

本文主要跟大家讲讲渠道代理商体系的价值，也许不同的会有不同的看法，希望通过这篇文章引起大家的探讨。

价值阶段	厂商提供价值	代理商提供价值	客户支付价格(举例)	对应报偿分配
销售渠道	提供产品	完成销售动作	License(买断): 30万元	代理商4折拿货, 售价为8折, 差价部分归代理商(15万元)
实施落地	远程技术支持	完成定制开发、按照部署等工作	定制开发等实施费用: 20万元	大部分归代理商/系统集成商

如果只是销售简单的盒装软件，第二项“实施落地”的费用就很少，第三项“售后服务”的费用也很难收到了。

在这样的价值分配体系下，我们常常见到一个金蝶、用友的代理商公司里，实施、开发工程师的人数会比软件销售业务员的人数多几倍。其提供的是多个阶段的价值，也因此得到多个阶段的报偿。

二、常规SaaS代理商的价值

我们都知道，SaaS提供的是在线服务，其收费模式与传统软件不同。除了每年收年费，10万客单价以下SaaS产品的交付过程基本不存在安装部署和定制开发的工作（大客户交付会有一周至几个月的实施过程，但也很少涉及代码级开发）。

我们分析一下SaaS代理商在SaaS服务价值链中提供的服务和价值。为了方便理解，我还是举个具体的例子：