



Sophos stellt die Weichen für die Zukunft

Mit dem neuen Partnerprogramm geht Sophos gezielt auf die Bedürfnisse seiner Partner ein und unterstreicht seinen Channel-First-Anspruch

Wiesbaden, 15. Juli 2015 – Sophos hat zum 15. Juli sein neues Partnerprogramm gestartet und stellt damit die Weichen, das starke Wachstum des Unternehmens auch in Zukunft auf eine stabiles Partnerfundament zu stellen. Hauptziel des neuen Programms ist eine Vereinfachung der Partnerlevel zu Schaffung von mehr Transparenz und damit verbunden flexiblere Handlungsmöglichkeiten im Channel. Weitere Schwerpunkte sind die fokussierte Unterstützung mit Sales- und Marketingmaßnahmen sowie ein neues Discount-Modell.

Das Ergebnis ist die Einteilung der Partnerlandschaft in die Level „Platinum“, „Gold“, „Silver“ und „Authorized“. Während die ersten drei Stufen abhängig von Umsatz und Zertifizierungen sind, ist im Authorized-Level keine Mindestanforderung notwendig und ermöglicht so einen unkomplizierten Eintritt in die Sophos-Welt. Im Bereich der Aus- und Weiterbildung stehen die bewährten Zertifizierungen „Sophos Certified Sales Consultant“, „Sophos Certified Engineer“ und „Sophos Certified Architect“ zur Verfügung. Zentraler Anlaufpunkt für alle Fragen ist weiterhin das Sophos-Partnerportal, das auf einen Blick hilfreiche Tools wie Promos oder Battlecards sowie Informationen zu aktuellen Kampagnen liefert.

„Mit einer Basis von über 4.000 Partnern in der DACH-Region ist es extrem wichtig, einen hohen Wiedererkennungswert des Partnerprogramms sowie einen klaren Partner-Status zu kommunizieren“, so Helmut Nohr Channel Sales Director bei Sophos Deutschland. „Das garantiert unser Partnerprogramm, das übrigens mit einer großzügigen Übergangsphase umgesetzt wird, damit alle Partner die Möglichkeit haben, sich zu qualifizieren. Wichtig ist, dass zunächst einmal jeder Status, der momentan vergeben ist, erhalten bleibt.“

Weiteres Herzstück des Programms ist das neue Discount-Modell. Damit erhält der Partner direkten Einfluss auf seine Verkaufsmarge und kann diese zum Beispiel durch Zertifizierungen, Projektmeldungen und Aufstiege in den nächsten Partnerlevel aktiv beeinflussen. Die schnellere Angebotserstellung, beispielsweise durch Standardangebote, und komprimierte Auftragsabwicklung garantieren zudem kurze Reaktionszeiten im Kontakt mit dem Kunden.

„Wir waren während der Entwicklung des neuen Programms in ständigem Kontakt mit Partnern und Distributoren. Auf diese Weise konnten wir sicherstellen, dass das neue Konzept perfekt auf die Bedürfnisse des Channels angepasst ist“, so Nohr weiter. „Mit der neuen Struktur leben wir den ‚Security made simple‘-Ansatz aus unserem Lösungsportfolio im Channel und geben den Partnern ein effizientes System an die Hand, um ihre Geschäfte mit Sophos-Lösungen weiter auszubauen sowie von neuen Trends wie der Cloud nachhaltig zu profitieren.“

Über Sophos

Mehr als 100 Millionen Anwender in 150 Ländern verlassen sich auf Sophos' Complete-Security-Lösungen als den besten Schutz vor komplexen IT-Bedrohungen und Datenverlust. Sophos bietet dafür preisgekrönte Verschlüsselungs-, Endpoint-Security-, Web-, Email-, Mobile- und Network Security-Lösungen an, die einfach zu verwalten, zu installieren und einzusetzen sind. Das Angebot wird von einem weltweiten Netzwerk eigener Analysezentren, den SophosLabs, unterstützt.

Sophos hat seinen Hauptsitz in Boston, USA, und Oxford, Großbritannien. In Deutschland hat das Unternehmen seinen Hauptsitz in Wiesbaden und ist in Österreich und der Schweiz je an einem Standort vertreten. Weitere Informationen unter www.sophos.de.

Pressekontakt:

Sophos

Jörg Schindler, PR Manager CEEMEA

joerg.schindler@sophos.com, +49-721-25516-263

TC Communications

Arno Lucht, +49-8081-954619

Thilo Christ, +49-8081-954617

Christiane Capps, +49-174-3335550

Ulrike Masztalerz, +49-40-484434

sophos@tc-communications.de