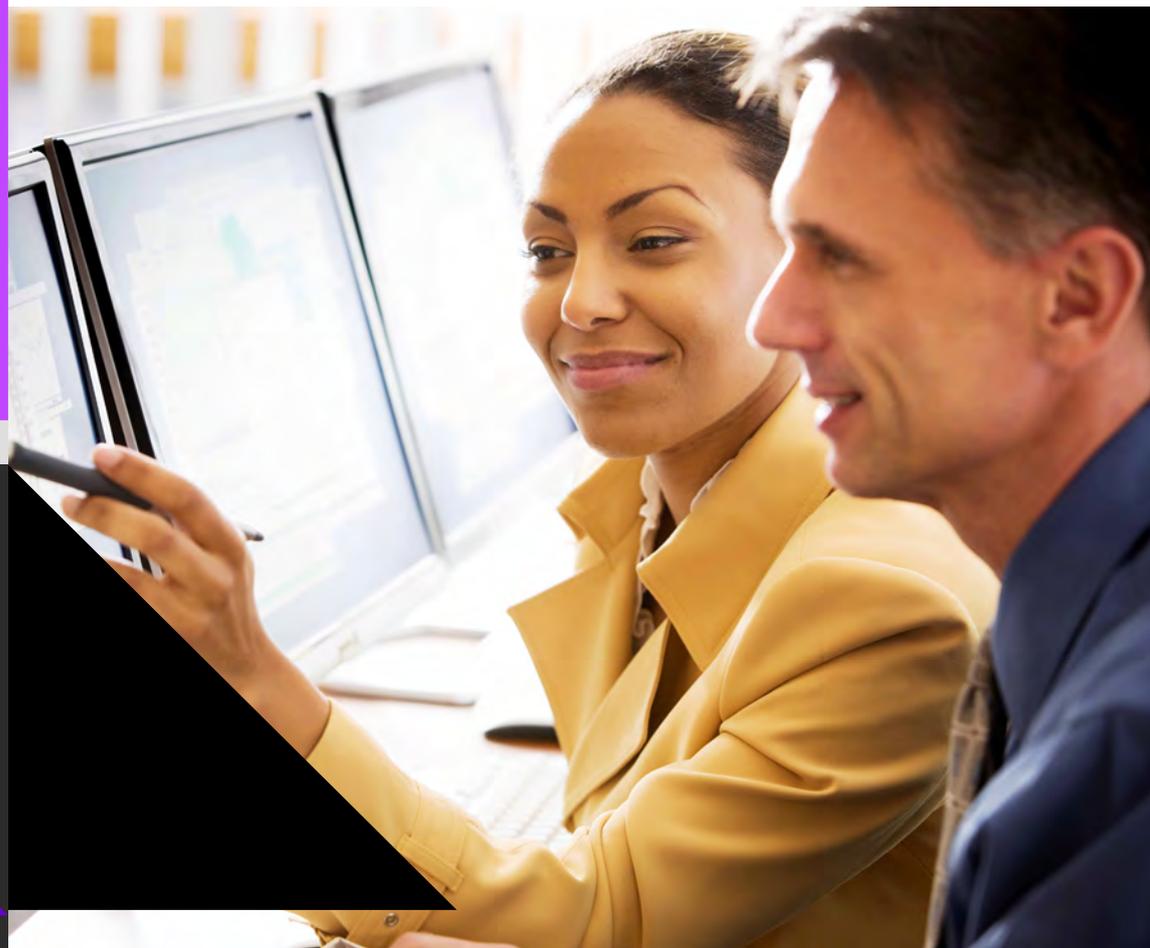


Maßgeschneidert: So gewinnen Sie mit dem passenden Angebot Kunden

E-Book



Inhaltsverzeichnis

Maßgeschneidert.....	3
Vom Break-/Fix-Angebot bis zum Rundum-sorglos-Paket	3
Auswahl der passenden Servicestufe.....	4
Break/Fix	4
À la carte (Einzelprodukte).....	5
À-la-carte-Bundles	7
Basispaket Sicherheit.....	7
Basispaket Desktop	8
Servicedesk-Management	8
Proaktive Services	9
Rundumbetreuung per Managed Services	9
Kurz zum Thema Marketing-Kommunikation	10
Maßgeschneidert für Ihre Kunden.....	11
Über N-able	12

