

ChannelConnect Distri Summit 2019

‘De distributiemarkt bruist als nooit tevoren’

Na twee eerdere succesvolle edities organiseerde ChannelConnect op dinsdag 5 februari op Huis Oudegein de derde Distri Summit waar dit keer een tiental concurrerende captains uit de ICT-distributiesector aanwezig waren voor een informele én informatieve gedachtewisseling over een aantal gemeenschappelijke uitdagingen en de mogelijke antwoorden daarop.

tekst Pim Hilferink | foto's Eric Luteijn

Behalve de inmiddels ‘oud-gedienden’ Bart van Rheenen (Arrow ECS), Harold Bax (Copaco), Stephan Derksen (FlexIT/Infotheek Groep), Eric Seger (Ingram Micro), George van Brugge (Portland Europe), Peter Jansen (Tech Data) en Patrick Govers (Comstor) mochten we ook een drietal nieuwe gezichten verwelkomen: Rob Lenderink (ALSO), Patrick Casteels (Kappa Data) en Freddy Oude Nijhuis (Siewert & Kau). Dankzij de unieke ambiance van Huis Oudegein en de voortreffelijke catering van Tessa Luteijn was het ijs voor de nieuwkomers snel gebroken, zoals bleek uit de geanimeerde gesprekken vooraf, tussendoor en na afloop van het formele gedeelte, en is ‘liefde voor het vak’ duidelijk een verbindende factor.

De markt: grillig maar springlevend

In tegenstelling tot de voorspelling die een ‘onafhankelijk IT-adviseur’ ons tien

jaar geleden als nieuwe eigenaar van ChannelConnect deed, namelijk dat het kanaal zichzelf binnen een paar jaar zou hebben overleefd, is de markt bruisender en veelzijdiger dan ooit. “We zien dat de markt meer dan ooit in beweging is, onze partnerbase omvat zo’n 200 resellers in de Benelux waarop we ons kunnen focussen om onze nieuwe technologieën en dienstverleningsvormen goed over het voetlicht te kunnen brengen”, zegt Patrick Govers. “Financiële services zijn superbelangrijk, zeker ook bij de overstap naar abonnementsmodellen, waar je als reseller een buffer nodig hebt om de overgang van transactie naar abonnementen te financieren.”

Freddy Oude Nijhuis: “De markt voor componenten waarin wij ons bewegen is grillig. In de tweede helft van 2017 tot begin 2018 door bijvoorbeeld de bitcoin-hype waardoor er een enorme vraag naar high-end grafische kaarten

was die worden gebruikt om cryptocurrency te ‘minen’, momenteel door een tekort aan CPU’s van Intel. Aan de andere kant is er op het ogenblik een overschot aan memory modules. Uiteraard brengt dit grote prijsschommelingen met zich mee. Gelukkig kunnen wij dankzij onze flexibiliteit en wereldwijde contacten snel op veranderende omstandigheden insprijngen.”

De helft van de traditionele resellers gaat het niet halen

“Een deel van onze business komt van typische enterprise resellers, die hoeven we qua technologie niks te vertellen”, zeg Patrick Casteels. “Maar de typische mkb-reseller ziet door de bomen het bos niet meer, de cloud is behoorlijk bewolkt voor hem. Hij zoekt oplossingen en informatie om zijn business aan te passen aan de nieuwe ontwikkelingen zoals cloud en AI en zoekt antwoorden



De deelnemers aan het Distributeurs Summit, met van links naar rechts: Eric Luteijn (ChannelConnect), Pim Hilferink (senior redacteur ChannelConnect en gespreksleider), Rob Lenderink (ALSO), Harold Bax (Copaco), Bart van Rheenen (Arrow ECS), Patrick Govers (Westcon Comstor), Peter Jansen (Tech Data), Patrick Casteels (Kappa Data), Stephan Derksen (Flex IT Distribution), Freddy Oude Nijhuis (Siewert & Kau), Eric Segers (Ingram Micro) en George van Brugge (Portland Europe).

op de vraag wat hij zijn klanten moet vertellen. De gemiddelde mkb'er ziet IT als een hulpmiddel om zijn business te doen. Hij wil een duidelijke oplossing van zijn reseller en zich niet bezig houden met keuzes maken. Het is aan ons als distributeurs om de daarvoor benodigde kennis, zowel van de business als de technologie, te delen met de resellers om hen te helpen om cloudtechnologie te absorberen en in te zetten voor gezamenlijk succes in de markt. Dat is geen eenvoudige zaak, want ik denk dat de helft van het bestaande resellerkanaal op termijn niet overleeft.”

