



ICT CENTRAAL IN NEDERLAND

'GEMAK STAAT STEEDS CENTRALER IN ALLES WAT WE DOEN'

Iwan Kuijpers
CEO Copaco

Onder het genot van een heerlijk gebakje sloten we onze interviewreeks met de directies van de belangrijkste distributeurs in de Nederlandse markt af met een gesprek met Iwan Kuijpers, algemeen directeur van Copaco. Dit bijzondere familiebedrijf wist afgelopen jaar de omzetgrens van 1 miljard euro te doorbreken en staat daarmee qua omzet in de top drie van het Nederlandse ICT-distributieland. Hoe heeft Kuijpers 2018 verder ervaren en wat zijn de vooruitzichten voor 2019?

Tekst Pim Hilferink

Laat ik beginnen met te stellen dat ik enorm trots ben op mijn collega's én onze klanten, die ervoor hebben gezorgd dat we blijven groeien en als Nederlands bedrijf in staat zijn ons op de lokale markt te meten met de grote internationale spelers", zegt Kuijpers. "De basis daarvoor is de manier waarop we met klanten en eindgebruikers omgaan. Uiteindelijk doen mensen in de eerste plaats zaken met mensen, de organisaties komen daarna. We zijn volop bezig met het zo gemakkelijk mogelijk maken om zaken met ons te doen en daar gaan we komend jaar nog meer de focus op leggen."

Copaco.com portal

Het afgelopen jaar zag Copaco niet alleen de omzet verder toenemen, ook het partnerbestand en het vendorportfolio groeiden. Kuijpers: "Met name op cloudgebied is de groei nauwelijks bij te benen, en dat was - naast onze wens om het klanten zo eenvoudig mogelijk te maken - een belangrijke reden om ons e-commerceplatform grondig te vernieuwen. Daarbij hebben we ervoor gekozen om een nieuw fundament te leggen en niet voort te borduren op

oude ideeën. Dan moet je op de koop toe nemen dat je dan wat langer onderweg bent en wat meer moet investeren. Groot voordeel is wel dat je dan nieuwe uitgangspunten kunt bepalen. Wij zijn hierbij uitgegaan van de mens, ongeacht zijn of haar achtergrond (BtB of BtC). Er mag geen verschil meer zijn in de gebruikerservaring. Met Fase 1 zijn we onlangs live gegaan en benadrukken we

'In alles wat we doen staat kwalitatieve dienstverlening met 'de tevreden klant' als resultaat voorop'

dat het voor alle betrokkenen - vendoren, klanten én eigen medewerkers - zo eenvoudig en transparant mogelijk moet zijn, allemaal met het doel om tevreden klanten te hebben én te houden. Daar draait het toch om, niet alleen in onze maar in elke business."

Logistieke innovaties

Kuijpers: "Maar je bent er niet met het zo aantrekkelijk mogelijk inrichten en organiseren van je winkel. Dus hebben

we in de afgelopen periode ook fors geïnvesteerd in een nieuwe logistieke organisatie erachter. Zo hebben we onze drie oude magazijnen in Nijmegen geconsolideerd in een nieuw gebouw en daar starten we volgend voorjaar met een mechanisatieslag. Dat is noodzakelijk om de door de markt gevraagde servicegraad qua fulfilment, die steeds hoger wordt, te kunnen waarmaken. Niet alleen voor

onze eigen klanten, maar ook voor de klanten die hun logistiek aan ons hebben uitbesteed. Zakelijke klanten zijn uiteindelijk ook consumenten en verwachten van hun distributeur dezelfde (logistieke) service. Zo hebben we onze cut-off-tijd op twaalf uur 's nachts ingesteld en dat betekent dat orders die tot 23.59 uur geautomatiseerd worden ingeschoten, nog dezelfde nacht worden uitgeleverd. Logistiek zijn we voortaan ook op zondag geopend en dat betekent

dat de orders van zaterdag en zondag op zondag naar de klant verscheept worden. Ook bij logistiek staan eenvoud en gemak voorop, we streven ernaar om zoveel mogelijk zaken geautomatiseerd af te handelen en zo de klant optimaal te ontzorgen."