Maßgeschneidert:

So gewinnen Sie mit dem passenden Angebot Kunden

Angenommen, Sie betreiben eine kleine Marketingfirma. Bisher haben Sie Ihre PCs selbst verwaltet, aber jetzt hat Ihre Firma eine Größe erreicht, die nach einem Büro und einem richtigen Netzwerk verlangt. Das muss zwar nichts Aufwendiges sein, sollte aber mit zukünftigem Firmenwachstum klarkommen.

Ihnen werden zwei IT-Anbieter empfohlen und Sie vereinbaren mit beiden einen Termin. Der erste präsentiert Ihnen ein komplexes Netzwerk, diverse Zahlenreihen und im Anschluss auch gleich einen Preis für das Ganze. Sie fühlen sich etwas überrumpelt. Der zweite Anbieter setzt sich mit Ihnen zusammen und beginnt ein Gespräch auf Augenhöhe. Er stellt ein paar Fragen und schlägt dann einen recht einfachen, preislich im Rahmen liegenden Plan vor, der genau Ihre Anforderungen erfüllt, nämlich Ihre Systeme am Laufen zu halten und zu schützen.

Es erklärt sich von selbst, für wen Sie sich wahrscheinlich entscheiden. Der zweite Anbieter nahm sich die Zeit, Ihr Unternehmen kennenzulernen, und möchte Ihnen helfen, Ihre Wachstumsziele zu erreichen. Oder anders gesagt: Er hat Sie beraten und sich Ihr Vertrauen verdient.

Aggressive Verkaufstechniken führen meist nicht zum Ziel. Beim Business-to-Business-Verkauf (B2B) zahlt sich stattdessen ein beratender Ansatz in der Regel sowohl für Sie als auch Ihren Kunden aus. Deshalb müssen Sie die Anforderungen Ihrer Kunden verstehen und, wichtiger noch, Ihr Angebot genau auf diese Anforderungen ausrichten. Und darum geht es in diesem E-Book: Kundenziele verstehen und Ihre Programme und Angebote daran ausrichten. So können Sie nicht nur mehr Abschlüsse verzeichnen, sondern sichern sich auch die Zufriedenheit Ihrer Kunden auf lange Sicht.

Sehen wir uns im Vorfeld allerdings erst einmal die verschiedenen Servicestufen sowie die entsprechenden Kundentypen an.

VOM BREAK-/FIX-ANGEBOT BIS ZUM RUNDUM-SORGLOS-PAKET

Sie haben es mit den unterschiedlichsten Kunden zu tun: Manche wünschen sich nur ein Break-/Fix-Angebot, andere benötigen die Rundumbetreuung per Managed Services und der Großteil bewegt sich irgendwo dazwischen. Um nun jedem Kunden das passende Angebot zu machen, müssen Sie die richtigen Fragen stellen und eine klare Vorstellung von der passenden Lösung haben. In diesem E-Book befassen wir uns mit vier Servicestufen:

- **Break/Fix:** Diese Kunden sind sehr kostenbewusst und melden sich nur, wenn etwas nicht funktioniert. Sie machen den Großteil Ihrer potenziellen Kunden aus – es ist aber möglich, sie zum Abschluss höherwertiger Verträge zu bewegen.
- **À la carte (Einzelprodukte):** Diese Kunden möchten unnötige Reparaturkosten vermeiden, sind allerdings noch nicht bereit, ein Komplettpaket zu kaufen. Stattdessen kaufen sie einzelne Dienstleistungen auf vertraglicher Basis.

