

10 KPI, die MSPs bei ihrer PSA-Lösung im Blick behalten sollten

Professional Services Automation-Systeme (PSA) sind kritische Business-Tools, die Daten aus all den verschiedenen Aspekten und Funktionen des Geschäftsbetriebs – vom Vertrieb über das Projektmanagement bis hin zur Zeiterfassung, der Rechnungsstellung und dem Service-Desk – auf einer Konsole kombinieren, um dem MSP auf diese Weise zu mehr Effizienz, Verantwortlichkeit und Profitabilität zu verhelfen.

Das führt allerdings auch dazu, dass die schiere Menge an Daten in einem solchen PSA-System überwältigend sein kann. Was sollten Sie messen und wie finden Sie in all diesen Daten diejenigen, die Sie benötigen, um für Ihr Unternehmen kluge Entscheidungen zu treffen?

Wir haben hier einmal die 10 wichtigsten Leistungskennzahlen (KPI) aufgeschlüsselt, die Sie als MSP im Blick behalten sollten.

KPI 1: Profitabilität

Sie müssen ganz genau wissen, wo Sie Geld verdienen und wo Sie welches verlieren. Um ein akkurates Verständnis von der Profitabilität zu bekommen, beginnen Sie damit, Ihre laufenden Umsatzströme und möglichen Verluste zu ermitteln. So finden Sie heraus, wie sich bestimmte Posten auf Ihre wiederkehrenden monatlichen Einnahmen auswirken. Die Dashboards und Widgets von Autotask PSA gestalten es dabei denkbar einfach, die Profitabilität Ihrer Konten zu überblicken.

KPI 2: Kundenzufriedenheitsbewertung

Die Kundenzufriedenheitsbewertung kann Ihre beste Quelle sein, wenn Sie verstehen möchten, was funktioniert und was verbessert werden muss.

KPI 3: First Call Resolution (FCR)

FCR ist der Prozentsatz an Tickets, bei denen das Problem mit dem ersten Anruf gelöst werden konnte. Auf diese Weise können Sie bemessen, wie schnell Sie Ihren Kunden Abhilfe bieten. FCR kann auch ein guter Indikator für die Kundenzufriedenheit sein, denn je mehr Anrufe und Kontakte nötig sind, um ein Problem zu beheben, desto frustrierender ist der Vorgang für die Kunden.

KPI 4: Eskalierte Tickets

Wenn Sie den Prozentsatz der Tickets kennen, die eskaliert werden, bevor man sie lösen kann, können Sie die Effizienz des Help Desk ermessen. Eine bessere Effizienz beim Help Desk bedeutet, dass vor der Abhilfe weniger Kontakte mit verschiedenen Ressourcen nötig sind, was wiederum dazu führt, dass bei jedem einzelnen Vorfall Zeit und Geld gespart wird.

KPI 5: Ausnutzung der Ressourcen

Wenn Sie die Ausnutzung der Ressourcen beziffern wollen, müssen Sie drei grundlegende Aspekte betrachten: Leistung im Vergleich zur Prognose, Ressourcenplanung und Transparenz der zugrunde liegenden Kosten. Diese Größen versetzen Sie in die Lage, die Leistung Ihrer Aufträge und Projekte zu bestimmen.

KPI 6: Neu entdeckte Geräte

Ob nun nach Gerät oder nach Benutzer abgerechnet wird – MSPs können die Messgröße der neu entdeckten Geräte nutzen, um die aktuelle IT-Struktur des Kunden zu verstehen und zu erfassen, welche Geräte unter den Vertrag fallen sollten. Letztendlich ist ein genauer Überblick über das gesamte Netzwerk für den MSP notwendig, um die Sicherheit der IT-Umgebung zu gewährleisten.

KPI 7: Vertragsverlängerung

Um Kundenabwanderung zu verhindern, informiert Autotask PSA die MSPs, wenn bei Kunden eine Vertragsverlängerung ansteht. Die Widgets geben einen Überblick über Verträge, die in 30, 60 und 90 Tagen ablaufen werden. So kann der MSP die Dokumente, die in Bezug auf Verlängerungen ausgearbeitet werden müssen, schon im Vorfeld vorbereiten und behält Zeit für mögliche Verhandlungen.

KPI 8: Projektstatus

Behalten Sie Ihre Projekte im Blick, damit Sie wissen, mit welchen Sie dem Zeitplan voraus und mit welchen Sie in Verzug sind. Priorisieren Sie Aufgaben, die in dieser Woche fällig werden, und finden Sie heraus, bei welchen Projekten ein Risiko besteht, sodass Sie Probleme proaktiv angehen können und die Dinge schnell wieder in die richtigen Bahnen lenken.

KPI 9: Vertriebspipeline

Viele MSPs haben kein ausgewiesenes Vertriebsteam. Autotask PSA kann mit der CRM-Komponente für Vertriebsprognosen und Pipelines dabei helfen, diese Rolle einfacher zu gestalten. Eine Prognose liefert einen kurzfristigen Überblick, in dem es beispielsweise darum geht, welche Abschlüsse vermutlich in den nächsten Monaten getätigt werden, während eine Pipeline einen Gesamtüberblick über alle Möglichkeiten gibt, die in den verschiedenen Stadien des Kaufzyklus stecken.

KPI 10: Verkaufsabschlüsse

Jede Möglichkeit – ob sie zu einem guten Abschluss kommt oder letztlich verloren geht – gibt wertvolle Einblicke in Ihren Vertriebsprozess. Wenn Sie über einen gewissen Zeitraum hinweg die primären Gründe dafür vergleichen, weshalb Sie einen Abschluss tätigen konnten oder den potentiellen Kunden verloren haben, hilft Ihnen dies, die Stärken und Schwächen Ihrer vertrieblischen Bemühungen zu erkennen. Autotask PSA verzeichnet erfolgreich getätigte Abschlüsse und verlorene Gelegenheiten und gibt dies mit Hilfe von Dashboard-Widgets und Berichten wieder.



Sie möchten mehr über die 10 PSA-KPI wissen, die MSPs im Blick behalten sollten?

[LADEN SIE DAS E-BOOK HERUNTER →](#)