Wciśnięcie frytek w zestaw sprzedawany w restauracjach fast food to ponadczasowe mistrzostwo świata w up-sellingu. Na rynku IT również nie brakuje okazji do poszerzenia portfela produktów i usług

Mariusz Ludwiński

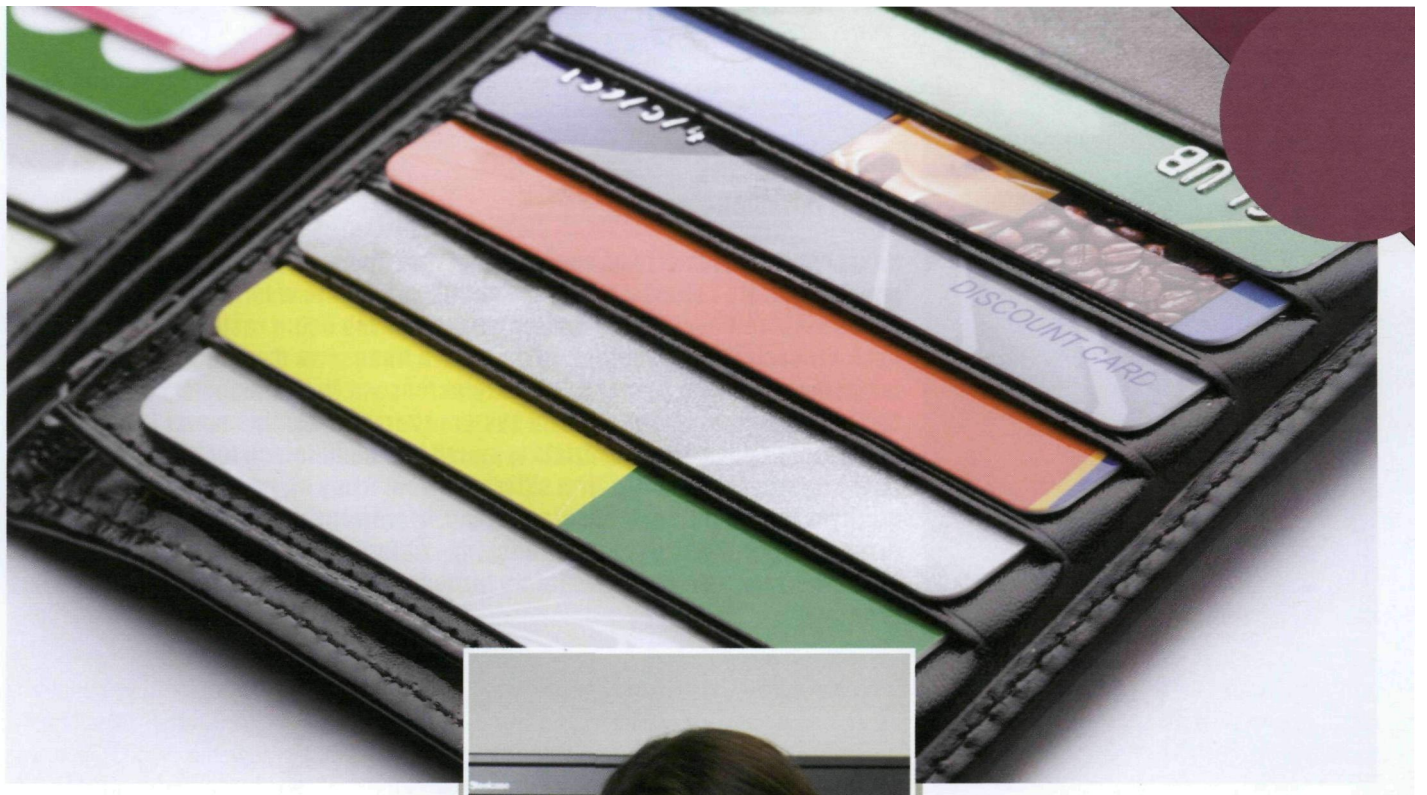
Portfel obrotnego resellera

To niewątpliwy znak czasów, że termin ten otwarcie pada na konferencjach największych dostawców. HP, Oracle, IBM, Microsoft, Dell: firmy te albo już posiadają pełne spektrum rozwiązań IT, albo pracują nad ostatnimi akwizycjami, żeby to spektrum uzupełnić. Up-selling kiedyś oznaczał zasypywanie klientów propozycjami (głównie przez katalogi i oferty wysyłane pocztą) i pokładanie nadziei w statystyczny zysk z inwestycji. Koszty własne producenta kształtowano tak, aby pokryć je już w przypadku, gdy na sto wysłanych ofert zaledwie dwie-trzy przyniosły transakcje. Obecnie up-selling to siła napędzająca segment oprogramowania CRM i analiz Big Data. Jednak mimo całego technologicznego wsparcia, wciąż najbardziej liczy się dobry perswazyjny pomysł na połączenie oferowanych produktów w konstrukcję łatwą i logiczną do wyjaśnienia.

