



Zukunft der Cloud-Anbieter

Nur die Performance zählt

Die weltweiten Ausgaben für Software-as-a-Service (SaaS) werden weiterhin wachsen – Branchenanalysten erwarten einen Anstieg von 49 Milliarden US-Dollar im Jahr 2015 auf 67 Milliarden US-Dollar im Jahr 2018. SaaS-Umsätze, so das Ergebnis einer IDC-Studie, wachsen somit beinahe fünfmal so schnell wie die Umsätze, die mit dem Verkauf traditioneller On-Premise-Software erzielt werden.

Vor diesem Hintergrund scheint klar: Die Cloud ist keine Zukunftstechnologie mehr, sondern für viele Unternehmen längst Alltag. Kein Wunder also, dass auf Faktoren wie Verfügbarkeit und Performance zunehmend Wert gelegt wird.

Moderne Unternehmen haben viele wichtige Systeme in die Cloud verlagert; ununterbrochene Verfügbarkeit und uneingeschränkte Skalierbarkeit sind deshalb Grundvoraussetzung. Für die Beziehung zwischen Anbieter und Kunde bedeutet das: Verlässlichkeit schafft Vertrauen und legt die Grundlage für eine langfristige Zusammenarbeit. Aus Anbieterperspektive nicht weniger bedeutend ist der Umstand, dass Vertrau-

en auch die Kundenzufriedenheit erhöht – einen der wichtigsten Erfolgsmaßstäbe in der Cloud-Welt. Schließlich erfordert das Geschäftsmodell, dass das Vertrauen der Kunden nach jedem Subskriptionsintervall, also in der Regel alle drei Jahre, erneut verdient werden muss. Die Verlagerung von immer mehr Unternehmensanwendungen in Multi-Tenant-Cloud-Modelle stellt Software-Anbieter vor die Herausforderung, ihre Kunden mit einem einzigen, hochwertigen Service-Level-Agreement (SLA) zufriedenzustellen. Konsumenten sind an die User-Erfahrungen gewöhnt, die ihnen Unternehmen wie Facebook, Twitter und LinkedIn bieten – also Services, die so gut wie nie für länger als ein paar Sekunden ausfallen.

Auch wenn manche Ausfallzeiten notwendig sind – zum Beispiel um wichtige Patches einzuspielen – besteht doch die Erwartung, dass die Unterbrechungen möglichst kurz sein und unauffällig ablaufen sollten.

Vertrauen schaffen

Kunden wünschen sich jedoch nicht nur uneingeschränkte Verfügbarkeit, sondern auch Anwendungen, die stets auf dem neuesten Stand sind. Früher war die fortlaufende Aktualisierung von Systemen mit regelmäßigen Ausfallzeiten verbunden. Diese Problematik konnte dazu führen, dass wichtige Updates von On-Premise-Systemen monatelang aufgeschoben wurden. Oft-

WEB-TIPP:
workday.com/de

mals weigerten sich Unternehmen auch gänzlich, benötigte Patches einzuspielen. Durch mitunter undurchsichtige Update-Strategien mancher Anbieter wurden sie einem Flickenteppich aus Service- und Enhancement-Packs sowie Software-Erweiterungen ausgesetzt, nur um ihre Benutzer mit halbwegs zeitgemäßen Funktionen zu versorgen. Dies geschah vor dem Hintergrund der Erkenntnis, dass die Kundenzufriedenheit entweder durch Ausfallzeiten, genauso aber durch fehlende Features massiv Schaden nehmen kann. Cloud-Anbieter sollten fortlaufend daran arbeiten, das Vertrauen ihrer Kunden zu erhalten. Genau deshalb ist die Kombination von Verfügbarkeit, Verlässlichkeit und Aktualität so wichtig. Ausfallzeiten müssen sukzessive verschwinden, ohne dass die Systeme veralten. Die Verfügbarkeit von Services nimmt im Cloud-Zeitalter eine völlig neue Form an. Nicht nur die Ansprüche sind gestiegen, sondern die Verantwortlichkeit ruht nun auch vollends auf den Schultern der Anbieter.



In der Cloud-Welt bleibt Anbietern keine andere Wahl, als die Beziehung zu ihren Kunden dauerhaft zu pflegen. Nur so können Vertrauensverhältnisse entstehen und langfristige Kooperationen aufgebaut werden.

Christoph Kull, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing DACH bei Workday

Fazit

Wie können diese den gewachsenen Anforderungen ihrer Kunden gerecht werden? Neben der Zusicherung von standardisierten SLAs sollten auch das Design und die Bereitstellung des Produkts verschlankt und die Verfügbarkeit erhöht werden. Nur wenn Innovationszyklen kürzer ausfallen, Updates in wenigen Stunden für alle Kunden gleichzeitig aktiviert werden und Kunden Einblick in neue Funktionen erhalten, um Rollouts sinnvoll einplanen zu können, kann höchste Kundenzufriedenheit erreicht werden. In der Cloud-Welt bleibt Anbietern keine andere Wahl, als die Beziehung zu ihren Kunden dauerhaft zu pflegen. Nur so können Vertrauensverhältnisse entstehen und langfristige Kooperationen aufgebaut werden – denn im Rahmen von Abo-Modellen können unzufriedene Kunden jederzeit abspringen. Große Versprechungen verlieren somit an Bedeutung. Alles was zählt, ist die Performance.

CHRISTOPH KULL

Weiterführende Informationen: www.it-daily.net

Whitepaper



Die Buttons führen Sie in der ePaper-Version direkt zum Ziel. In der Printversion nutzen Sie bitte den QR Code.