- **Proaktiv:** Diese Kunden sind auf ein funktionierendes Netzwerk angewiesen und wissen genau, wie problematisch Ausfallzeiten sind. Deshalb sind sie bereit, in einen professionellen Anbieter zu investieren, der Ausfälle proaktiv verhindert.
- **Managed Services:** Diese Kunden möchten ihre gesamte IT an einen Drittanbieter auslagern. Der Anbieter soll außerdem für diese Kunden ein echter Geschäftspartner sein.

Das soll als kurze Übersicht genügen. Auf den nächsten Seiten befassen wir uns im Detail mit den einzelnen Servicestufen, wobei wir dem À-la-carte-Ansatz besondere Aufmerksamkeit schenken, denn für jedes Produkt ist eine andere Verkaufsbotschaft erforderlich. Als Erstes müssen Sie das richtige Angebot ermitteln.

Auswahl der passenden Servicestufe

Stellen Sie potenziellen Kunden beim ersten Gespräch zunächst Fragen zum Unternehmen. Mögliche Fragen wären beispielsweise:

- Was möchten Sie mit Ihrem Unternehmen im nächsten Jahr erreichen? Und in den nächsten fünf Jahren? Den nächsten zehn?
- Wie groß ist Ihr IT-Budget?
- Was sind die größten IT-Risiken für Ihr Unternehmen?
- Wie groß ist Ihr derzeitiges Netzwerk?
- Haben Sie bereits IT-Fachleute im Haus?
- Wünschen Sie sich im Prinzip eine ausgelagerte IT-Abteilung?
- Wissen Sie, wie kostspielig Ausfallzeiten für Ihr Unternehmen sein können?
- Wie wichtig ist Ihnen Datensicherheit? Gibt es bei Ihnen Notfallvorkehrungen für den Fall eines Hackerangriffs?

Am besten lassen Sie diese Fragen in ein einfaches Beratungsgespräch einfließen. Nachdem Sie sich ein Bild vom Unternehmen und den speziellen Anforderungen gemacht haben, können Sie passende Dienste vorschlagen.

Break/Fix

Schlagen Sie einen Break-/Fix-Vertrag vor, wenn der Kunde sehr kostenbewusst ist oder sich vor monatlichen Ausgaben scheut. Es besteht später immer noch die Möglichkeit zum Upselling, wenn dieser Kunde den Wert präventiver Wartung erkannt hat.

Break-/Fix-Kunden möchten ungern Geld ausgeben. Ihr Budget sieht keine separaten IT-Ausgaben vor und IT steht für sie nicht an erster Stelle. Diese Kunden benötigen meist nur eingeschränkten Remote-Support oder ab und zu Hilfe vor Ort. Sie melden sich, wenn Softwareprobleme auftreten, oder sie buchen Ihre Dienste für bestimmte Projekte. Diesen Kunden können Sie entweder jeweils die benötigten Dienstleistungen in Rechnung stellen oder Blockstunden für den Support zum Kauf anbieten.

Hier können Sie zwar zunächst keine vorhersehbaren Umsätze erwarten, allerdings sollten Sie solche Kunden nicht vernachlässigen, denn es kann sein, dass auch sie im Laufe der Zeit auf höherwertige Verträge umsteigen.

À la carte (Einzelprodukte)

Empfehlen Sie Einzelprodukte, wenn Ihr Kunde bisher einen Break-/Fix-Dienst genutzt hat, sich aber immer wieder mit den gleichen Problemen konfrontiert sieht. Auch Kunden, die kostenbewusst sind, aber bestimmte Anforderungen wie Datensicherheit haben, können Sie damit gut ansprechen.

Bei dieser Option können sich kostenbewusste Kunden ganz genau aussuchen, was sie benötigen, während Sie trotzdem eine zuverlässige wiederkehrende Einkommensquelle haben.