Sprzęt i akcesoria telco, media telekomunikacyjne, usługi data center, rozwiązania IT drugiego rzędu, automatyka budynkowa i systemy wizyjne – to wycinek możliwości up-sellingu, jakie posiada partner handlowy w branży IT.

JEDNA WIZYTA, JEDNA FAKTURA

Na konferencji partnerskiej „Komsa Polska 2013. Twój biznes w czasach zmian" swoje produkty zaprezentowało kilkunastu producentów sprzętu i akcesoriów IT/telco, m.in. Nokia, Samsung, Jabra, Lenovo, Emtec, Garmin, Mio, Media-Tech, Coyote. Przesłanie było jasne: na tych produktach można uzyskać ciekawe marże, a nie wymagają wielkich inwestycji finansowych. Jednak kierunek ten może wydawać się dziwny. W końcu jaki problem dla klienta, nawet biznesowego, iść do marketu elektronicznego i tam kupić słuchawki, etui do telefonu, czy nawet nawigację samochodową? Problem żaden, ale (a) mimo wszystko trzeba się tam wybrać, (b) mimo wszystko markety nie posiadają zbyt szerokiego wyboru. Tymczasem lokalny reseller zawsze jest pod ręką, i wszystkie



szczegóły transakcji da się z nim załatwić przez telefon, jak również ma dostęp do mniej znanych dostawców. Takich, którzy z powodów finansowych (niska rotacja, konflikt marżowy) nie wchodzą do marketów. Oferują oni niespotykane, indywidualne wzornictwo i wyższą jakość – często ma to duże znaczenie dla klienta.

W segmencie twardego IT zachodzi podobna sytuacja. Wygoda zakupu przekłada się tutaj możliwość zawarcia na tej samej fakturze kilku różnych usług. Zwrócił mi na to uwagę Mateusz Sondij, wiceprezes ds. rozwoju w Omnitec, podczas rozmowy do wywiadu, do listopadowego numeru Reseller News. Teoretycznie, nic nie stoi na przeszkodzie, aby firma wynajmująca biuro lub posiadająca własny budynek kupowała prąd, telefon, internet, data center, od czterech różnych dostawców. W praktyce jednak, koszty organizacyjne przetworzenia jednej faktury są niższe niż koszty przetworzenia czterech faktur. Im większa firma, tym więcej faktur, tym wyższe koszty ich obsługi, tym bardziej mile jest widziana każda oszczędność. Jeśli nie wierzysz, zapytaj swoją księgową. Dla resellera oznacza to – tak naprawdę – zwiększenie przychodów z takiego klienta praktycznie z dnia na dzień. Jako broker prądu lub połączeń telefonicznych otrzymuje ustaloną stawkę od swojego dostawcy, a nie zajmuje się przecież ani produkcją, ani dystrybucją. Szybkie i proste pieniądze.

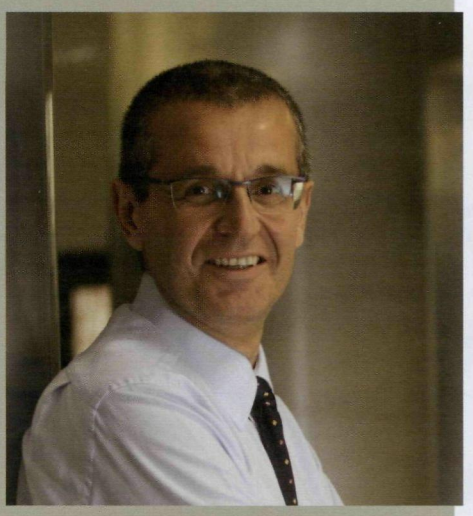
WIRTUALIZACJA NA WYNOS

Wielu resellerów trzyma się wyłącznie produktów IT pierwszego rzędu: serwerów, macierzy, komputerów, sieciach i wi-fi. Na tym się znają, to lubią. Ale sporo możliwości zarobku leży w produktach drugiego rzędu takich jak security, backup, wirtualizacja (do pewnego stopnia). Ten rok przyniósł konkretne argumenty za tym, żeby w tę stronę skierować biznesowe spojrzenie: ujemne wyniki sprzedaży rok do roku w największych segmentach IT, rekordowe wyniki w mniejszych segmentach. Citrix, VMware, Veeam, Norton, Trend Micro, F-Secure – tam dzieją się wzrosty, tam rosną rynki, tam robi się biznes.

