



CHANNELPARTNER ECOSYSTEEM

# ‘TECH DATA IS EEN VEILIGE HAVEN VOOR RESELLERS, NU EN IN DE TOEKOMST’

**Peter Jansen**  
Sales Director Tech Data

**De ontwikkelingen in het ecosysteem binnen het partnerkanaal zorgen opnieuw voor behoorlijke veranderingen. De term ecosysteem is generiek, waar het om gaat is wat of wie de beïnvloeders zijn die voor verandering zorgen. Wat voor nieuwe spelers dienen zich aan, wie of wat zijn de influencers, wat is de rol van de vendor, van de distributeur en van de eindgebruiker?**

Tekst Pim Hilferink | Foto Marco Hamoen

**P**eter Jansen: “We zien steeds vaker een samensmelting van verschillende partijen en dat vertalen we naar onze go-to-marketstrategie die ook volop in verandering is. Steeds vaker zien we dat partijen die elkaar enkele jaren geleden nog niet zagen staan – enerzijds door de enorme complexiteit van de moderne IT-omgeving, anderzijds door de business outcome waar de klant om vraagt – hun kennis en expertise bij elkaar leggen en samen de uiteindelijke oplossing bij de klant neerleggen.”

## Multivendor-aanpak

Jansen: “Tech Data is zowel vendor- als reseller-gedreven, voor ons zijn zowel vendor als klant belangrijk. Maar in het veranderende landschap zien we ook een verschuiving naar marktspecifieke thematieken, waarbij we steeds vaker een multivendor-aanpak hanteren. Neem cloud als voorbeeld: hoe ziet dat ecosysteem eruit, wie zijn daar de beïnvloedende partijen? Dan zie je een groot aantal partijen voorbij komen die een rol spelen bij

onze multivendor-activiteiten, maar ook externe ervaringsdeskundigen die een steentje bijdragen. En we zien ook een toenemende bereidwilligheid bij traditionele vendors om daarbij betrokken te zijn.”

## Ontzorging naar verticale markten

“Het ontzorgen van de resellers is al jaren een van de speerpunten in onze strategie”, zegt Jansen. “Daar heb je doorgaans te maken met verticale markten – ook een soort ecosystemen – en moet je je serieus verdiepen in wat daar speelt. Neem de markt voor educatie: daar brengen we in kaart wat het vendorlandschap aan educatieprogramma’s en oplossingen te bieden heeft. We zoeken vervolgens mogelijkheden om de reseller nog meer ondersteuning te geven. Daarbij nemen we ook de visieverhalen van gebruikers zelf mee om vraag en aanbod nog beter op elkaar af te stemmen. Wij willen niet alleen de ontzorging naar de reseller verbeteren, maar ook vendors meer betrekken bij het ontwikkelen van een meer gerichte marktaanpak.”

## Nieuwe marktsegmenten vragen nieuwe oplossingen

Jansen: “Je ziet ook regelmatig nieuwe partijen voorbijkomen waar we eerder niet naar hebben gekeken. Neem bijvoorbeeld marketing agencies die hun core business willen aanvullen met digital signage-achtige oplossingen, dat zijn voor ons nieuwe gebruikers. Of onze connectivity-afdeling voor zakelijke abonnementen, waar we proberen de gemiddelde waarde per transactie te verbeteren door te onderzoeken welke toepassingen veel bandbreedte vragen. Alles wat bandbreedte vraagt leggen we in de periferie van een abonnement neer om de reseller een aantrekkelijker producten- en dienstenaanbod te bieden.”

## Vergemakkelijk innovatie

“Cloud zorgt voor een gemakkelijker adoptie van innovatie”, legt Jansen uit. “Immers, de financiële investeringsdrempel om ingrijpende veranderingen te kunnen doorvoeren wordt vervangen door het ‘pay-as-you-go’-model waar-door je innovatie in kleinere stappen kunt doen.”



Peter Jansen

De transitie van transactionele business naar het recurring-incomemodel is niet te stuiten en ook goed voor het aangaan van langeretermijnrelaties. Jansen: “Binnen een cloud-ecosysteem of marktplaats is het wel belangrijk dat de reseller over de juiste tooling beschikt om de consumptie per klant goed te kunnen managen en te administreren. Dat geeft resellers momenteel nog de nodige kopzorgen, met portal A voor vendor A, en portal B voor vendor B. Daarom is ons StreamOne-platform duidelijk multi-vendor en multi-tenant ingericht. Dat neemt bij de reseller ook de angst weg dat het licentiebeheer teveel naar de vendor wordt getrokken. Via je StreamOne-portal heb je de klantrelatie volledig in beheer en kun je je cross- en upsell managen, het consumptieverbruik inzien en de eindgebruiker op allerlei punten adviseren. Deze ontwikkeling beïnvloedt de markt én het partnerkanaalecosysteem.”