Halten Sie es schlicht und einfach. Konzentrieren Sie sich auf die grundlegenden Dienstleistungen, die fast alle Unternehmen benötigen, wie Patching, Virenschutz (oder Endpoint Protection) und Backup. Manche MSPs bündeln diese Services und vereinfachen damit den Verkaufsprozess weiter. Im Folgenden werden die einzelnen Services und deren Positionierung gegenüber Ihren Kunden kurz beschrieben.

MANAGED ANTIVIRUS

Den meisten Kunden ist wahrscheinlich bekannt, dass Viren ihren Computern und damit ihrer Produktivität schaden können. Auch wenn nicht allen Kunden klar ist, wie groß der Schaden sein kann, ist Virenschutz daher in der Regel als Notwendigkeit bekannt. Allerdings sind nicht alle Kunden in der Lage, ihre Virenschutzlösung selbst zu managen.

Wenn Sie mit einem Kunden über Managed Antivirus sprechen, heben Sie folgende Vorteile hervor:

- Sie schützen Ihre Workstations vor Cybergefahren, die zu Leistungseinbußen oder Datenverlust führen könnten.
- Sie können sich darauf verlassen, dass Ihre Workstations über alle aktuellen Virussignaturen verfügen und dass regelmäßige Virenscans durchgeführt werden.
- Sie erhalten einen umfassenderen Schutz mit einer Virenschutzlösung auf Enterprise-Niveau, die signaturbasierten Schutz vor bekannten Gefahren sowie verhaltens- und heuristikbasierte Scans zur Erkennung von Dateien bietet, die sich wie Viren verhalten.

ENDPOINT PROTECTION

Zahlreiche Bedrohungen aus dem Internet erfordern einen umfassenderen Schutz, denn Managed Antivirus kann zwar vor Malware schützen, viele neuere Gefahren sind aber so konzipiert, dass sie herkömmliche Virenschutzprogramme umgehen. Endpoint Protection geht noch einen Schritt weiter und setzt KI und maschinelles Lernen ein.

Wenn Sie mit einem Kunden über Endpoint Protection sprechen, heben Sie folgende Vorteile hervor:

- Mithilfe von KI und maschinellem Lernen werden sogar die neuesten Bedrohungen abgewehrt, und zwar auch diejenigen, die von Virenschutzprogrammen nicht erfasst werden.
- Nach einem Ransomware-Angriff sind Sie rasch wieder im Geschäft, wenn Sie einen Endpunktschutz verwenden, der den betroffenen Endpunkt automatisch auf einen Zeitpunkt vor dem Angriff zurücksetzt.
- Sorgen Sie dafür, dass sich Angriffe nicht von Gerät zu Gerät oder gar über das gesamte Netzwerk ausbreiten.

MANAGED PATCHING

Patching gehört zum kleinen Einmaleins der Datensicherheit. Ist das Betriebssystem oder die Software auf einem Rechner veraltet, dann ist dieser quasi ungeschützt Hackerangriffen ausgesetzt – ganz davon abgesehen, dass den Benutzern eventuell neue nützliche Softwarefunktionen oder Leistungsverbesserungen entgehen.

Wenn Sie mit einem Kunden über Managed Patching sprechen, heben Sie folgende Vorteile hervor:

- Wehren Sie potenzielle Bedrohungen ab, indem Sie die Systeme stets auf dem neuesten Stand halten.
- Software-Updates sorgen oft auch für Leistungsverbesserungen, die zur Produktivitätssteigerung beitragen können.
- Sie haben die beruhigende Gewissheit, dass der Patch-Status Ihrer Systeme stets von Profis überwacht wird.

MANAGED BACKUP

Daten sind das A und O eines Unternehmens. Ein Datenverlust führt daher bei einem Unternehmen oft zu kostspieligen Ausfallzeiten und es kann sogar passieren, dass geschäftskritische Daten unwiederbringlich verloren gehen. Mit Backup- und Datensicherheitsdiensten können solche Katastrophen verhindert werden.