Dlaczego tak się dzieje i dlaczego nie jest to jednoroczny wyskok? Vitaly Suchovsky, dyrektor na rynki wschodzące w firmie Veeam, w rozmowie podczas spotkania branżowego Veeam After Party, podzielił się ze mną następującą obserwacją. Z każdym miesiącem coraz więcej oferty IT od dostawców pochodzi z chmury: oprogramowanie, moc obliczeniowa, pamięć dyskowa. Resellerzy składają z tych elementów pakiety, które przedstawiają klientom: Drogi Kliencie, za 5 dolarów dostaniesz wirtualny serwer o takich parametrach, za 6 dolarów – ten serwer z backupem i dodatkową ochroną przed zagrożeniami. W tym momencie nie ma znaczenia czy za działanie odpowiada silnik wirtualizacyjny VMware czy silnik Microsoft. Veeam współpracuje z oboma, zapewniając sobie przychody z obu źródeł. Podobnie rzecz ma się z rozwiązaniami bezpieczeństwa. W przypadku samej wirtualizacji, jest to po prostu tani sposób tworzenia zasobów IT. Co roku rośnie liczba uruchamianych maszyn wirtualnych, korzystające z nich firmy notują oszczędno-

Artur Rosiński,
Independent Software Product Manager w Avnet

Wzrosty w sprzedaży rozwiązań wirtualizacyjnych wynikają z nieustannie postępującej komputeryzacji wszelkich dziedzin gospodarki. Urządzenia przenośne typu smartfony czy tablety są używane tak w życiu osobistym, jak i na płaszczyźnie zawodowej. Rozwój systemów operacyjnych oraz aplikacji generuje większe zapotrzebowanie na zasoby infrastruktury, co z kolei wpływa na znaczący przyrost sprzedaży sprzętu dla data center: serwerów, macierzy, urządzeń sieciowych, oraz wisienki na szczycie tortu – wirtualizacji,. Obecnie coraz rzadziej można się spotkać ze sprzedażą serwerów bez sprzedaży rozwiązań wirtualizacyjnych, ponieważ wirtualizacja oznacza oszczędności. Pozwala firmom zaoszczędzić średnio kilkanaście procent kosztów, a wiele z tych firm do tej pory przeznaczyło na nie tylko niewielki procent swoich budżetów IT



Marcin Penczek,
Prezes Zarządu, Hogart

Nasze typy na 2014 rok to farmacja, usługi, oraz finanse. Ta triada staje przed próbą, wyzwaniem, ale i szansą. Mamy znakomite referencje w farmacji i spodziewamy się powiększenia ich liczby. Sektor nowoczesnych usług rośnie i zyskuje w trudnych czasach dla gospodarki. Także branża finansowa dynamicznie się zmienia. Jesteśmy częścią tej zmiany dzięki bezpieczeństwu, funkcjonalności oraz znakomitym własnościom integracyjnym systemu zarządzania finansami Infor SunSystems, który z powodzeniem działa w ponad 300 podmiotach tej branży. Wierzymy, że w przyszłym roku wiele firm skieruje swoje firmy na nowe tory, dzięki strategicznym rozwiązaniom technologicznym. Oferowany przez nas system analityki biznesowej QlikView – konkurencyjny, zmieniający radykalnie, a przy tym błyskawicznie, sposób prowadzenia biznesu – znakomicie sprawdza się w wielu branżach

ści, więc więcej firm i więcej projektów ruszy w tym kierunku. To naturalne i logiczne zjawisko. Każdy lubi liczyć zaoszczędzone pieniądze, tym bardziej że są to jego własne pieniądze.

