



datto

Prijsmodel- implentaties eenvoudig gemaakt

Leer hoe u een prijsmodel voor MSP
implementeert

Inleiding

Veel MSP's (Managed Service Providers) hebben moeite om een prijsstrategie te ontwikkelen die werkt. Velen beseffen zich niet eens dat hun huidige prijsmodel niet deugt. Als gevolg daarvan investeren veel MSP's niet de noodzakelijke tijd en energie om een goede prijsstrategie te ontwikkelen. Zoals we al opmerkten in [Sales eenvoudig gemaakt](#) komt dit waarschijnlijk doordat de meeste MSP's een achtergrond hebben in technologie en techniek in plaats van in business en verkoop. Vertrouwen op een verouderde prijsstructuur, of erger nog, überhaupt geen prijsstructuur hebben, kan uw mogelijkheden om uw winst te maximaliseren echter beperken. Bij het leveren van Managed Services draait alles om het behalen van de marges die u wenst op de diensten die u levert. Het is dus belangrijk om bij het ontwikkelen van een prijsstrategie eerst uw kosten onder de loep te nemen. Zodra u inzicht hebt in uw kosten, kunt u na gaan denken over wat u voor uw diensten in rekening brengt. Vandaag de dag maken MSP's gebruik van verschillende prijsstrategieën. De specifieke behoeften van uw bedrijf zullen uiteindelijk uw prijsstrategie bepalen. Een prijsstelling per gebruiker of per apparaat zijn de populairste methoden, terwijl andere bedrijven juist kiezen voor modellen met een vaste prijs of een combinatie daarvan. Ongeacht de structuur die u kiest, zijn er veel factoren waarmee u rekening moet houden. Het goede nieuws is dat het ontwikkelen van een prijsmodel geen proefondervindelijk proces hoeft te zijn. In dit eBook nemen we de verschillende prijsmodellen door die succesvolle MSP's hebben ontworpen om winst te maken.



Een holistische kijk op uw kosten is de eerste stap.

Joe Wright Jr.
President, Central PA Technologies



Begin met uw kosten

De meeste volwassen MSP's rekenen ongeveer hetzelfde bedrag per persoon/apparaat per maand voor hun diensten. Een goed basisbereik voor een factureringsmodel met kosten per gebruiker, waarin de maandelijkse kosten voor netwerkmonitoring en technische ondersteuning zijn inbegrepen, ligt gewoonlijk rond de \$ 99 tot \$ 250 per gebruiker. Het maandelijkse bedrag voor netwerkmonitoring en technische ondersteuning in een model met kosten per apparaat is gewoonlijk ongeveer \$ 25 tot \$ 100 per workstation en \$ 75 tot \$ 400 per server. Sommige MSP's rekenen ook kosten aan voor andere beheerde apparaten zoals firewalls, routers en toegangspunten. Hoe bepaalt een MSP, met dit in het achterhoofd, de juiste prijs voor zijn klanten?

Joe Wright Jr., President bij Central PA Technologies, doet de suggestie om te beginnen met de maandelijkse kosten van uw bedrijf. Kijk eerst naar de terugkerende kosten voor de technologieën die u gebruikt om diensten aan klanten te leveren. Bekijk vervolgens uw andere maandelijkse uitgaven. Uw honoraria moeten op die cijfers gebaseerd zijn. "Een holistische kijk op uw kosten is de eerste stap," aldus Wright. "Begin met de kosten die u hebt om het bedrijf te runnen met het noodzakelijke personeel en de benodigde technologie."

Terugkerende kosten en overheadkosten

De uitgaven van MSP's zijn doorgaans uit te splitsen in drie categorieën: technologiekosten, personeelskosten en overheadkosten. Uw technologiekosten zullen uiteraard al naar gelang de aangeboden diensten en de leveranciers waarmee u samenwerkt, variëren. Kijk bij het berekenen van die kosten eerst naar de maandelijks terugkerende kosten in verband met de technologieën die u gebruikt om uw diensten te leveren. De meeste leveranciers die Managed Service Providers bedienen, structureren hun prijzen op basis van een maandelijks abonnement. Zij doen dit, omdat dat overeenkomt met de manier waarop MSP's hun klanten factureren.

