



ICT CENTRAAL IN NEDERLAND

‘MOTTO BIEDT DESTINY SPRINGPLANK NAAR EUROPA’

Daan De Wever
directeur Destiny en
Motto Communications

Motto komt met de overname door het Belgische Destiny uit een roerig jaar. CEO Daan De Wever van Destiny heeft grote plannen met Motto's communicatieplatform Flux en neemt geen blad voor de mond. "Motto wordt in Nederland gezien als prijsvechter en dat zijn we niet. Daarom gaan we rebranden. De value propositie naar de markt moet duidelijker."

Tekst Rene Frederick

De telecommarkt is uiterst hectisch weet de 38-jarige Daan De Wever. Als CEO van Destiny heeft hij met zijn jongere broer Samuel de leiding over het bedrijf dat in tien jaar is gegroeid tot een omzet van 42 miljoen euro. En Destiny maakt winst. Die hectiek biedt kansen want de operators laten het volgens hem liggen. "Telecomoperators hebben maar twee drivers: ARPU en churn. Wij focussen op de waarde van onze propositie voor partners en hun klanten. En niet op die 0,01 cent meer of minder. Daarom gaan we Motto rebranden naar Destiny en gaan we Flux voeren als het merk van het platform en de portal. Ook in België. We worden nog te veel gezien als prijsvechter en dat moet veranderen."

Klare taal van de man die sinds de overname tijdelijk de leiding heeft van de Nederlandse organisatie. En hij is niet geheimzinnig over zijn plannen en ideeën. "Je mag toch zeggen wat je ambities zijn. Anderen kunnen ons willen kopiëren maar het gaat om de executie. Dat moet je kunnen en wij

‘De gefragmenteerde Europese telecommarkt is een kans’

hebben die ervaring", zegt De Wever. "Dit jaar hebben we gewerkt om het Flux-platform van Motto te versterken en dat gaat volgend jaar door. De stabiliteit van de infrastructuur is cruciaal als

we een sterke positie in het channel willen claimen. Daarnaast gaan we meer overnames doen en het portfolio versterken met UC, mobile en security. Deze diensten worden komend jaar in Flux geactiveerd."

Flux is het communicatieplatform dat Motto groot heeft gemaakt. Het biedt resellers de vrijheid om klanten te laten kiezen. Ze kunnen telefoniediensten van meerdere merken in één omgeving inkopen, beheren en verkopen. "Motto is snel gegroeid omdat we eigenlijk de enige zijn die dit kan bieden. Operators en andere providers hebben maar één smaak. Als je niet in één hoek gedrukt wil worden, heb je eigenlijk maar

één keuze en dat is Flux. Ze kunnen zelf afspraken maken met operators, distributeurs en leveranciers en zelf hun billing en contracten opzetten. Wij zitten daar niet tussen", zegt De Wever.

"Flux is eigenlijk clouddistributie van telecomdiensten. Partners zitten zo in het hart van de businessprocessen van hun klanten want het gaat om de convergentie van telecom en IT. Door de sterke cloudadoptie vragen resellers zich nu af wat hun rol is richting klanten. Wij hebben het antwoord: biedt klanten een dynamisch portfolio. Met Flux kun je diensten slim inkopen en snel aanbieden met je eigen toegevoegde waarde. Zo kom je diep in het automatiseringsproces van klanten."

Nieuwe diensten

De Wever voorziet dat zijn bedrijf naast traditionele telecomdiensten ook IT-gerelateerde en securitydiensten zal gaan aanbieden. Microsoft Teams wordt binnenkort al aangekondigd. "Er zit nog meer dan voldoende groei in bellen maar de markt vraagt ook om andere diensten. Bovendien is het gunstig voor partners", vindt De Wever. "Maar we hebben niet de ambitie om een marktplaats

te worden met 10.000 diensten. We willen diensten op een goede manier naar de markt brengen maar we zijn geen traditionele distributeur. Rond telefonie, UC en security gaan we enkele sterke merken aanbieden. De visie is secure communications en als Teams of Office 365 daar bij horen, prima. Maar we zetten Flux niet open voor alle aanbieders."

‘Telecomoperators hebben maar twee drivers: ARPU en churn’

Expansie

De Wever is dus maar wat blij met het platform, businessmodel en de methodiek van Motto. Die geven hem immers de springplank voor de volgende stappen van Destiny, ook in Europa. "Onze ambitie is een Europees platform te zijn in het hart van de telecomdiensten. Europa heeft

eigenlijk een heel gefragmenteerde onvolwassen telecommarkt. Dat de landen zo verschillen, is een groot voordeel voor ons. In de Nordics is 95 procent vast-mobiel en in Frankrijk en Duitsland verkopen ze nog on-premise PBX'en met vaste toestellen en een draad. Het leuke is dat het onderliggende technische platform overal hetzelfde is.

Het enige dat we moeten aanpassen is de go-to-market-strategie. De volgende stappen zijn Duitsland en Frankrijk en meerdere overnames in Nederland. We willen de derde positie claimen in de Nederlandse markt. En ik sluit niet uit dat we een overname gaan doen die groter is dan wij."



Daan De Wever

De groei van Destiny zit volgens de strategie van De Wever dus niet in de breedte van de diensten maar in het aantal landen dat hij wil bedienen. Hij wil een Europese speler worden. "We doen dat stap voor stap en dat gaat lukken, mede omdat incumbents niet de meest innovatieve spelers zijn. Hun primaire doel is hun infrastructuur, legacy en zware organisaties uitmelken. Ik voorzie dat zij hun infrastructuur binnen tien jaar afstoten en dat biedt ons kansen. Wat de leveranciers betreft, die hebben jaren moeten werken met distributeurs die hun logistieke processen deden. Maar de cloud heeft dat model helemaal veranderd. En dus hebben die distributeurs ook partners nodig met de intelligentie om clouddiensten te verkopen. Als zelfs Microsoft partijen zoals ons nodig heeft om het servicemanagement te doen, dan weet je het wel. Dan kun je nog de beste techniek, visie en strategie hebben... Nee, in de toekomst zit de toegevoegde waarde in mooie bundels creëren, dicht bij klanten staan, maatwerk en executie. Wij doen dat en dus beseffen mensen dat we een betrouwbaar merk zijn." «