

# ‘Energie als lucratieve dienst voor ICT- en telecomresellers’

**Ramon Schenke,**  
*commercieel manager Synnion*

**ICT- en telecomresellers hebben veel gemeen met verkopers van energie aan het MKB. Distributeur Synnion biedt ondernemers in het telecomkanaal daarom sinds kort de mogelijkheid om ook energie te gaan verkopen als new business. Een eerste kennismaking met dit Nederlandse bedrijf is dan ook meer dan op z'n plaats.**

door: Rashid Niamat

**S**ynnion is ruim drie jaar geleden opgericht met een duidelijk doel voor ogen: distributeur op de energiemarkt worden. Synnion zag dat er ruimte was in een markt waar leveranciers niet op konden inspelen. Net als in de telecomsector is er volgens het bedrijf voor MKB-bedrijven en consumenten de nodige aanleiding om periodiek naar de kosten te kijken en te beoordelen of switchen van abonnementen voordelig is. In telecomland controleren telecompartners of IT-leveranciers veelal voor klanten of overstappen voordelig is maar in de energiesector is dat volgens Synnion nog amper geregeld. “Dat heeft deels te maken met hoe die markt in elkaar zit”, zegt commercieel manager Ramon Schenke van Synnion. “Consumenten worden wel regelmatig benaderd en grootzakelijke bedrijven regelen hun contracten vaak zelf. Maar de segmenten daartussen vallen tussen wal en schip.”

## Marges

De energiemarkt in Nederland is geliberaliseerd, processen als overstappen zijn goed geregeld en staan onder toezicht. Technische hordes zijn er dus niet.

Volgens Schenke vertegenwoordigt Synnion het aanbod van ruim een dozijn energieleveranciers in de Nederlandse markt. “Dit aanbod zetten we via ruim 150 partners in de B2B-markt en die zijn daar ook succesvol mee. Wij zijn dus zelf geen leverancier maar een distributeur”, zegt hij. “Adviseren over en energie verkopen aan MKB'ers of consumenten lijkt voor buitenstaanders compleet anders en moeilijker dan het

verlengen van telefoonabonnementen, maar dat is het niet. Het gaat natuurlijk over iets anders, maar de processen lijken op elkaar. Waar wel echt verschil in zit, is bij het klanteigenaarschap en de marges en partnervergoedingen. Het klanteigenaarschap ligt altijd bij de partners waardoor deze ook op de langere termijn een goed verdienmodel hebben. De vergoedingen voor de partners liggen over het algemeen hoger dan in de telecomwereld.”

## Looptijden

Als ondernemers hun telefoonabonnementen verlengen, is het verhaal eigenlijk afgerond na het geven van de opdracht en het inschieten daarvan bij de leverancier of telco. “Bij energie is dat anders. Na de opdrachtbevestiging moet een contract worden getekend en verwerkt”, zegt Schenke. “Ook de looptijden van contracten voor kleinzakelijke afnemers zijn anders bij energie.

## ‘Partnervergoedingen in energie zijn hoger dan in de telecomwereld’

Deals met 12, 36 of 60 maanden looptijd zijn gebruikelijk. We helpen partners daar natuurlijk bij via ons klantenportal. Daarop kan een partner orders indienen, aanpassen en volgen. Dat is een grotendeels geautomatiseerd proces dat de snelheid en accuratesse ten goede komt.” Nadat de order is verwerkt krijgt de klant zijn voorschotnota's van de leverancier, de partner krijgt zijn vergoedingen en Synnion blijft voor de klant volledig buiten beeld.



## ‘ICT- en telecomresellers zijn gewend te denken in contractduur’

Bij Synnion werkt op dit moment een team van negen mensen dat de hele Nederlandse markt bedient. Daar zijn wel partners voor nodig en dus zoekt Synnion daarvoor expliciet naar bestaande ICT- en telecomresellers. Schenke heeft zelf een telecomachtergrond en ziet in de ideale partner een ondernemer die gewend is om dicht op de klant te zitten. “Het gaat om ondernemers die vaker klantcontact hebben en ook de meerwaarde inzien van diensten met een extra lock-in. Onze ervaring is dat ICT- en telecomresellers aan die voorwaarden voldoen. Zij vormen de groep waarvan wij verwachten dat zij een commodity als energie goed kunnen verkopen.”

### Wederverkopers

Energie is voor Synnion duidelijk een commodity. Net als water uit de kraan en belbundels. Energie als dienst is niet sexy. “Energie is vooral een dienst die we geen moment kunnen missen. Diensten met een dergelijke uitstraling moet je kunnen verkopen en onze ervaring is dat het telecomkanaal dat heel goed kan. We

zijn dat kanaal verder aan het uitbouwen en zien dagelijks hoe goed de match is.” Verder is handig dat ICT- en telecomresellers gewend zijn te denken in contractduur in plaats van economische levensduur zoals dat bij hardware een rol speelt. In dat opzicht sluiten telecom en energie goed op elkaar aan, vindt Schenke. “Ze versterken elkaar zelfs. We krijgen dat als feedback terug van het kanaal. In een belronde of het bezoek om over telefonie te praten, komt ook energie heel makkelijk ter sprake. Dat de doorlooptijd van die contracten anders is, vinden partners juist een pluspunt. Het verhoogt het aantal contactmomenten en daarmee de kans om meer te verkopen. Energie is dus een goede business voor de ICT- en telecomresellers en we merken dan ook dat onze partners er echt blij mee zijn. Telecom is inmiddels bovendien wel een aardig verzadigde markt en het aantal echt nieuwe klanten is klein. Resellers moeten het dus meer hebben van overstappers. Bovendien zijn de telecommarges en -vergoedingen toch echt heel anders dan wat er in de energiemarkt via Synnion mogelijk is.”

### Kleine lettertjes

Het verhaal van Schenke is duidelijk en klinkt bijna te mooi om waar te zijn. Dan zullen er vast wel kleine lettertjes zijn. Schenke garandeert dat die er niet zijn. “Nee, die hebben we niet. We hebben geen drempels, anders dan dat een nieuwe reseller een korte training volgt om ons portal goed te leren bedienen en een goed advies te kunnen geven. Wij zijn de eerste op dit terrein en nodigen actieve telecom- en ICT-partners uit die op zoek zijn naar nieuwe verdienmodellen contact met ons op te nemen en zo samen het MKB en consumenten aan betere energiecontracten te helpen.” «