

Central Point, Bechtle Direct, Insight en Comparex over ICT-transformatie

# Resellers gaan van hardware naar value added diensten

In deze ChannelConnect biedt de rubriek 'Reseller aan het woord' ruimte voor een marktverkenning van ontwikkelingen bij value added volumeresellers. We spraken met de directies van Central Point, Bechtle Direct, Insight en COMPAREX over de transformatie binnen de ICT die ook zijn invloed heeft op hun activiteiten.

door: Pim Hilferink

## CENTRAL POINT

"Als er iets is dat de afgelopen jaren als een constante factor van verandering kan worden benoemd, dan is dat wel de distributieketen in de ICT hardware markt" zegt Brian Speelman, algemeen directeur van Central Point. "ICT-producten zijn steeds meer commodity geworden, hierdoor heeft in de keten een grote verschuiving plaatsgevonden van traditionele system integrators, via postorder-verkoop naar uiteindelijk ICT-webshops. De concurrentie speelt zich hier voornamelijk via de prijs-as af. Daarom hebben wij ervoor gekozen om ons, gedurende de gehele 'customer journey', te onderscheiden met een unieke klantbeleving".

### Webshop vs. e-commerce

"Overschakelen vanuit een traditioneel reseller model naar échte e-commerce doe je niet zomaar even, in de praktijk zijn er bijna geen succes verhalen. Dat probleem hebben wij niet gehad, wij in 2001 gestart als een e-commerce bedrijf. Met centralpoint.nl zijn we vanaf dag één erop ingericht om mee te groeien met het veranderende aankoopgedrag van zakelijke klanten. Onze state-of-the-art webwinkel wordt door vrijwel iedereen gezien als de benchmark voor hoe een zakelijke ICT-webwinkel eruit zou moeten zien. Daarnaast zijn wij vier jaar geleden gestart met Central Point Business Solutions. Met dit nieuwe klantbedieningsconcept bedienen wij het mid- en grootzakelijke marktsegment, organisaties met 50 plus medewerkers, met ons grote

assortiment van ICT producten en tal van toegevoegde waarde diensten. Grote(re) overheidsklanten en bedrijven hebben graag een eigen accountmanager voor advies en begeleiding, een koppeling tussen hun en onze bestelsystemen en hebben vooral behoefte aan innovatieve diensten die het beheer van hun ICT-infrastructuur vereenvoudigen. In een consoliderende en licht krimpende markt zijn dat de 'differentiators' voor succes, ook op de wat langere termijn."

### Qualified partners

"Niet alleen veranderen de eisen en verwachtingen bij onze klanten, ook vanuit fabrikanten en distributeurs is er sprake van consolidatie in de distributieketen," vervolgt Speelman. "De grote merk fabrikanten investeren het liefst in een beperkt aantal gekwalificeerde partners bij wie ze elk project zorgeloos kunnen neerleggen. Zoals gezegd is onze organisatie zo opgezet dat we ook deze uitdaging aankunnen. Kwaliteit staat bij ons hoog in het vaandel, we zijn erop ingesteld om op uiteenlopende vragen van klanten flexibel in te spelen. Samen met gespecialiseerde Nederlandse services partners bieden wij verrassende oplossingen waar klanten nog niet eerder mee zijn geholpen. Dat geeft direct een klik. Maar fabrikanten zijn daarnaast ook op zoek naar online presence en verkoop. Central Point weet als geen ander hoe je kosten efficiënt omni channel marketing moet toepassen. Wij maken inzichtelijk hoe iedere marketing euro is ingezet en wat deze heeft opgeleverd. Hiervoor

moet je investeren in kennis en een excellente automatisering ter ondersteuning van de business.

Gezien de awards die we regelmatig winnen doen we dat kennelijk goed. Zo goed, dat we recent zijn verhuisd naar een veel ruimer pand, van waaruit we onder andere onze explosieve groei in het mid- en grootzakelijke segment kunnen voortzetten. Maar ook onze online propositie blijft groeien, in de volumemarkt zijn de marges dun en heb je gekwalificeerde en klantgerichte medewerkers nodig om een gezonde bedrijfsvoering mogelijk te maken. Ik ben er dan ook heel trots op dat we een twee tot drie keer hogere omzet per medewerker realiseren in vergelijking met veel branchegenoten.