Toegevoegde waarde

"Distributeurs hebben ook te maken met resellers die hun business vooral uit de nieuwe, cloud-gerelateerde oplossingen halen. Daarnaast zie je in de klassieke IT-wereld dat de behoefte aan value-add in het volumesegment weer toeneemt", zegt Kuijpers. "Klanten die zich specialiseren in cloudoplossingen blijken toch ook behoefte te hebben aan devices. Die vraag zouden ze best zelf invullen, maar wij kunnen daar in een half uur antwoord geven op een vraag waar zij zelf een halve dag mee bezig zouden zijn. Ook dat is value-add."

"Volumebusiness maakt meer dan de helft van onze omzet uit, maar de grote procentuele groei komt uit cloud en de dienstverlening daaromheen", vervolgt Kuijpers. "Dan moet je denken aan de implementatiekennis die onze consultants en engineers hebben en waar resellers in toenemende mate gebruik van maken. In de driehoek distributeur-reseller-eindklant is de reseller 'leading' in welke keuze hij maakt. Maar er zijn ook partners die zelf bepaalde kennis aan boord willen hebben. Het resellerlandschap is wat dat betreft heel divers; kijk naar bijvoorbeeld onze Smart Home-tak, daar hebben we te maken met aannemers en installatiebedrijven waar we enkele jaren geleden geen zaken mee deden en die totaal verschillend zijn van de 'klassieke reseller'."

Cloud Value Academy

Een ander voorbeeld van toegevoegde waarde is de Cloud Value Academy, die onlangs van start is gegaan. Kuijpers: "Hoewel we natuurlijk werken voor en met vendoren, zijn we toch merkonafhankelijk gaan kijken naar onze cloudbusiness, waar we in eerste instantie zoeken naar 'oplossingssoorten', waarbij je aan het eind natuurlijk weer bij merken en dus de vendoren uitkomt. Uit de belangstelling voor deze cloudbenadering blijkt wel dat die in een bepaalde behoefte voorziet en inspeelt op de vraag naar kennis."

"Dat sluit aan bij het onderwerp 'complexiteit van moderne IT', het centrale thema van jullie event vorige maand. Waar je je als reseller vroeger kon positioneren als 'enterprise-specialist' kun je tegenwoordig ook nog gespecialiseerd zijn in bijvoorbeeld een deel van enterprise-storage", vervolgt Kuijpers. "En het feit dat standaardisatie nog lang niet tot alle gebieden is doorgedrongen, zorgt ervoor dat complexiteit voorlopig nog wel even blijft bestaan en je daarom ten behoeve van je eindklant wel in kennis móet blijven investeren."

De cloudactiviteiten van Copaco worden gedragen door een team van ongeveer 35 medewerkers, iets minder dan tien procent van de totale bezetting. Kuijpers: "Voorlopig hebben we daarmee de zaak aardig in evenwicht, je hebt een bepaalde basiscapaciteit nodig om je dienstverlening te kunnen waarborgen en voldoende commerciële kracht aan de dag te kunnen leggen."

Zoveel klanten, zoveel smaken

Kennis is de basis voor een bedrijf dat drijft op zowel volume als toegevoegde waarde. "Er zijn maar twee zekerheden in onze branche: dalende marges en

continue verandering", zegt Kuijpers. "Om daarop zo goed mogelijk te kunnen inspelen heb je kennis nodig op allerlei gebied, en niet in de laatste plaats van (de business van) je klanten. Sommigen willen alleen maar betrouwbare levering van hun product, met anderen werk je als partners intensief samen. Daar moet je als organisatie voor klaarstaan. In alles wat we doen staat kwalitatieve dienstverlening met 'de tevreden klant' als resultaat voorop, daar moeten we het van hebben. Een niet onbelangrijk aspect daarvan is ook het selectief uitbreiden van ons portfolio. Zo zijn we afgelopen jaar een samenwerking met Pure Storage aangegaan en hebben we de activiteiten van branchegenoot Pronovus, met diverse enterprise-merken in het portfolio, overgenomen. En, vers van de pers, we gaan vanaf 1 januari aanstaande het volledige portfolio van IBM voeren. Op software- en middensegment hardwaregebied deden we alles al, maar daar komen nu ook de zwaarste high-end hardwarelijnen bij. Ook weer een stuk 'gemak' voor onze klanten als het om zwaardere hybrid-cloudimplementaties gaat. Met die optimistische insteek wens ik iedereen alvast een gezond en voorspoedig 2019 toe!"



Iwan Kuijpers