



TELECOM, UC EN XAAS

‘MODERNE TELECOM DRAAIT NIET ZOZEER OM HET PRODUCT, MAAR OM DE OPLOSSING’

Gerben de Haan & Remco van Zutphen
Ingram Micro

Ingram Micro's Totalcom-portfolio is bedoeld om het aanbod van channelpartners te ondersteunen en compleet te maken. Totalcom omvat fixed/mobile telefonie, data, internet, UC, cloud & services en pro AV. Het programma ondersteunt resellers op commercieel, operationeel en technisch gebied en kennis. Het programma wordt gerund in samenwerking met een breed pakket aan vendors.

Tekst Pim Hilferink

Waar het vandaag de dag om draait is flexibiliteit om naadloos aan te sluiten op de klantvraag, opent Gerben de Haan, Senior Business Unit Manager Connectivity bij Ingram Micro het gesprek. “Eenvoudige implementatie is een must. Daarom maken we ons aanbod steeds laagdrempeliger.”

De toegevoegde waarde van Ingram Micro is luisteren naar de klant met de juiste benadering die ervoor zorgt dat de klant zich geholpen voelt”, vult Remco van Zutphen, Business Unit Manager Physical Security & UC, aan. “Veel vendors en leveranciers, of het nu gaat om IoT of cloud, zijn druk bezig om zichzelf te labelen als ‘dé IoT-partner’ of ‘dé cloudpartner’. Een manier om waarde toe te voegen voor de reseller. Die ziet allerlei technologie op zich afkomen vanuit de eindgebruiker, die verwacht dat hij van alles een beetje moet weten, maar ook nog eens de diepte in kan gaan. Als gevolg daarvan voelt de reseller zich onder druk gezet en gaat op zoek naar partijen die hem kunnen helpen in het aanbieden van de juiste oplossing.”

vanuit Ingram Micro ervan uitgaan dat elke klant uniek is en op basis daarvan moet worden benaderd en ondersteund. De personalisatie van een generiek product met kreten als ‘de klant centraal’ of ‘ontzorging’ is lastig; ook wordt men overrompeld met allerlei belevings- of inspiratiesessies van vendors die niet een directe oplossing bieden. Bij Ingram Micro hebben we als doelstelling om de activatie van de reseller en de klant tot een oplossing te brengen. Om die situatie te doorbreken gaat er een aantal zaken volgend jaar aanzienlijk veranderen. Er wordt een andere twist gegeven door ze een stuk pragmatischer in te richten door zaken schaalbaar en eenvoudig implementeerbaar te maken.”

Klanten helpen is de crux

Van Zutphen: “De verschillen tussen de diverse merken in onze branche zijn vrij klein, op een enkele uitzondering na. Waarom kiezen resellers voor de

Pragmatische aanpak biedt uitweg uit dilemma

De Haan: “Dat schetst in een notendop het dilemma voor de reseller, waarbij wij



Gerben de Haan



Marktkansen

“Kansen zijn er voldoende in de markt, we zien groei over de hele breedte van ons aanbod. Zowel bij Activation Services als UC”, merkt Van Zutphen op. “Op dat laatste terrein, UC, zie ik niet veel innovaties de laatste tijd, wel dat de acceptatie van UC-oplossingen bij de gebruiker toeneemt. Tegelijkertijd nemen we ook waar, dat alternatieven voor Skype for Business (of Teams) zoals van Xelion, 3CX, en T-Mobile zich met succes mengen in de strijd om UC-projecten omdat dit verdienmodel beter aansluit bij het resellermodel. Als reseller dien je continu te vernieuwen en dichtbij je klant staan om met cross- en upsell extra inkomsten te genereren. Je moet klantgedreven werken, niet dealgedreven, je zoekt niet een order, maar een facturabele klant. Je moet proberen met hun verkopers en directie in contact te komen door samen te werken bij een project.”

Remco van Zutphen



dienstverlening van Ingram Micro? Het antwoord is simpel: de crux is dat we klanten inhoudelijk helpen. Veel marketinguitingen zijn erg abstract en staan ver af van de dagelijkse werkelijkheid. Het resellerkanaal moet meer zijn dan de ‘poort naar de markt’; het gaat erom wat je toevoegt aan de markt. De klant vraagt simpelweg om een oplossing, iemand die met hem meedenkt, en dat gaat verder dan een buikgevoel. Wij behandelen alle vragen en nemen een vraag over een kabel net zo serieus als inrichting van een videoruimte: het gaat om de behandeling als klant en de klantenbinding die daaruit voortvloeit.”

Mensenwerk

De Haan: “Onze business is mensenwerk, en dat geldt ook voor onze channelpartners. Die bepalen bijvoorbeeld elk jaar zelf wat hun doelstellingen zijn, dat doen wij niet. Maar als we de overeengekomen targets in samenspraak met onze leveranciers ondersteunen met een budget, dan moeten die doelstellingen wel worden waargemaakt. ‘Get it done’ is onze doelstelling.”

Succes door samenwerking

De Haan: “In onze tak van sport staat de business continu onder druk, maar als je ziet wat de resultaten van ons programma ‘Your Way To Collaborate’ zijn, wat voor een ‘vibe’ daar heerst en hoe graag iedereen daarbij aanwezig wil zijn vanwege het netwerk en de inhoudelijkheid van de sessies, dan zie je dat er mooie resultaten te boeken zijn, mits je maar wil samenwerken. Dat zie je

bijvoorbeeld ook bij Team Connect, ons exclusieve partnerprogramma rondom Skype for Business en Microsoft Teams. Het is laagdrempelig en je krijgt in korte tijd alle kennis en tools aangereikt om klanten te adviseren. Daarnaast is het een netwerk met andere partners en leveranciers om samen de schouders onder leads te zetten en die succesvol te converteren, ervaringen te delen en elkaar te helpen.” «

Your Way To Collaborate

Binnen het partnerprogramma ‘Your Way To Collaborate’ bepaalt u als reseller zelf op welke manier u, zelfstandig of in samenwerking met partners, invulling geeft aan de uitbreiding van uw portfolio. Die verbreding kan bestaan uit het aanbieden van mobiel, vast en internet, maar ook door het toevoegen van cloudoplossingen zoals Office365, Microsoft Teams of online cloud file sharing en synchronisatie-oplossingen. Ingram Micro werkt samen met de sterkste merken en leveranciers. Het programma is bedoeld voor zowel IT- als telecomresellers. Ingram Micro helpt u bij het aanbieden van complete ICT-oplossingen aan zakelijke klanten. Gespecialiseerde consultants ondersteunen u per netwerk en gaan samen met u naar uw zakelijke eindklant.

Binnen Your Way To Collaborate komt alles samen: kennis, commerciële training en na certificatie ook leadgeneratie. Leveranciers en resellers ontmoeten elkaar en gaan samenwerken, net als resellers onderling. Zo kunnen kleinere of minder gespecialiseerde IT-resellers voor extra support terecht bij telecomresellers en vice versa. Samen sterker is het motto.