'Tijd van overleven op volume is voorbij'



Brian Speelman

De klant van vandaag weet veelal tevoren al wat hij wil. Wij helpen hem om dit product eenvoudig te vinden, te bestellen en het product op het gewenste moment af te leveren. Ik blijf het een raar woord vinden maar het geeft wel aan wat we doen: "ontzorgen". Kennelijk ervaren klanten steeds "zorgen" bij de aankoop, levering en installatie van hun ICT-infrastructuur. Wij helpen hen met een efficiënt bestelproces, de perfecte logistieke dienst, een inventieve oplossing, het implementatietraject en, dat hoort er ook bij, een soepel retoursysteem. De volume hardware vervangingsmarkt blijft de komende jaren consolideren, en daar zijn we op voorbereid. Ik raad iedereen in deze markt aan om een specialisatie te kiezen, de tijd dat je puur en alleen op volume en dus zonder toegevoegde waarde kan overleven is voorbij."



Jean-Paul Bierens

## BECHTLE DIRECT

"Onze organisatie dateert van 1983 en wij zijn sinds 1995 een e-commerce organisatie *avant la lettre*", zegt algemeen directeur Jean-Paul Bierens van Bechtle direct en Comsoft. "We zijn gestart in de Duitse markt waar al snel meer dan 80 procent van onze orders via het internet binnenkwam. Rond 2005 kregen we in de gaten dat het oude 'product-prijs-plaats'-model zijn langste tijd had gehad en zijn we ons als trusted advisor gaan ontwikkelen."

### IT-infrastructuren

"Daarmee zijn we in veertien landen uitgegroeid tot een van de grootste merkonafhankelijke aanbieders van IT-infrastructuuro oplossingen. In Nederland hebben we inmiddels vijftien consultants en solution advisors en focussen we op het leveren van op maat gemaakte oplossingen in de datacenter- en workspacemarkt. Sinds 2007 dingen we met onze tenderdesk ook mee naar overheidstenders. En niet zonder succes, onze tenderdesk-score ligt inmiddels boven de 50 procent", aldus Bierens.

### Ontzorging

"Onze doelstelling is om in 2020 de absolute nummer 1 value added partner

te zijn in de markten waarin wij actief zijn", vervolgt Bierens. "Dat lukt alleen wanneer je het klantenbelang absoluut vooropstelt, langdurige relaties opbouwt en ontzorging zichtbaar maakt in alles wat je doet. Daarbij zijn persoonlijk contact, via telefoon of email, dan wel het bezoeken van klanten onmisbaar. We willen een strategische adviesrol bij onze klanten innemen en ervoor zorgen dat ze de meest bij hen passende IT-oplossingen en diensten aanschaffen. We adviseren, leveren en installeren. Dat is onze kracht."

Net als zijn collega's signaleert ook Bierens de concentratiestrategie bij de diverse vendors. "Alle grote A-merk leveranciers zoeken naar partners die in staat zijn om ook de grotere en complexere klanttrajecten, waar de eisen eigenlijk alleen maar zwaarder worden, tot een goed einde te brengen. Om preferred partner te worden, heb je én een goede trackrecord én een goede relatie nodig. Wij hebben allebei."

### Inspelen op de markt

"Ook met een markt in beweging kent succesvol zakendoen een paar basisvoorwaarden", stelt Bierens vast. "Houdt de focus op de basisactiviteiten, doe wat je belooft en kom leveringsafspraken stipt na. Dat geldt voor

klanten met 50 werkplekken of met 5.000 werkplekken. Mede dankzij de stormachtige groei van de cloud, wordt het aandeel van software binnen de IT-stack steeds belangrijker. Office365, DaaS en ook onze eigen Bechtle as a Service-oplossingen worden als warme broodjes verkocht, maar ook de basis hardware-producten blijven actueel."