Finden Sie als Erstes heraus, welche Backups für den Kunden überhaupt notwendig sind – ob damit wichtige Server, Workstations, Geschäftsdokumente oder auch Daten in Microsoft 365™ gesichert werden sollen.

Wenn Sie mit einem Kunden über Managed Backup sprechen, heben Sie folgende Vorteile hervor:

- Sie haben die beruhigende Gewissheit, dass wir Ihre Daten regelmäßig sichern, sodass sie bei Bedarf verfügbar sind.
- Cloud-Backups senken die Betriebskosten, da keine besondere Hardware benötigt wird.
- Dank rascher Wiederherstellung nach einem potenziellen Datenverlust oder IT-Ausfall leidet die Produktivität nicht unnötig.

E-MAIL-SCHUTZ

Unternehmen sind auf E-Mail angewiesen. Hacker wissen das natürlich auch und nutzen es zu ihrem Vorteil aus: Die meisten Bedrohungen finden ihren Weg ins Unternehmen über den Posteingang. Angreifer verlassen sich dabei auf die Tatsache, dass tagtäglich unzählige E-Mails eingehen und auch den gewissenhaftesten Empfängern irgendwann Fehler unterlaufen. Und der Schutz, den die meisten E-Mail-Dienste bieten, ist leider meist nicht ausreichend.

Manche Kunden sind sich der Gefahren per E-Mail gar nicht bewusst oder glauben, dass ihr E-Mail-Anbieter ausreichenden Schutz bietet. Diese Kunden müssen Sie erst einmal über die Risiken aufklären, bevor Sie ihnen ein Angebot unterbreiten können. Unterstreichen Sie dann aber folgende Vorteile:

- Weniger Spam und damit schnellere Bearbeitung von E-Mails; und dank aggressiver Filterung auf Basis kollektiver Intelligenz von Millionen von Posteingängen weltweit sind Sie vor E-Mail-Bedrohungen geschützt.
- Falls Ihr primärer E-Mail-Dienst einmal nicht funktioniert, arbeiten Sie einfach auf der webbasierten E-Mail-Konsole weiter, die rund um die Uhr verfügbar ist.

À-la-carte-Bundles

Weiter oben haben wir empfohlen, dass Sie Ihren Kunden das Leben leicht machen sollten. Mit Bundles können Sie mehrere Dienste auf einmal verkaufen – und zwar so, dass es Ihren Kunden einleuchtet und Sie Verträge mit Mehrwert abschließen. Nachstehend finden Sie ein paar Paketvorschläge und Hinweise zum Verkauf. Um Ihren Kunden die Entscheidung zu erleichtern, können Sie ihnen auch Paketrabatte anbieten.

Hinweis: Diese Bundles sind Beispiele und wurden so oder ähnlich auch von unseren eigenen MSP-Partnern angeboten. Es steht Ihnen natürlich frei, Ihre Angebote anders zu kombinieren.

BASISPAKET SICHERHEIT

Die meisten Unternehmen sind sich inzwischen bewusst, wie wichtig Cybersicherheit ist – nicht nur angesichts der enormen Ausbreitung von Cyberangriffen in den vergangenen Jahren, sondern auch weil das Thema in den Medien zunehmend Aufmerksamkeit erfährt. Mit diesem Basisangebot können sich Unternehmen gegen die meisten Angriffe wappnen.

Ein Basispaket Sicherheit können Sie beispielsweise mit folgenden Komponenten zusammenstellen:

- Managed Antivirus (oder noch besser Endpoint Protection)
- Managed Patching
- Managed E-Mail

Wenn Sie mit Kunden darüber sprechen, heben Sie folgende Vorteile hervor:

1. Sie können die Gefahr von Cyberangriffen verringern, indem Sie uns beauftragen, Schwachstellen zu patchen, den Virenschutz zu verwalten (oder per KI-basierter Endpoint Protection noch größeren Schutz zu bieten) und Sie vor Bedrohungen per E-Mail zu schützen.
2. Steigern Sie die Produktivität, indem Sie das Risiko von sicherheitsbedingten Ausfallzeiten reduzieren.
3. Sie haben die beruhigende Gewissheit, dass Ihre grundlegenden Sicherheitsanforderungen in den Händen kompetenter IT-Fachleute liegen.