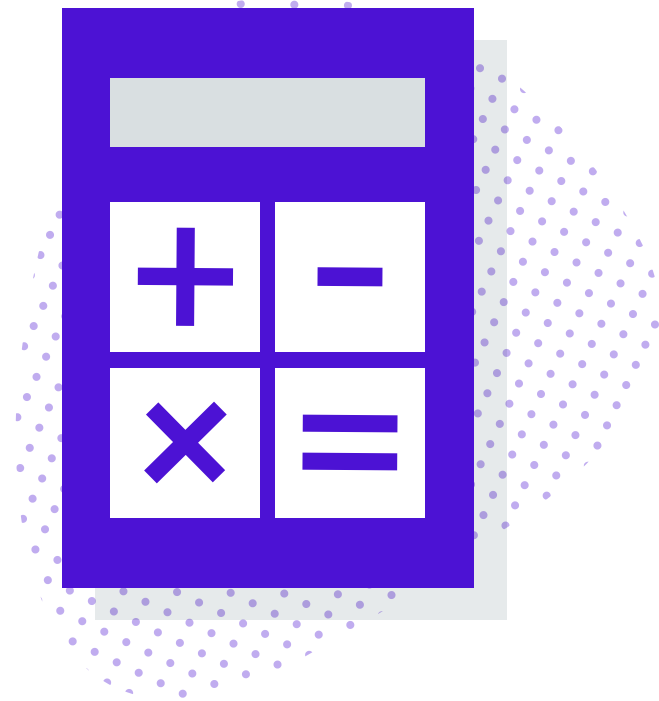
Bekijk indien mogelijk ook de uitgaven van voorgaande jaren om een schatting te maken van de technologiekosten naast uw maandelijkse uitgaven. Personeelskosten zijn een andere belangrijke overweging. Bij de berekening van de maandelijkse personeelskosten vormen de salarissen of uurlonen van de medewerkers de grootste kostenpost. Vergeet echter niet om rekening te houden met de volgende extra kosten:

- Ziektekosten- en tandartsverzekering
- Betaald verlof
- Werkloosheidsverzekering
- Invaliditeitsverzekering/arbeidsongeschiktheidsvergoeding
- Het 401k-pensioenplan en andere pensioenregelingen

Kijk tot slot ook naar de rest van uw zakelijke uitgaven. Deze kosten kunnen bestaan uit huur/hypotheek, nutsvoorzieningen, belastingen, reiskosten, marketingkosten, kantoorbenodigdheden, enz. Sommige kosten zijn niet maandelijks terugkerend, dus daar zult u het maandbedrag voor moeten uitrekenen. Om het proces te vereenvoudigen, kunt u onderstaande prijstabellen gebruiken om een beter inzicht te krijgen in de kosten voor het runnen van uw bedrijf en het berekenen van de prijzen.

Berekening per gebruiker

Diensten	Aantal gebruikers met desktop	Uren per maand	Technische kosten per uur	Harde kosten per unit, apparaat, dienst	Kosten per apparaat	Gewenste opmaak	Winst service-gebeurtenis	Prijs per apparaat
Helpdesk/ servicedesk	250	12,5	\$ 61	\$ 7	\$ 10	,7	\$ 7	\$ 17
E-mailinbox/ clouds-service	250	4	\$ 61	\$ 5	\$ 6	,7	\$ 4	\$ 10
Maandelijks totale	250	16,9	\$ 61	\$ 12	\$ 16	,7	\$ 14	\$ 27



Mogelijk bent u ook geïnteresseerd in:



MSP-prijmodel per desktop

Diensten	Aantal om te schakelen desktops	Uren besteed per Managed Service per maand	Technische MS-kosten per uur uit tabel 3	Kosten Managed Service-gebeurtenis	Gewenste opmaak	Maandelijks prijs service per apparaat	Geschatte inkomsten per maand
Activa-inventaris	250	8	\$ 61	\$ 1,95	,7	\$ 3,32	\$ 830
Softwarepakket	250	8	\$ 61	\$ 1,95	,7	\$ 3,32	\$ 830
Anti-virussoftware/spyware	250	16	\$ 61	\$ 3,90	,7	\$ 63,63	\$ 1.658
Patch- & servicepack	250	40	\$ 61	\$ 9,75	,7	\$ 16,58	\$ 4.145
IT-beleid	250	8	\$ 61	\$ 1,95	,7	\$ 3,32	\$ 830
Gepland machine-onderhoud	250	16	\$ 61	\$ 3,90	,7	\$ 6,63	\$ 1.658
Toegang tot de servicedesk	250	0	\$ 61	—	,7	—	—
Maandelijks totale	250	96	\$ 61	\$ 23	,7	\$ 40	\$ 9.951

Opmerking: Dit zijn voorbeelden. Raadpleeg uw accountant of een financieel adviseur om er zeker van te zijn dat uw prijsstelling klopt voor uw bedrijf.

Denk goed na over de behoeften van de klant

Zodra u inzicht hebt in uw uitgaven, kijkt u naar de kosten die verband houden met bepaalde klanten. Dit begint natuurlijk met het aantal gebruikers, de hoeveelheid gegevens en het aantal servers. De ondersteuningskosten kunnen van klant tot klant sterk variëren, afhankelijk van hun specifieke behoeften.

