Außerdem kooperieren wir natürlich mit den großen Hyperscalern und ihren Angeboten: Amazon Web Services, Microsoft Azure, Google Cloud und IBM Cloud. Neu ist die intensivere Zusammenarbeit mit führenden Managementberatungen wie Accenture, BCG Platinion oder PricewaterhouseCoopers GmbH (PwC).

Kurzum: Uns gelang es, ein starkes globales Partnernetzwerk aufzubauen. Unter den von SAP ausgewählten Partnern für



„
 Uns gelang es, für die S/4-Conversion ein starkes globales Partnernetzwerk aufzubauen.“

Lutz Lambrecht,
 Vice President of Global
 Partner Management,
 SNP

komplexe Transformationen nach SAP S/4 Hana hat SNP das mit Abstand größte international tätige Partnernetzwerk. Dies schlägt sich bereits positiv auf unser Geschäft aus. Im Jahr 2020 erwirtschaftete SNP über 26 Millionen Euro oder 18 Prozent des Umsatzes mit Partnern – Tendenz stark steigend.

Partner-Enablement

Der schnelle Aufbau unseres Partnernetzwerks war nur durch eine klare Partnerstrategie möglich. Im Gegensatz zu vielen anderen Softwareanbietern haben wir uns für eine Partner-first-Strategie entschieden. Wenn ein Partner uns zu einem Kunden bringt, treten wir niemals mit dem Partner in Wettbewerb. Auch investieren wir massiv in die Zusammenarbeit mit unseren bestehenden Partnern. In allen Bereichen, von der Kundengewinnung, der gemeinsamen Projektdurchführung, dem Support bis zur Innovation, streben wir einen noch engeren Austausch an.

Gleichzeitig haben wir die benötigte Infrastruktur aufgebaut, um unsere Partner mit dem notwendigen Know-how und Support zu unterstützen. Vom Partner Portal, über Sales, Presales, dem Enablement und der Delivery – mit dedizierten An-

sprechpartnern für Marketing, Presales und Support – haben wir eine schlagkräftige Organisation aufgebaut, um unsere Partner bestmöglich zu unterstützen.

Die Entwicklungsmöglichkeiten sind immens, wenn wir unsere eigenen Stärken mit denen unserer Partner kombinieren. Deshalb setzen wir in diesem Jahr unseren Fokus klar auf Partner-Enablement. Wir wollen unsere Partner noch besser in die Lage versetzen, Datentransformationen mit der gleichen Performance und der gleichen Qualität umzusetzen.

Wichtig ist hierbei auch eine große Flexibilität: Wir passen uns individuell an die jeweiligen Stärken und Bedürfnisse unserer Partner an. Unsere Partner sind beim Thema Datentransformation im Rahmen von SAP-S/4-Transformationen (und allen anderen Transformationen im Bereich von Merger & Acquisitions, Carve Outs, Move to Cloud etc.) ganz unterschiedlich aufgestellt. Für die einen ist es wichtig, dass wir sie möglichst schnell in die Lage versetzen, Projekte komplett eigenständig ausliefern zu können. Andere wiederum wollen, dass SNP für sie das Thema der Datentransformation komplett übernimmt. Mit einzelnen Partnern bauen wir auch gemeinsame Transformation Factories auf, die von der Analyse, der Transformation, dem Testen bis hin zum Daten-



management die komplette Bandbreite an Datentransformationsservices abbilden. Wir sind hier völlig flexibel und können uns den speziellen Anforderungen des Partners anpassen.

Erfahrungen und Insights integrieren

Die Arbeitsgrundlage dafür bilden umfangreiche Kundenanalysen. Sie ermöglichen in der gemeinsamen Betrachtung ein gegenseitiges Verständnis, wodurch zwei oder mehrere IT-Beratungsunternehmen dem Kunden gegenüber geschlossen auftreten und Lösungen aus einer Hand anbieten. Auf diese Weise lassen sich Transformationsprojekte unterschiedlichster Art immer individuell an den Kunden anpassen. Das Fundament bildet die von SNP entwickelte Plattform CrystalBridge. Sie vereint die Software für die verschiedenen Transformationsleistungen wie Carve Out, Move to Cloud, Move to S/4 Hana und Merger mit den entsprechenden Experten. Erfahrungen, etablierte Lösungen sowie standardisierte Methoden und Governances aus den bereits durchgeführten Projekten vervollständigen die Plattform. Und unsere Plattform CrystalBridge bietet Partnern die Möglichkeit, eigene Erfahrungen und Insights direkt zu integrieren.