Hinweis: Sie sollten hier auch Backup einbinden. Das Angebot ähnelt dann dem Basispaket für Desktops, allerdings gehen Sie beim Verkaufsgespräch anders vor, denn hier legen Sie den Schwerpunkt auf den Schutz der Daten – vor allem vor Ransomware.

BASISPAKET DESKTOP

Unternehmen möchten sicher sein, dass ihre Mitarbeiter den ganzen Tag lang produktiv arbeiten können, und dazu gehört auch, dass die Geräte vernünftig gewartet werden und potenzielle Probleme gar nicht erst entstehen können. Mit diesem Paket können Sie die Systeme überwachen, vor zahlreichen Gefahren schützen und sicherstellen, dass alles betriebsbereit bleibt.

In das Basispaket Desktop sollten Sie folgende Komponenten integrieren:

- Virenschutz (oder Endpoint Protection)
- Patching
- Backup
- Einfaches Monitoring

Wenn Sie mit einem Kunden über das Basispaket Desktop sprechen, heben Sie folgende Vorteile hervor:

- Einen Großteil an Cyberangriffen können Sie bereits abwehren, indem Sie Ihre Systeme durch Software-Patches auf dem neuesten Stand halten und mit Virenskans und -signaturen schützen.
- Ermöglichen Sie Ihren Mitarbeitern durchgehend produktives Arbeiten, indem Sie sicherstellen, dass die Software immer aktuell ist und sowohl Daten als auch Systeme immer verfügbar sind.
- Sie können stets beruhigt sein, dass Ihre Workstations von Profis verwaltet und überwacht werden.

SERVICEDESK-MANAGEMENT

Viele Kunden möchten einerseits ihre IT-Kosten in einem vorhersehbaren Rahmen halten, wünschen sich andererseits aber regelmäßigen Zugang zu Ihrem Team. Diesen Kunden könnten Sie umfassendes Servicedesk-Management zum Pauschalpreis vorschlagen.

Empfohlene Bestandteile in diesem Bundle:

- Grundlegender IT-Support mit einfachem Monitoring, Reporting zu Anlagen/Hardware/Software sowie ein Taskleistensymbol mit Unternehmenslogo zum Anfordern von Support
- Servicedesk-Zugang mit uneingeschränktem Remote-Support durch den Servicedesk

Wenn Sie mit Kunden darüber sprechen, heben Sie folgende Vorteile hervor:

- Bei einem festen Servicedesk-Paket wissen Sie genau, wie hoch die monatlichen Kosten sind.
- Ihre Mitarbeiter können schnell und einfach auf IT-Support zugreifen und so produktiv bleiben.
- Durch einfaches Monitoring vermeiden Sie potenzielle Leistungsprobleme.

Proaktive Services

Schlagen Sie proaktive Services vor, wenn Ihr potenzieller Kunde weiß, wie wichtig ein funktionierendes Netzwerk für Produktivität und Gewinn ist.

Manche potenzielle Kunden lassen bereits unternehmenskritische Dienste durch Technologie unterstützen. Diese Kunden wollen Ausfallzeiten unbedingt vermeiden und wissen auch, dass es oft teurer ist, Probleme zu beheben, als sie von vornherein durch proaktive Überwachung und Wartung zu verhindern. Diesen Kunden können Sie als Erstes den proaktiven Service schmackhaft machen und zur Not auf eine Auswahl an Einzelprodukten umschwenken.

