



CHANNELPARTNER ECOSYSTEEM

DE CONCURRENT VAN GISTEREN IS DE PARTNER VAN MORGEN

Channelpartner ecosystemen hebben de toekomst

Het IT-distributielandchap is sinds het einde van de jaren '70 van de vorige eeuw door de opkomst van de pc enorm geëvolueerd. Distributie was eenvoudig en overzichtelijk en was niet veel meer dan het proces van fysiek verzenden van producten van de fabrikant naar de reseller, het traditionele 'dozenschuiven', waarbij de band tussen distributeur en reseller vooral samenhang met kredietlimieten en productbeschikbaarheid.

Tekst Pim Hilferink

Zolang de vraag groter was dan het aanbod kon op deze transactionele business nog een behoorlijke marge worden gemaakt. Maar zoals altijd zorgde de snelgroeiende vraag ook voor een toenemend aantal fabrikanten, die grotere productvolumes naar de markt konden brengen die – zeker na de toetreding van Aziatische producenten – ook nog eens steeds goedkoper werden aangeboden. De strijd om marktaandeel werd grotendeels over de prijs-as gevoerd, met als gevolg scherp dalende marges voor het kanaal.

Differentiatie

Om een tegenwicht te bieden tegen deze prijs- en margedruk ontwikkelden distributeurs – vaak in samenwerking met vendoren – steeds meer aanvullende diensten met toegevoegde waarde, variërend van dropshipments tot en met compleet lifecyclemanagement-oplossingen bij de eindklant, waarmee de distributeur zijn resellers (en diens eindklanten) kon ontzorgen. Dat leverde

niet alleen extra marge op, maar zorgde ook voor een hechtere onderlinge band.

Intussen werden door de elkaar enorm snel opvolgende technologische vernieuwingen de IT-systemen en -oplossingen in de afgelopen jaren steeds krachtiger, maar ook complexer. Voor de gemiddelde reseller werd het ondoenlijk om de benodigde kennis, om alle componenten goed op elkaar te laten aansluiten, nog in eigen huis te hebben. Ook hier weer sprongen distributeurs bij door die ontbrekende expertise ter beschikking te stellen van de reseller.

Cloud als katalysator

Niet alleen de verhoudingen binnen het distributiekanaal veranderden, ook de positie van de klant evolueerde. Aanvankelijk moest die door kennisgebrek blindvaren op wat de reseller hem vertelde, maar allengs werd hij steeds wijzer en inmiddels weet hij vrij goed welke 'business outcome' hij verlangt van zijn channelpartner(s). Technologie

is daarbij een 'enabler', niets meer, maar ook niets minder. Maar goede IT-oplossingen zijn vaak ook complex en een combinatie van diverse (fysieke) componenten en kenniselementen, en dat vraagt in de meeste gevallen een samenwerking tussen meerdere partijen, zoals hiervoor al eerder betoogd.

De opkomst van cloud-marktplaatsen heeft het pad voor samenwerken in plaats van concurreren geëffend. Steeds meer eindgebruikers kiezen voor het maandmodel van betalen naar gebruik in plaats van zelf te investeren in IT-assets.



De IT-reseller of -dienstverlener levert de gewenste IT-omgeving via de cloud, waarbij hij een ruime keuze heeft uit zowel infrastructuurcomponenten als applicaties. Alles wordt netjes gebundeld op één factuur die wordt gegenereerd door de backoffice van de marktplaats.

Complexiteit noodzaakt tot samenwerking

Zoals eerder al gezegd verlangt de moderne eindklant niet alleen overzichtelijkheid en gemak voor zijn standaard IT. Hij verwacht dat ook zijn meer complexe uitdagingen op een bevredigende manier worden opgelost. Een goede IT-reseller weet waar hij sterk in is en zoekt de samenwerking met een of meer collega's die over complementaire expertises beschikken om te voldoen aan de vraag van de klant en te zorgen voor optimale klanttevredenheid en binding op de langere termijn. Daarmee legt hij in feite de basis voor een ecosysteem waarin eindklant, reseller en distributeur (met zowel vendor-specifieke als multivendor-oplossingen) gezamenlijk op zoek gaan naar de gewenste oplossing. Concurrentie maakt plaats voor samenwerking, waarbij de revenuen onderling worden verdeeld in plaats van

onder druk gezet. En de gewonnen tijd kan – afhankelijk van de situatie – worden gebruikt om meer klanten te bedienen dan wel de relaties met bestaande klanten nog verder te intensiveren.

Generalist wordt specialist

Een jaar of vijf geleden kwam er een duidelijke trend op gang, waarbij resellers zich ontwikkelden van generalisten naar specialisten. De tijd dat resellers soms meer dan twintig verschillende vendoren voerden, om bijvoorbeeld mee te kunnen doen in aanbestedingstrajecten, ligt achter ons. De reseller van nu moet specialiseren om zijn toekomstige business veilig te stellen, want de klant van vandaag gaat voor de beste oplossing van de beste specialisten. Gezien de toenemende complexiteit van de uitdagingen kiest men daarbij steeds vaker voor onderlinge samenwerking, waarbij de kennisgebieden elkaar aanvullen en uiteindelijk een goedwerkend project opleveren waar de klant graag voor betaalt. Die trend is er overigens niet alleen op resellerniveau, ook vendoren zoeken elkaar op om de eindklant een totaaloplossing te kunnen bieden. Zo verzamelde in de markt voor hyperconverged infrastructuur een partij als een Nutanix in korte tijd meer

dan honderd partners binnen zijn ecosysteem. Als er één schaap over de dam is...

Focus op de oplossing

Distributeurs spelen in deze ontwikkeling ook een belangrijke rol en bieden ter ondersteuning van de diverse ecosystemen, zoals je in een aantal artikelen elders in deze uitgave kunt lezen. Naast de onvermijdelijke cloud-marktplaats met een groot aanbod van (standaard) oplossingen zijn ze niet alleen actief op hyperconverged, maar ook op gebieden als IoT, security en cloud, dus tal van (professional) services. Van pre-sales en advies, (pre-)configuratie- en installatieservices, managed services, kennis, financial services en meer. Zo kan de channelpartner zijn aandacht volledig richten op de end-to-end-oplossing waarmee hij zijn eindklant ontzorgt.

Want die klant is steeds minder geïnteresseerd om exact te weten wat er nu in de cloud of in het datacenter zit. Ze willen een SLA voor een werkende infrastructuur en maximale uptime van hun apps via de notebook of hun smartphone. 'Pay-as-you-go' krijgt steeds vastere grond onder de voeten, het gaat erom dat de businessdoelstellingen worden gehaald, waarbij de inzet van ICT een middel is. ◀