## The next Big Wave

Jansen: “IoT is de grote next big wave: een ander, nieuw eco-systeem waarin zich installatiebedrijven, elektrospecialisten, beveiligings- en gebouwwaardenspecialisten en vendors als Siemens en Honeywell bevinden. Een heel nieuwe doelgroep die in de high-end raakt aan industriële automatisering. Daar gelden weer andere leverings- en betalingscondities en een andere go-to-marketstrategie, dat is even zoeken en wennen. Vaak komt daar ook data-analytics om de hoek kijken, en komen partijen als Informatica die de businessspecialisten hebben die de vertaalslag van data naar informatie kunnen maken, in beeld. Aan de onderkant van IoT zijn we al verder in de praktijk en hebben we met ons Smart Living-portfolio een aardige positie opgebouwd met een portfolio van comfort-, besparings- en beveiligingsoplossingen dat inmiddels 45 specifieke vendors telt die connected-oplossingen aanbieden voor huishoudens en kleinere kantoren.”

## Nieuwe markten, nieuwe uitdagingen

Jansen: “IoT en andere vormen van innovatieve ICT zorgen voor nieuwe kansen, maar dwingen ons ook om onszelf telkens opnieuw uit te vinden en nieuwe toegevoegde waarde te ontwikkelen. Dit soort uitdagingen helpt ons om jong talent aan ons te binden: ze kunnen zichzelf blijven doorontwikkelen, ervaring opdoen en bijdragen aan nieuwe kansen voor het bedrijf. Up-front moet je wel investeren in mensen en kennis, maar door onze internationale schaalgroottes kunnen we die kosten spreiden en lokaal gebruik maken van onze buitenlandse competence centers in Spanje, Engeland en Duitsland, waar ervaring op nieuwe lijnen wordt opgedaan. Nederland speelt een voortrekkersrol op het gebied van alles rondom Apple, zoals de trade-in-programma’s en e-rent-programma’s die we hier ontwikkeld hebben, maar ook met het recent geopende competence center voor Oracle. Daar brengen we de technologie in de praktijk, waarbij we zowel resellers als eindgebruikers

over de vloer krijgen. Dat levert vaak heel interessante kruisbestuivingen op; een competence center is eigenlijk weer een mini-ecosysteem op zich.”

## Technologietrends als rode draad

“Trends, zowel verticaal als horizontaal, vormen steeds meer de rode draad in onze corporate presentaties. Dat sluit aan bij de behoefte van onze resellers die bezig zijn om keuzes te maken voor de toekomst. Denk bijvoorbeeld aan onze Tech-as-a-Service (TaaS) oplossing en TDRenew-programma. Niet iedereen voelt zich meteen comfortabel genoeg bij nieuwe ontwikkelingen, dus moeten we met z’n allen de eerste zwemoefeningen doen. Veranderingen vragen ook om een andere houding van onze eigen organisatie, die we zo af en toe ook moeten opschudden.”

## Tech Data als veilige thuishaven

Jansen: “We hebben een naam hoog te houden, Tech Data moet een veilige thuishaven voor resellers zijn en blijven. We hebben veel te bieden zowel qua producten als diensten daaromheen, voldoende schaalgroottes om de markt als geheel te overzien, en op alle belangrijke onderwerpen ook voldoende specialisten aan boord. Zo kunnen we inspelen op elke behoefte van de reseller, aangepast aan het stadium van ontwikkeling waarin hij verkeert of de financiële ondersteuning die hij vraagt. We hebben vanzelfsprekend alle moderne tools in huis die informatie via ‘selfservice’ beschikbaar maakt. Maar voor het welslagen van onze strategie is het gesproken woord, de dialoog, het allerbelangrijkste.

We investeren veel in nieuwe mensen: in specialisten maar ook in ‘customer succes’-managers die ons helpen om de juiste stappen te zetten in trajecten die soms ook voor onszelf nieuw zijn. Daarmee willen we ons echt onderscheiden in de markt. Dat is niet alleen goed voor onze partners, maar maakt ons ook tot een aantrekkelijke werkgever met voldoende uitdagingen voor de ambitieuze nieuwe generatie die eraan komt.” «