Proaktive Services sollten Folgendes umfassen:

- Netzwerküberwachung und -wartung
- Überwachung der Geräteverfügbarkeit
- Präventive Gerätewartung
- Managed Patching
- Managed Antivirus (oder Endpoint Protection)
- Reporting
- Vierteljährliche Lagebesprechungen

Wenn Sie das Interesse für proaktive Services wecken möchten, erwähnen Sie folgende Punkte:

- Mit proaktiver Überwachung und Wartung durch Profis können Sie Netzwerkausfälle drastisch reduzieren.
- Senken Sie die Bedrohung durch Cybergefahren mithilfe von Patching und AV (oder Endpoint Protection).
- Dank häufigem Reporting sind Sie über Netzwerkprobleme sofort im Bilde.
- Vierteljährliche Lagebesprechungen geben Ihnen einen noch besseren Einblick in Netzwerkprobleme und sind eine gute Gelegenheit, um Strategieänderungen zu besprechen.

Rundumbetreuung per Managed Services

Schlagen Sie die **Rundumbetreuung per Managed Services** Interessenten vor, die komplexe IT-Anforderungen haben oder einfach das gesamte Management ihrer IT jemand anderem übertragen möchten.

Viele Unternehmen benötigen ein umfassenderes Dienstleistungspaket. Diese Kunden möchten ihre IT an einen externen Anbieter auslagern, der sich um die gesamte Verwaltung und Wartung kümmert. Ganz gleich, was der Grund ist – ob es niemanden im Haus gibt, der sich darum kümmern kann, oder ob das kleine IT-Team durch einen externen MSP erweitert werden soll –, die IT-Anforderungen sind hier komplexer als die Ihrer anderen Kunden. Langfristig sind diese Kunden wahrscheinlich auch am lukrativsten.

Sie sollten die Rundumbetreuung per Managed Service auf Basis eines Festpreisvertrags mit folgenden Funktionen anbieten:

- Überwachung und Wartung des gesamten Netzwerks
- Überwachung und Wartung der Geräte
- Managed Patching
- Managed Antivirus
- Managed Backup
- Reporting
- Monatliche Lagebesprechungen
- Zeitaufwand für Reparaturen

Für diese Kunden werden Sie damit zum echten Geschäftspartner. Die IT ist ein unternehmenskritischer Faktor und Sie sind daran direkt beteiligt. Betonen Sie diesen Interessenten gegenüber vor allem folgende Punkte:

- Wir sehen uns als echten Geschäftspartner für Ihr Unternehmen – Ihr Erfolg ist für uns genauso wichtig wie für Sie.
- Sie können darauf vertrauen, dass wir die Sicherheitsvorkehrungen für Ihre Systeme immer auf dem aktuellen Stand halten.
- Mit unserem vollumfassenden Wartungs- und Überwachungsangebot bleiben Ihre Systeme in einwandfreiem Zustand und Sie produktiv.
- Berichte werden direkt an Sie gesendet, damit Sie immer gut informiert sind.
- In monatlichen Lagebesprechungen können Sie uns Feedback geben.

Kurz zum Thema Marketing-Kommunikation

Durch maßgeschneiderte Angebote für potenzielle Kunden stehen die Chancen gut, dass Sie Ihre Kaufabschlüsse steigern und langfristig auch Ihre Umsätze erhöhen. Bevor Sie sich allerdings mit einem Interessenten zusammensetzen, müssen Sie einige Vorarbeit leisten. Der Marketingprozess allein würde mindestens ein ganzes E-Book füllen, deshalb hier nur ein paar grundlegende Hinweise:

- Überlegen Sie sich, wen Sie ansprechen möchten. Nur so werden Sie sich über die passende Botschaft klar und können auch in Erfahrung bringen, wie Sie Ihre Kunden erreichen. Wenn Sie sich beispielsweise auf eine bestimmte Branche konzentrieren möchten, bieten sich eventuell Fachmessen zum Networking und Kennenlernen potenzieller Kunden an.
- Probieren Sie mehrere Kanäle aus, um herauszufinden, was am besten funktioniert. Sie können entweder eine Liste potenzieller Kunden kaufen oder eine eigene erstellen. Diese Zielgruppe sprechen Sie dann über verschiedene Kanäle an, z. B. per E-Mail, telefonisch oder auch über bezahlte Anzeigen. Protokollieren Sie dabei auch auf jeden Fall, welche Wege sich lohnen und was eher Zeitverschwendung ist.