"Hoe geautomatiseerd en automatisch allerlei processen ook verlopen, mensen blijven zaken doen met mensen, ook in een consoliderende markt, en dus is de ouderwetse 'gunfactor' nog even belangrijk als vroeger. Dat geldt voor ons, maar ook voor de collega's van Comsoft waarmee we dit jaar fuseren. Bechtle Direct en Comsoft hebben samen ruim 100 medewerkers en door de verbreding van ons aanbod kondigen zich nieuwe kansen en uitdagingen aan. Kansen, omdat ons aanbod nu echt een totaalpakket omvat. En uitdagingen omdat we het DMU-profiel bij onze klanten zien veranderen. Techniek wordt steeds meer ondergeschikt, de bedrijfsdoelen zijn steeds meer bepalend voor ICT-omgevingen. Dat betekent voor onze verkopers dat ze uit hun comfortzone moeten stappen en anders moeten leren praten om de vertaalslag te kunnen maken en de juiste oplossing te kunnen adviseren."



‘Bedrijven helpen slimmer te werken met intelligente technologie’

Frank Hoekstra

## INSIGHT

Insight, de volgende IT-dienstverlener in dit vierluik, is in 1988 begonnen als harddiskproducent onder de naam Hard Drives International. Geleidelijk is het portfolio verbreed en sinds 1995 is het bedrijf onder de huidige naam Insight aan de beurs genoteerd. In de jaren daarna volgden internationale expansie en verdere uitbreiding van het leveringspakket en de toevoeging van diverse vormen van dienstverlening. “Ons credo is om bedrijven te helpen om slimmer te werken met intelligente technologische oplossingen”, zegt vice president Frank Hoekstra van Insight Benelux. “Onze bedrijfshistorie is een afspiegeling van die van onze industrie, waar we in de afgelopen 30 jaar regelmatig onze ‘legacy’ hebben moeten innoveren en onze strategie moesten aanpassen op de veranderingen in de markt. Dan helpt het dat er geen legacy-investeringen zijn die eerst moeten worden terugverdiend. In het algemeen zitten we de laatste jaren duidelijk in de lift en groeien we in de Benelux zelfs wat harder dan de markt.”

### Markt trekt aan

“In onze beleving trekt de markt waarin we opereren aan”, vervolgt Hoekstra. “Zo hadden we eind vorig jaar duidelijk weer een ouderwetse ‘eindejaarsrally’. Normaal gesproken volgt daar dan een langzaam eerste kwartaal op, maar eind maart was er opnieuw sprake van een eindsprint. Ik denk dat dit deels is terug te voeren op een professionele executie van de koers die we vijf jaar geleden hebben uitgezet. In tegenstelling tot sommige collega’s, hebben we gekozen om op eigen kracht te groeien en geen marktaandeel te kopen door onder de kostprijs te leveren. In plaats daarvan hebben we geïnvesteerd in margeproducten en dienstverlening die ook op langere termijn voor goede marges zorgen. Dat model sluit bovendien naadloos aan op wat klanten in toenemende mate willen, zorgeloos IT-gebruik, flexibiliteit en een voorspelbaar kostenplaatje. Met welke hard- en software dat gebeurt en waar die zich bevindt, is niet meer belangrijk. Functionaliteit van ICT-systemen wint het steeds vaker van het bezit en de lasten ervan.”

“Een advies dat ik iedere reseller zou willen meegeven is: kies wie en wat je voor klanten wilt zijn en hou daar dan ook aan vast. Ook als het even tegenzit. Het ontwikkelen van dienstverlening is een zaak van langere adem, maar consistentie betaalt zich uiteindelijk terug.”

### Schaalgrootte, global reach

In de value added volumebusiness is schaalgrootte belangrijk, zeker wanneer resellers multinationale klanten willen bedienen. “We hebben wereldwijd kantoren in 22 landen van waaruit we klanten in meer dan 180 landen bedienen”, aldus Hoekstra. “In dat globale speelveld zijn er niet zoveel concurrenten, maar de marktomvang is dusdanig dat het een uitdaging blijft om de groei bij te benen en marktaandeel te behouden en uit te breiden. We hebben ontdekt dat daarbij de grootste kunst is om de juiste mensen met de juiste expertise aan te nemen. De groei in de markt zet nog wel even door, vooral door de transitie naar de cloud, waarbij het belang van hardware-verkoop gestaag afneemt en dat van software sterk opkomt. En op dat terrein doen we inmiddels een hele goede job. Niet voor niets hebben we dit jaar de nummer 1-positie veroverd als grootste Microsoft Licensing Solution provider in Nederland.”

