NEWS RELEASE

Mitel erweitert das globale Partnerprogramm und stellt Partner noch stärker in den Mittelpunkt

4/30/2021

Mit neuen Go-to-Market-Modellen und -Ressourcen können Partner den Lebenszyklus ihrer Kundenkommunikation selbst bestimmen und die Cloud-Einführung beschleunigen

Mitel, ein weltweit führender Anbieter von Unternehmenskommunikation, baut mit der Erweiterung des Mitel Global Partner Program (GPP) seinen partnerorientierten Go-to-Market-Ansatz weiter aus. Entwickelt wurde das Programm auf Basis umfangreicher Recherchen und Feedbacks. Es betont die zentrale Rolle der Partner im Lebenszyklus der Kundenkommunikation, integriert neue Ressourcen, Schulungen, Tools und Incentives im Hinblick auf – im Markt immer begehrtere – Cloud-Lösungen und versetzt die Partner in die Lage, diese Nachfrage voll zu nutzen.

„Im letzten Jahr hat sich die Art und Weise, wie wir arbeiten, dramatisch verändert und unsere Partner haben diesen Wandel eng begleitet. Durch ihr Verständnis des Geschäfts jedes Kunden und mit Hilfe der Technologie von Mitel haben sie die Geschäftskontinuität für unzählige Kunden sichergestellt“, erklärt Markus Henk, Geschäftsführer Mitel Deutschland. „Da die Definition des Arbeitsplatzes in Unternehmen immer individueller wird, sind die Fachkenntnisse und Einblicke, die unsere Partner-Community mitbringt, für den Erfolg unserer Kunden wichtiger denn je. Mit den fortlaufenden Investitionen, um unserem globalen Partnerprogramm mehr Wert zu verleihen, möchte Mitel seinen Partnern helfen, ihre Kundenbeziehungen weiter zu stärken, und es ihnen erleichtern, ihren

Umsatz zu maximieren und ihr Geschäft auszubauen."

Im Mittelpunkt der aktuellen Programmerweiterungen stehen diejenigen Partner, die sich besonders um den gesamten Kommunikationslebenszyklus ihrer Kunden kümmern. Vertrieblich und technisch versierte Partner bieten Kunden einen echten Mehrwert. Bereits seit der ersten Auflage des Programms ist die Zertifizierung von Schulungen dabei eine zentrale Voraussetzung. Nun führt Mitel erweiterte Programmpunkte und Auszeichnungen für Partner ein, die über die Mindestzertifizierungskriterien hinausgehen, um erweiterte vertriebliche und technische Kompetenzen zu erreichen.

So können Partner ihre Expertise beispielsweise mithilfe der neuen Customer Lifecycle Engagement-Zertifizierung ausbauen, die das Kundenmanagement während des gesamten Lebenszyklus unterstützt. Die Zertifizierung konzentriert sich auf Software-Assurance (SWA)-Erneuerungen, Kundenbindungsmaßnahmen und die Unterstützung bei technologischen Modernisierungsinitiativen der Kunden – von der Sicherstellung, dass Unternehmen die neuesten Versionen und Features nutzen, bis hin zur Begleitung der Migration zu Cloud- oder Abonnementangeboten. Das Angebot steht voraussichtlich ab der zweiten Jahreshälfte zur Verfügung.

„Unser Ziel ist, dass unsere Kunden nicht nur miteinander verbunden und produktiv bleiben – sie sollen durch die Zusammenarbeit mit Mitel und unseren Partnern auch besser in der Lage sein, auf die sich verändernden Anforderungen der heutigen Arbeitswelt zu reagieren", ergänzt Henk.

Die Pandemie begünstigt weiterhin einen beschleunigten Wechsel in die Cloud. Mit neuen Performance-Punkten will Mitel deshalb Partner gezielt für Sales-Erfolge in den Bereichen Cloud und neue Abonnement-Dienste honorieren. Noch in diesem Jahr plant Mitel in mehreren Ländern die Einführung des MiCloud Connect „Partner Managed Wholesale" - Modells. Es handelt sich dabei um ein Wiederverkaufsmodell für Vertriebspartner, die damit vollständige Kontrolle über die Kundenbeziehung sowie alle Vertragsinhalte erhalten. Das unterstreicht den Mitel „Partner-First"-Gedanken sowie den konkreten Wert, den kompetente Partner für Nutzer im gesamten Kommunikationsbereich bringen. Nach einer intensiven Partnerumfrage starten in Kürze die persönlichen Gespräche mit den Partnern.

„Die Nutzung von Kommunikationssystemen hat sich im zurückliegenden Jahr über alle Branchen hinweg gewandelt und die Anforderungen von Kunden an Anbieter und Partner nachhaltig verändert", sagt Tino Cafaro, Geschäftsführer von The-Company.de. „Als Mitel Partner freuen wir uns deshalb, dass diesem Wandel – und insbesondere dem verstärkten Trend hin zu Cloud-Lösungen – Rechnung getragen wird. Mit den neuen Erweiterungen des Partnerprogramms können wir unsere Kunden noch besser unterstützen und ihnen einen echten Mehrwert für ihre Kommunikation bieten."

Für das Gesamtjahr 2021 plant Mitel weitere Investitionen – wie beispielsweise optimierte Tools für die Angebotserstellung und eine Erweiterung des globalen Partner Interaction Centers (PIC) sowie auch der Programm-Support-Teams von Mitel. Nicht zuletzt sollen in diesem Sommer einzigartige neue Marketing-Programme vorgestellt werden.

Sie möchten Mitel Partner werden? Details finden Sie auf der **Mitel Seite**.