



‘2018 WORDT CRUCIAAL VOOR DE SECTOR’



Rick Sulman,
CEO van Speakup

Telecomaanbieders kunnen niet voortborduren op wat ze afgelopen 10 jaar hebben gedaan. Dit is de kern van de boodschap van CEO Rick Sulman van Speakup als hij op 2018 vooruitblijkt. “We werken daarom hard aan technische innovaties op ons platform die ons klaar maken voor de toekomst.”

door: Rene Frederick

Rick Sulman is de eerste die trots op de successen van Speakup in 2017. Het was een ‘behoorlijk goed jaar’ en toch waarschuwt direct voor 2018. “Al enige tijd voorzien we een ingrijpende verschuiving in de telecomsector en die raakt niet alleen zijn bedrijf. Oude businessmodellen van marges op telefonieverkeer gelden niet meer want het gaat om toegevoegde waarde-diensten. Niemand weet hoe snel het gaat, maar als we inzoomen op onze cijfers weten we dat het klassieke model onder druk staat. Onze resellers verdienen een leuke boterham aan telecom maar moeten kijken naar what’s next. We werken daarom hard aan technische innovaties op ons platform die ons klaar maken voor de toekomst. Ons voordeel is dat we van oudsher een technische innovatieve organisatie zijn waar specialisten regelmatig dingen bedenken. Momenteel zijn ze diverse nieuwe dingen aan het bedenken.”

De telecomaanbieders en resellers kunnen volgens Sulman kiezen; tikken maximaal uitmelken zolang dat nog

kan of jezelf heruitvinden. Hij kiest het laatste want de Millennials bepalen hoe organisaties communiceren. “Ze komen, doen hun ding en vertrekken. Daarbij gebruiken ze allerlei systemen om te communiceren en hebben daar geen last van. Voor telco’s is dat lastig want het gaat Millennials niet om bellen maar om communicatie, IM en video”, zegt Sulman. “Natuurlijk zullen mensen altijd behoefte hebben aan persoonlijk contact als telco moet je niet ineens even een nieuw Whatsapp bedenken. Dat is te laat. En dat kun je niet solitair opzetten want nieuwe communicatie valt of staat met de community die er gebruik van maakt.”

Hyperscalers

Wat de hyperscalers betreft gelooft Sulman niet dat Google en consorten voet aan de grond krijgen in Europa. “Hoe vaak hebben we gehoord dat Microsoft iedereen van de kaart zou vegen met nieuwe diensten. We zijn er allemaal nog”, zegt Sulman. “Bedrijven zijn sceptisch over aanbieders van buiten de EU. Zeker met de Europese wetgeving is er behoefte aan Europese normen over

zaken als privacy en dataopslag. Dat geldt juist voor UC en clouddiensten. Je moet nadenken over waar je gegevens zijn en of IT-diensten wel voldoen aan richtlijnen. Veel resellers horen dat ze UC-diensten moeten leveren maar het gaat om bereikbaarheid. Resellers moeten dat verhaal kunnen uitleggen, zich inleven in hoe klanten bereikbaar willen zijn en hoe ze dat oplossen. Onze partners vragen niet om UC maar bouwen oplossingen die klanten helpen communiceren zonder hype. Die oplossingen zijn uiteindelijk vergelijkbaar met die van concollega’s die UC verkopen. UC is geen magische doos die al je problemen oplost. Er zijn vele wegen die naar Rome leiden.”

Desondanks beseft Sulman dat hij met zijn partners aan de bak moet in de spannende jaren die volgens hem komen. “Volgend jaar gaan we partners daarin meenemen. Die plannen zijn we momenteel aan het uitwerken want in 2018 is voor ons cruciaal dat we nieuwe diensten uitrollen en ons samen met onze partners goed positioneren.” «