### Legacy support

“Als laatste wil ik graag even stilstaan bij de bedrijven die om welke reden ook nog met legacy-systemen (moeten) werken. Toch zijn er talloze innovaties beschikbaar die klanten helpen om daar minder afhankelijk van te worden of eenvoudiger mee om te gaan. Dat is een van de aspecten die we in ons recent geopende Experience Center in Amsterdam bespreekbaar, inzichtelijk en tastbaar proberen te maken. Alles voor de klant, daar bestaan we van”, zo besluit de vice president.

## COMPAREX

COMPAREX Nederland is onderdeel van de COMPAREX Group, een van de grootste IT-providers op het gebied van licentiemanagement, licentie inkoop, (technisch) productadvies en professionele (managed) cloud services. “We zijn al meer dan 30 jaar gespecialiseerd en actief in de verkoop van licenties”, zegt general manager Michel van Teijlingen van COMPAREX Nederland. “We houden ons uitsluitend bezig met software gerelateerde (managed) services.”

### Transitie

“Een jaar of vier geleden begonnen we de omslag van on-premise naar de cloud en de beweging naar een volledige digitale transformatie te merken. Het aantal transactieverkopen liep gestaag terug, maar dat werd (meer dan) gecompenseerd door een groeiende vraag naar meer kennisdeling, advies en ondersteuning. Als organisatie hebben we nu eenmaal veel ervaring, inzicht en een duidelijke visie om op een succesvolle manier de vruchten te plukken van de digitale transformatie. Die verandering vindt on-premise plaats, maar vooral in de publieke, private of hybride cloud”, aldus Van Teijlingen.

### Teams voor totaaloplossingen

“Om onze klanten zoveel mogelijk te ontlasten en ondersteunen, zodat zij zich op hun core business kunnen focussen, zijn onze experts voortdurend bezig om de voor hen de best passende software-oplossingen te zoeken. Daarbij kunnen we terugvallen op de portfolio's van vrijwel alle softwareleveranciers ter wereld. We beschikken over bijna 5.000 certificeringen van 70 leveranciers en zijn één van de vijf Microsoft Licensing Solutions Partners in de EMEA-regio. Zo bieden we klanten een transparante propositie die we ondersteunen met professionele managed services”, zegt Van Teijlingen.

“We beschikken inmiddels over een team van meer dan 100 specialisten bestaande uit door de wol geveerde consultants,

adviseurs en operations managers. Onze specialisaties zijn big data & analytics, (multi)cloud solutions, computing everywhere, digital content, disaster recovery, information management, mobility, security en software asset management. Als internationaal bedrijf met 2.450 medewerkers en 80 vestigingen in 35 landen profiteren al onze klanten van onze wereldwijde footprint en ervaring. We zijn sterk in de sectoren overheid, gezondheidszorg, enterprise en multinationale ondernemingen. Daarin zijn we de afgelopen jaren mondiaal gegroeid, vooral in de VS en Azië, waar we een aantal grote klanten hebben geworven.”

### Gefundeerde keuzes

“Maar ook dichterbij huis doen we het goed. Zo hebben we in alle marktsegmenten een mooi marktaandeel”, zegt Van Teijlingen met gepaste trots. “De klantvraag verandert onder invloed van de digitale transformatie en daar spelen we proactief op in. Immers, de ontwikkelingen in de IT gaan vreselijk snel en fabrikanten en leveranciers willen nogal eens dingen veel gecompliceerder

voorstellen dan ze zijn. Wij helpen klanten om door de bomen het bos weer te zien en gefundeerde keuzes te maken.”

### Samenwerking

“We staan bekend als een ‘pure player’ in software en ondersteunende services. We adviseren klanten wel over de breedte, maar als er hardware en/of andere diensten nodig zijn, schakelen we onze partners in. Wij zijn graag de Haarlemmerolie tussen diverse onderdelen in de IT-stack en die is steeds meer software defined. Samenwerking tussen de disciplines is een must. Geen enkele vendor, reseller of system integrator redt het in zijn eentje.”

“Die boodschap geldt voor ons allemaal, de grote en kleine spelers in de markt. Je hebt prima kansen door je te focussen waar je goed in bent en samenwerking te zoeken met complementaire partijen. Door klanten centraal te stellen en hun behoeften in te vullen met innovatieve oplossingen, stel je je eigen toekomst veilig”, zo besluit Van Teijlingen. «