INTELIGENCJA KABLOWA

Systemy monitoringu tradycyjnie kojarzą się z kablami i kamerami. Są domeną elektryków-pasjonatów i osiedlowych firm instalatorskich. Wielu klientów wciąż kupuje stare, analogowe modele kamer, ponieważ traktuje je nie jako aktywne narzędzie tworzenia wartości w swoim biznesie, ale jako dziecięcy pistolet na wodę. Straszak na niegrzecznych klientów, kradnących bochenek chleba za 2,70 zł. W nowoczesnym wydaniu, system wizyjny to wciąż kable i kamery, ale dochodzą do tego monitory, serwery, macierze dyskowe, oprogramowanie analityczne i zarządzające. Tego dodatkowego sprzętu nie jest w stanie zainstalować lokalny instalator. Nie ma na to pieniędzy i mu się to nie opłaca. Wyjaśnił mi to Martin Gren, wynalazca kamery IP oraz prezes firmy Axis Communications, na rozmowie towarzyszącej imprezie partnerskiej Axis Poland Partner Day 2013. Zarobek instalatorów zależy od ilości położonego kabla, a kamery analogowe wymagają go średnio 3 razy więcej niż kamery IP. Co więcej, po zainstalowaniu kabli instalator praktycznie nie ma z czym wrócić do klienta po kolejną transakcję – chyba że za kilkanaście lat na wymianę kabli. Kable to jego jedyny zarobek. Z kolei integrator IT użyje kamer IP i położy mniej kabla, ale może zaoferować pełny system wizyjny, ponieważ ma pomysł jak klient może zarobić po jego wdrożeniu. Ma również pod ręką inne rozwiązania informatyczne, które zaoferuje klientowi za miesiąc, dwa, za pół roku. Pozostając w obszarze kabli, instalacja systemu wizyjnego w firmie otwiera okazję do rozmowy na temat instalacji podobnego systemu w domu właściciela firmy. A skoro mowa o systemie monitoringu, można spokojnie pójść dalej: w infrastrukturę inteligentnego domu. Czyli system wideofonu wejściowego, streaming i konsumpcja mediów (kino, radio, muzyka, internet, wi-fi), automatyka wewnętrzna domu mieszkalnego (bramy, okna, rolety, oświetlenie, ogrzewanie, woda, instalacja elektryczna) oraz budynków dodatkowych (magazyn, garaż, stajnia – dla miłośników koni). Zakres jest szeroki, a nabycie niezbędnych kompetencji – dość proste. Opowiedział mi o tym Arkadiusz Gmitrzak, kierownik dystrybucji w firmie ID Electronics, na targach Dom Inteligentny 2013. Wstępne szkolenie kompetencyjne w budowaniu i wdrażaniu systemów elektryki i automatyki budynkowej nie jest długie, można je odbyć u dystrybutora. Chętni mogą dodatkowo przystąpić do egzaminu certyfikacyjnego. Nie jest to wymóg bezwzględny, to znaczek Partner KNX zwiększa zaufanie klientów. W firmie zwykle wystarczy jedna przeszkolona osoba, sprawny inżynier, który lubi swoją pracę. Nawiązanie współpracy z dystrybutorem sprzętu również jest proste, gdyż często jedynym formalnym wymogiem jest wykazanie zatrudnienia osoby odpowiednio wykwalifikowanej do budowania systemów automatyki. ▮

Mariusz Kochański,
Członek Zarządu, Dyrektor Działu Systemów Sieciowych, Veracomp SA

Trendy IT prognozowane przez amerykańskie agencje badawcze nie zawsze w 100 proc. przekładają się na te występujące na polskim rynku. Polskie trendy na 2014 r. będą bardziej uwarunkowane lokalnymi czynnikami ekonomicznymi czy prawnymi, niż zdolnością polskiego rynku do przyjęcia nowych technologii. Popularyzacja smartfonów, wi-fi, LTE spowodowała powstanie nowej grupy docelowej w Polsce - Mobilnego Konsumenta Miejskiego. Będzie on odwiedzał te sklepy i kawiarnie, które oferują darmowe wi-fi, będzie lojalny wobec marek, które mają spójną i personalizowaną strategię komunikacji w czasie rzeczywistym. Zwiększy się popyt na rozwiązania WLAN - zarówno takie, które oferują bezpieczny internet dla kilkudziesięciu użytkowników i duże, skalowalne, mogące bezpiecznie obsłużyć jednocześnie tysiące osób w architekturze cienkiego AP. Będzie następował proces ucieczki specjalizowanego handlu detalicznego do internetu. Dla takiej formy biznesu bezpieczeństwo aplikacji sprzedażowej na stronie sklepu to priorytet, a ataki DDoS czy QL Injection staną się powszechną formą walki z konkurencją