Tim Taylor, oprichter en CEO van het in Florida (VS) gevestigde MSP TaylorWorks: "We brengen ofwel per PC/server/firewall of per gebruiker kosten in rekening. Wij rekenen het gangbare tarief voor Managed Services in onze regio. Als een bedrijf veel apparaten per gebruiker heeft, dan geven ze waarschijnlijk de voorkeur aan de prijs per gebruiker en meestal denken we daarin mee met de klant. Als ze over het algemeen slechts één apparaat per gebruiker hebben, met een paar gebruikers die er twee hebben, dan brengen we kosten in rekening per apparaat."

Het is belangrijk om te onthouden dat het doel is om de klant voor uw bedrijf te winnen en een billijke vergoeding te vragen voor de door u geleverde diensten. Eén van onze motto's is: "Je doet nooit iets verkeerd door te doen wat goed is voor de klant". Wij komen onze klanten zo veel als mogelijk tegemoet, maar wij zullen onze tarieven niet zodanig verlagen dat wij geen geld meer verdienen. Daar hebben zij en ook wij niets aan. Vergeet niet: uw doel is de klant zo lang mogelijk winstgevend van dienst te zijn. Als u een winstgevende klant 10 jaar kunt behouden dan is dat ook een grote winst. Als zij het gevoel hebben dat u te veel in rekening brengt, dan zullen zij u willen vervangen zodra hun contract afloopt. Het is veel gemakkelijker om een klant te behouden dan te proberen een nieuwe te vinden om die inkomsten te vervangen. Doe wat goed voor de klanten is en zijn zullen voor de lange termijn klant bij uw bedrijf blijven."

Veel MSP's bieden gereduceerde prijzen voor nieuwe technologie aan als een manier om bij de klant binnen te komen en een relatie op te bouwen. Op het eerste gezicht lijkt dit misschien een goed idee, maar als u in het begin korting geeft, dan verwachten sommige klanten mogelijk ook in de toekomst korting. Kortingen kunt u waarschijnlijk het beste reserveren voor betrouwbare, langdurige klanten. En zelfs dan dient u deze goed te overwegen. Eenmalige projecten die buiten een maandelijkse overeenkomst met een klant vallen, zoals de installatie van nieuwe technologie, moeten afzonderlijk gefactureerd worden.



Afhankelijk van uw klanten kunt u misschien zelfs werk na sluitingstijd plannen/voorspellen.

Prijstelling op basis van SLA's en op basis van waarde

Een andere optie is de prijs bepalen op basis van SLA's (Service Level Agreements) en waarden. Het op een SLA gebaseerde model biedt verschillende ondersteuningsniveaus tegen verschillende prijzen. Klant A kan bijvoorbeeld hogere beschikbaarheidseisen hebben dan klant B. Laten we zeggen dat klant A zeer weinig tolerantie heeft voor downtime, terwijl klant B een paar uur offline kan zijn met weinig impact op de business. Aangezien het netwerk van klant A nauwlettender bewaakt moet worden dan dat van klant B, zouden zij het ondersteuningsniveau nodig hebben van een abonnement met een hoger ondersteuningsniveau en een hoger maandelijks prijskaartje – denk hierbij aan de niveaus Gold, Silver, enzovoort.

Zoals in het bovenstaande voorbeeld zijn prijsniveaus gewoonlijk gebaseerd op de beschikbaarheid van technische ondersteuning. Bijvoorbeeld: klanten met ondersteuningsniveau Bronze krijgen bijvoorbeeld maandag tot en met vrijdag tussen 9:00 en 17:00 uur krijgen als onderdeel van hun maandelijkse abonnement. Voor technische ondersteuning buiten deze uren wordt een extra vergoeding in rekening gebracht.

In het op waarde gebaseerde model wordt de MSP in wezen een uitbestede IT-afdeling voor zijn klanten. Bij het vaststellen van de prijs voor diensten berekent een Managed Service Provider wat een in-house IT-functie de klant zou kosten en bepaalt hij de prijs dienovereenkomstig. Als de MSP bijvoorbeeld bepaalt dat een IT-afdeling een bedrijf \$ 150.000 per jaar zou kosten (personeels- en technologiekosten), dan stellen zij de prijs van hun diensten vast op \$ 100.000 per jaar. Het is absoluut waar dat dit model vergt vooraf meer inspanning dan de traditionele prijsstellingsmethoden van MSP's. Voorstanders van deze aanpak zeggen echter dat het grotere marges kan opleveren en betere bescherming kan bieden tegen prijsonderbieding door concurrenten.

Uiteindelijk komt het allemaal aan op de kwaliteit van de diensten die u levert en uw vermogen om de waarde ervan over te brengen aan potentiële klanten.