- Denken Sie daran: Marketing ist keine einmalige Aktion. Wenn Sie ein ständiges Auf und Ab im Vertrieb vermeiden möchten, müssen Sie Ihre Dienstleistungen kontinuierlich bewerben. Dazu gehört, dass Sie regelmäßig mit bisher noch nicht konvertierten Cold Leads in Kontakt treten, um herauszufinden, ob sie inzwischen zum Kauf bereit sind. Und auch nach dem Verkauf müssen Sie im Dialog mit Ihren Kunden bleiben.

Marketing und Vertrieb sind komplexe Themen. Bei N-able finden Sie dazu zahlreiche kostenlose Ressourcen speziell für IT-Serviceanbieter. Mehr dazu erfahren Sie im [N-able MSP Institute](#).

Maßgeschneidert für Ihre Kunden

Wenn Sie Ihr Angebot genau auf Ihre potenziellen Kunden abstimmen und überzeugend argumentieren, sind Ihnen Vertragsabschlüsse gewiss. Versuchen Sie daher, bei neuen Leads die richtigen Fragen zu stellen, damit Sie Ihr Angebot ganz genau an die Anforderungen des jeweiligen Kunden anpassen können. Langfristig können Sie diesen Kunden eventuell auch weitere Services anbieten.

N-able™ RMM bietet Ihnen den strategischen Vorteil, dass Sie Kunden wichtige Funktionen und Services in einem wachstumsabhängigen Zahlungsmodell anbieten können. So zahlen Sie nur für das, was Sie auch nutzen, und können Ihren Kunden je nach Bedarf unterschiedliche Pakete anbieten. Weitere Informationen dazu finden Sie [hier](#).

Dieses Dokument dient nur zu Informationszwecken. Die hier dargestellten Informationen und Sichtweisen können sich ändern und/oder treffen nicht notwendigerweise auf Ihre Situation zu. N-able übernimmt weder ausdrücklich noch stillschweigend Gewähr noch Haftung oder Verantwortung für Korrektheit, Vollständigkeit oder Nutzen der in diesem Dokument enthaltenen Informationen.

Über N-able

Mit N-able können Managed Services Provider (MSPs) kleine und mittelständische Unternehmen effektiv bei der Digitalisierung unterstützen. Eine flexible Technologieplattform und leistungsstarke Integrationen erleichtern MSPs die Überwachung, Verwaltung und Sicherung der Systeme, Daten und Netzwerke ihrer Endkunden. Unser wachsendes Portfolio an Sicherheits-, Automatisierungs- sowie Backup- und Wiederherstellungslösungen richtet sich an Fachleute für das IT-Servicemanagement. N-able vereinfacht komplexe Umgebungen und sorgt dafür, dass Kunden ihre Probleme selbst in die Hand nehmen können. Wir bieten umfassenden, proaktiven Support in Form von hilfreichen Partnerprogrammen, praktischen Schulungen und wachstumsfördernden Ressourcen. So können MSPs hochwertige Services liefern und ihren Erfolg ausbauen.

n-able.com/de

Dieses Dokument dient nur zu Informationszwecken und stellt keine Rechtsberatung dar. Für die hierin enthaltenen Informationen und deren Korrektheit, Vollständigkeit oder Nutzen übernimmt N-able weder ausdrücklich noch stillschweigend Gewähr noch Haftung oder Verantwortung.

Die Marken, Servicemarken und Logos von N-able sind ausschließlich Eigentum von N-able Solutions ULC und N-able Technologies Ltd. Alle anderen Marken sind Eigentum der jeweiligen Inhaber.

© 2021 N-able Solutions ULC und N-able Technologies Ltd. Alle Rechte vorbehalten.