Co-Innovation mit Partnern

Wir haben uns für das laufende Jahr unterschiedliche Weiterentwicklungen im Partnerprogramm vorgenommen. Hinsichtlich Sales und Enablement verstärken wir das Konzept des Co-Sellings. Ein neu zusammengestelltes Team, verbesserter Support, eine Roadmap sowie die Erarbeitung eigener Tools zu diesem Zweck sind im Gange. Auf Ebene unserer Softwareplattform arbeiten wir an einer vereinfachten Anwendung für unsere Partner. Diese sollen die CrystalBridge noch stärker eigenständig nutzen können. Denn die Software ermöglicht es unseren Partnern, Projekte in gleichbleibender Qualität und Effizienz zu realisieren. Hierzu haben wir neben softwarebasierten eingebauten Qualitätschecks auch ein umfangreiches Schulungsangebot mit entsprechenden Zertifizierungen entwickelt. Und unser SNP-Support unterstützt unsere Partner fachlich vor, während oder nach einem Projekt.

Wir wollen, dass unsere Partner sich aktiv einbringen, und sie noch stärker in die Weiterentwicklung unserer Plattform einbinden. Sie können eigene Lösungen in unsere Software integrieren bzw. Teile unserer Software in ihre Vorgehensmodelle



Lutz Lambrecht diskutiert mit Michael Eberhardt (l.) und Oliver Schwede (r.) über Aufgaben der SAP-Bestandskunden bei der S/4-Transformation und Unterstützung durch das SNP-Partnernetzwerk.

aufnehmen. Erste Partnerlösungen sind schon für den „Move to Cloud“ auf dem Markt verfügbar. So haben wir zum Beispiel mit IBM die Komponente „Cloud Move for IBM“ und mit Microsoft die Komponente „Cloud Move for Azure“ entwickelt. Solche Lösungen von unseren Partnern sind integraler Bestandteil unserer CrystalBridge. Die nächsten Partnerlösungen sind noch für dieses Jahr geplant.

Im Austausch mit den Partnern

Einen Kern des Partnerprogramms bildet unser intensiver Austausch. Das Feedback unserer Partner ist uns sehr wichtig und hilft uns, immer nah am Puls der Zeit zu sein. Wir führen mit unseren Partnern regelmäßig sogenannte Partner Advisory Councils durch und binden unsere Partner damit aktiv in die Produktentwicklung ein. In den Partner Advisory Councils haben unsere Partner die Möglichkeit, direkt mit der Produktentwicklung zu sprechen, Kritik und Ideen zu platzieren. Dieses Feedback ist wichtiger Bestandteil bei allen Entscheidungen unseres Productboards.

Die vierte Kategorie ist die Integration neuer Partner. Auch wenn wir nur noch gezielt neue Partner aufnehmen wollen – zum Beispiel in Wachstumsregionen oder in speziellen Branchen. Dabei gilt der Grundsatz: Qualität vor Quantität. Wichtig ist uns, dass nicht nur wir selbst von neuen Partnern profitieren, sondern auch bestehende Partner einen Mehrwert haben – beispielsweise durch neue Kooperationen mit globalen Unternehmen.

Mehrwert für die SAP-Community

Unter dem Strich sind wir sehr erfolgreich im Partnergeschäft durchgestartet. Die Veränderungen zeigen, dass unsere neue Unternehmensstrategie sowohl bei unseren Kunden als auch unseren Partnern sehr gut ankommt. Unser erklärtes Ziel ist es, bis Ende 2025 den Großteil unseres Umsatzes durch den Partner-Channel zu generieren.

Die neuen Entwicklungen in unserem Partnerprogramm unterstreichen unsere Absicht, in Zukunft den Fokus auf unsere Partnerschaften zu legen. Dazu werden wir das Co-Selling, Co-Delivery und Co-Innovationen weiter voranbringen und gemeinsam noch erfolgreicher werden. Und dabei werden wir weiterhin ein verlässlicher und kompetenter Geschäftspartner für unsere Partner und unsere Kunden sein.

Wir erleben gerade tagtäglich, dass die SAP-Community vor großen Business- und IT-Transformationen steht. Gemeinsam mit unseren Partnern bieten wir unseren Kunden überall auf der Welt einen hohen Mehrwert bei ihren Datentransformationen. Mit unserer Software haben sie zusätzliche Optionen und Flexibilität, um einzelne Projekte oder auch ganze Transformationsprogramme sicher und kostengünstiger abwickeln zu können. Dies hilft auf der einen Seite den Partnern dabei, mehr Projekte zu gewinnen, und hilft gleichzeitig dem Endkunden, eine sichere und stabile Umgebung aufzubauen, ohne sich Sorgen um Dateninkonsistenz oder lange Downtime machen zu müssen.