Mogelijk bent u ook geïnteresseerd in:



datto
Recurring Revenue Made MSPeasy
[Download Now](#)

Lever diensten die winst opleveren

Uw prijsstructuur baseren op de tarieven van uw concurrenten is gevaarlijk, omdat u daarbij dan geen rekening houdt met uw kosten. Uw kosten kunnen hoger zijn dan die van een concurrent, zodat u meer moet vragen voor uw diensten om winstgevend te maken. Als twee MSP's dezelfde diensten aanbieden, dan zullen de meeste klanten de twee vergelijken en de goedkopere optie kiezen. U moet dus ook zorgvuldig nagaan hoe u uw bedrijf van de concurrentie kunt onderscheiden en hoe u de waarde van uw diensten kunt aantonen. Uiteindelijk komt het allemaal aan op de kwaliteit van de diensten die u levert en uw vermogen om de waarde ervan over te brengen aan potentiële klanten. Allereerst betekent dit samenwerken met leveranciers die kwalitatief hoogwaardige technologie en een uitstekende klantenservice bieden. Ten tweede betekent dit dat u een team moet samenstellen dat de door u gebruikte technologieën door en door kent en dat boven alles absoluut toegewijd is aan de ondersteuning van de klant.

Nog een tip: Jessica Smith, Sales Director bij River Run Computers, zegt dat het belangrijk is om een menselijk element toe te voegen aan de technologie die een bedrijf aan klanten levert. "Bij Managed Services is het menselijke aspect heel belangrijk," zei ze. "Relaties zijn alles."

Tot slot: niet alle diensten leveren dezelfde marges op. Met andere woorden: het op afstand monitoren van het netwerk van een klant kan winstgevender zijn dan de verkoop van hardware of beveiliging als een dienst. Dit aspect is absoluut het overwegen waard, vooral als u uw klanten à la carte diensten laat kiezen.

De prijsstelling moet duidelijk en gemakkelijk te begrijpen zijn voor de klant. U hoeft een set diensten niet te standaardiseren om dit te bereiken, maar u moet zoeken naar mogelijkheden om diensten te bundelen om uw aanbod te vereenvoudigen en de complexiteit te verminderen.

Mogelijk bent u ook geïnteresseerd in:



datto
Lead Generation Made MSPeasy
[Download Now](#)

À la carte vs. gebundeld

Gebundelde diensten kunnen klanten helpen snel te begrijpen welke voordelen zijn hebben van uw dienst, zonder dat ze elk onderdeel hoeven te evalueren. Hoewel gebundelde diensten veel voordelen bieden, zijn er ook genoeg redenen om diensten à la carte aan te bieden. Met prijzen à la carte kunnen klanten kosten besparen en de diensten die zij nodig hebben in hun budget inpassen. MSP's die ervoor kiezen om diensten à la carte aan te bieden, zeggen dat zij op die manier klanten kunnen werven die zij met gebundelde diensten niet zouden kunnen werven. De prijsstelling moet duidelijk en gemakkelijk te begrijpen zijn voor de klant. U hoeft een set diensten niet te standaardiseren om dit te bereiken, maar u moet zoeken naar mogelijkheden om diensten te bundelen om uw aanbod te vereenvoudigen en de complexiteit te verminderen.

Conclusie

Voor MSP's moeten de prijzen hoog genoeg zijn om winst te maken en om toch concurrerend te zijn en blijven op de markt. Schrik er niet voor terug om voor een hoge prijsstelling te kiezen. U kunt altijd lager gaan zitten in onderhandelingen met klanten als dat nodig is, maar het is veel moeilijker om meer geld te vragen als u op voorhand te laag inzet. Wees aan de andere kant ook niet bang om een deal mis te lopen door de prijs. Als de klant de waarde van uw diensten niet inziet of het budget niet heeft om zich uw diensten te veroorloven, dan is hij waarschijnlijk geen goede match voor uw bedrijf. Bij het leveren van Managed Services draait alles om het behalen van de marges op de diensten die u levert. Kijken naar uw kosten is het beste startpunt bij het ontwikkelen van uw prijsstrategie. Zodra u inzicht hebt in uw kosten, kunt u na gaan denken over wat u voor uw diensten in rekening brengt. Het prijsmodel dat u kiest, hangt uiteindelijk af van waar u zich het meest comfortabel bij voelt. Wat voor het ene bedrijf werkt, werkt misschien niet voor het andere. Probeer dus niet een prijsmodel af te dwingen dat niet logisch is voor het bedrijf van uw klant of voor uw bedrijf. Het is veel beter om een strategie te kiezen die u begrijpt dan een opkomend prijsmodel dat rendement belooft maar grotendeels onbewezen is in de markt. Tot slot is het van cruciaal belang om de winstgevendheid van uw klantenrelaties na verloop van tijd te meten. Op die manier spoort u prijsfouten op, zodat u deze in de toekomst kunt vermijden.