



NETWERK INFRASTRUCTUUR

‘D-LINK OOK CONCURREEREND IN ZAKELIJKE MARKT’

Maarten Verhelst,
*business sales manager Benelux
van D-Link:*

D-Link wordt door velen als consumentenmerk gezien, maar het Taiwanese bedrijf levert wel degelijk producten voor de zakelijke markt en serviceproviders. En met succes. In recente vergelijkings-testen gingen de zakelijke producten mee in de erelijsten. Reden voor een gesprek met business sales manager Maarten Verhelst.

door: Hans Steeman

Het Taiwanese bedrijf D-Link ontwerpt, ontwikkelt en produceert al ruim 30 jaar oplossingen voor bekabelde netwerken, draadloos internet, videobewaking, opslag en domotica. Als bekende aanbieder van connectiviteitsoplossingen innoveert D-Link ook voor middelgrote netwerken en stelt ze bedrijven in het segment tot 100 gebruikers in staat om efficiënter en veiliger te werken. Het bedrijf claimt tevens een belangrijke rol als koploper in Smart Home-technologie. D-Link maakt het klanten gemakkelijk en betaalbaar

om hun woning, kantoorpand of bedrijfsterrein te beveiligen en automatiseren zodat zij hun eigendommen met behulp van een smartphone of tablet overal ter wereld kunnen monitoren.

De nieuwste producten van D-Link kunnen zich qua kwaliteit meten met die van de marktleiders in de zakelijke markt. Het bewijs daarvoor is de D-Link's DGS-3630-28TC, een high performance stapelbare, volledig managed Layer 3 Gigabit-switch. Deze switch is speciaal ontwikkeld voor MKB-bedrijven en ISP's en heeft onlangs een Seal of Approval

ontvangen van het bekende onafhankelijke testinstituut de Tolly Group.

Troef

D-Link is volgens business sales manager Maarten Verhelst van D-Link Benelux, vooral bekend van de consumentenproducten. "In België lag dat anders omdat serviceproviders daar ook al een flinke periode klant waren en onze producten ook langs die weg eindgebruikers bereikten. Telenet heeft enkele router- en modemproducten destijds geïntegreerd voor internettoegang en dat was een belangrijke troef", aldus Verhelst.

D-Link heeft ongeveer vijf jaar geleden besloten de scope te verbreden en de zakelijke markt expliciet in het vizier te nemen. Hierdoor is de marktbenadering van 30 procent zakelijke markt en 70 procent consumentenmarkt langzaam verschoven naar een gelijkwaardige verhouding van 50-50 procent.



“Onze producten staan bekend om de goede prijs/prestatie-verhouding en zijn daarmee zeer geschikt voor het kleinzakelijke segment”, denkt Verhelst. “We kiezen bewust voor deze doelgroep omdat deze bedrijven met behulp van de channelpartners goed kunnen worden geholpen. D-Link is geen concurrent van de hele grote spelers omdat we daarvoor als organisatie nog niet groot en krachtig genoeg zijn. Maar samen met geselecteerde channelpartners kunnen we wel een behoorlijk groot bedrijfsnetwerk voor klanten opzetten en onderhouden. Daar hebben we goede voorbeelden van.” Met trots weet Verhelst te melden dat Plopsaland haar gehele infrastructuur van netwerk, Wifi en bewakingscamera’s in de parken in België, Nederland, Duitsland en Polen samen met D-Link heeft gebouwd.

Behoeftte aan switches

Switches zijn een belangrijk onderdeel van het portfolio en door de snelgroeiende vraag naar aansluitpunten groeit ook bij de consumenten de vraag naar switches in een rap tempo. Had een gemiddelde consument voorheen genoeg aan de drie ethernet-poorten van zijn modem/router, met de verdere verspreiding van IP-technologie naar camera’s, koelkasten, televisies, printers en settopboxen is de

ethernet switch voor de gebruiker een steeds belangrijker onderdeel van zijn infrastructuur aan het worden. Een gemiddelde woning heeft nu al snel 25 ethernetpoorten nodig. De D-Link switches ondersteunen dat probleemloos.

“In een woning of kantoor is in elke ruimte nu een ethernet-aansluitpunt gewenst”, zegt Verhelst. “We kunnen die wens invullen met behulp van

‘D-Link switches kunnen zich meten met die van zakelijke marktleiders’

powerline, switches en access points. Nu IoT doorzet, zal de vraag alleen maar toenemen. De veeleisende consument zoekt B2B-oplossingen. Met onze Laag 3-switches met 5 tot 48 poorten zijn we een relevante aanbieder in het midden-segment. Resellers kunnen hun klanten hiermee optimaal ondersteunen en eindgebruikers alle support geven die nodig is voor een succesvolle implementatie.”

Als de wensen van gebruikers de specificaties niet inhalen, kan de apparatuur in de ogen van Verhelst gemakkelijk 10 tot 12 jaar probleemloos werken. Uiteraard blijft het de vraag hoe lang 1 en 10 Gigabit-switches krachtig genoeg zijn gezien de groeiende vraag. “Er is een evolutie in de markt waardoor systeem al na 5 jaar moeten worden vervangen door zwaardere en krachtigere versies. Dit is ruim binnen de levensduur van de componenten.”

Wifi met Wave 1 en 2

In de discussie over switches wordt bijna vergeten dat Wifi-toegang eveneens een specialiteit is van D-Link. Alle access points van de leverancier ondersteunen 802.11 AC (Wave 1 en 2) en leveren daarmee de maximale draadloze snelheid en dekking die met de huidige technologie mogelijk is. De noodzakelijke Wifi-controllers beheren 100 tot 256 access points wat groot genoeg is voor deze toepassingen. Alle belangrijke features, inclusief toegangscontrole, netwerkmanagement en het uitgeven van certificaten, worden daarbij ondersteund. De access points kunnen gezien de beschikbare bandbreedte van 1200 Mbps honderden gebruikers per access point ondersteunen.

IP-camerabewaking

Mogelijk de bekendste activiteit van D-Link zijn de IP-camera’s. Verhelst: “Ons aanbod in dit portfolio was wel wat breed en dus zijn we nu terug gegaan naar acht modellen. Hierin zitten componenten voor elke type bewaking: residentieel, zakelijk en fish eye. De bijbehorende registratiesystemen met realtime video-toegang leveren we ook. Daarmee horen ook beheerders van parkeergarages en beveiligers van woningen en kantoren tot onze doelgroep. Daarvoor hebben we de producten, mensen en diensten.”

Multichannel

D-Link levert producten uiteraard via meerdere kanalen. “Door een scheiding tussen retail, e-tail en zakelijke segmenten, kan elke reseller zijn klanten een passend product met bijbehorende prijsstelling leveren”, aldus Verhelst. “Consumenten kunnen terecht in de webwinkel en zakelijk gebruikers krijgen producten via hun channel partner geboden met diensten en service. Dit is een gezonde mix.” «