Veranderende rollen

Eric Segers: “Ik herken dat wel, je bent tegenwoordig veel bezig met opleidingen, maar het is soms

niet duidelijk hoeveel van het opleidingsaanbod de gemiddelde reseller aan kan. Een groot deel van de resellers beweegt niet mee, maar daar staat tegenover dat er zeker ook een heleboel partijen, zeker ook de ‘born in the cloud’ resellers, wél instappen. Die staan open voor begeleiding op hun cloud-journey en dat is voor ons een interessante doelgroep. Daarbij zijn de rollen duidelijk aan het veranderen, IT-oplossingen zijn steeds vaker het resultaat van een samenwerking tussen de eindgebruiker, zijn reseller en wij als distributeur. Productdistributie blijft belangrijk, maar kennis kunnen toevoegen is minstens zo belangrijk, dat ze je terug in het groeiende aantal consultants dat we zowel lokaal als internationaal aan boord hebben.”

Opvoeding en services

“Wij zien toch wel dat bij de traditionele mkb-spelers het bewustzijn geland is dat ze moeten gaan veranderen”, vult Peter Jansen aan. “Als je ziet dat we de laatste zes maanden op jaarbasis vergeleken ruim 30 procent groeien in dat mkb-segment en dat bij allemaal zonder uitzondering het onderwerp ‘cloud’ op de gesprekstafel ligt, waarbij de pijn vooral zit in het beheer van een multi-tenant en multi-vendor omgeving. We moeten resellers dan ook de tools aanreiken waarmee ze beheer en controle over de consumptie van hun eindklant krijgen en overeind kunnen blijven tegenover het grote geweld van een Amazon die dat allemaal rechtstreeks wil doen.” »



Focus op de complete lifecycle

Eric Segers: "Ik zie ook veel kansen, zowel voor 'meebewegende' traditionele resellers als die uit de 'born in the cloud'-generatie, waarbij we resellers en hun klanten kunnen ontzorgen in elke fase van de lifecycle. Met de levering van apparatuur, configuratie, installatie en managed services, en een afrekenmodel via de cloud marketplace, inclusief de software bieden we het ideale plaatje."

Circulaire IT: relevantie en toegevoegde waarde

"Ging het bij de eerste summit met name over de margedruk, in de tweede editie stond de relevantie van distributie in de schijnwerpers", stelt Stephan Derksen. "De laatste tijd is tijdens bijeenkomsten steeds vaker het grote, nieuwe verdienmodel 'cloud' een belangrijk gespreksonderwerp. De broadliner van gisteren moet steeds meer een specialisme opzoeken om de gewenste relevantie en toegevoegde waarde waar te kunnen maken. In dat opzicht heb ik het iets makkelijker dan de concullega's hier aan tafel, omdat wij ons puur bezig houden met circulaire IT terwijl de overigen dat nog niet of nauwelijks doen. Onze grootste uitdaging is om de snel groeiende vraag bij te houden; refurbished hardware wordt steeds meer als volwaardig alternatief beschouwd, kijk naar de overheidsaanbestedingen waarin circulaire IT - zowel qua aanschaf als terugkoop van apparatuur - standaard is opgenomen. Maar ook wij krijgen straks te maken met de gebruikelijke

verschijnselen zoals margedruk en moeten we iets doen aan de vraag van de eindgebruiker naar een objectief kwaliteitskeurmerk."

Segers: "Maar lost dit vraagstuk zich niet vanzelf op binnen het steeds populairder wordende pay-per-usemodel? Kijk naar printing, het maakt een eindgebruiker weinig uit wat voor printer er staat zolang hij het maar doet. Ga je dat ook niet krijgen met pc's? De klant betaalt 30 euro per maand per werkplek, en of daar nou een nieuwe of een gebruikte pc staat maakt niet uit."

Vendoren doen duit in het zakje

Derksen: "Binnen circulaire IT zien wij dat fabrikanten daar steeds meer op springen, enerzijds omdat duurzaamheid steeds belangrijker wordt, anderzijds is er over de as van grondstofprijzen een

enorme versnelling waarneembaar. Zo heeft Apple al aangekondigd dat ze in 2020 modellen willen uitbrengen die geheel uit gerecyclede grondstoffen zijn geproduceerd. Binnen een gesloten circulair model zijn grondstoffen significant goedkoper: zo kost gerecycled aluminium maar 1/13 van de vrije marktprijs. Grip krijgen op de grondstoffenstroom is essentieel in onze markt, de Chinese industrie koopt niet voor niets elke beschikbare grondstoffenmijn op. In een wat breder perspectief is dat een natuurlijk een bedreiging voor de Amerikaanse fabrikanten die voor het leeuwendeel van de omzet van Westerse distributeurs verantwoordelijk zijn. Die laatste zien ook steeds duidelijker de (meer)waarde van retourstromen in, al hebben wij natuurlijk wel een kennisvoorsprong op dat gebied die we niet zonder slag of stoot zullen opgeven, dat zullende collega's me niet kwalijk nemen."

'Dé reseller' bestaat niet meer

"We zitten allemaal in dezelfde markt en hebben te maken met veelal dezelfde vendoren en klanten", zegt Harold Bax. "We praten steeds over resellers maar in mijn optiek bestaat 'de reseller' als homogene (doel)groep niet meer. Je ziet meer verschillende partnerprofielen ontstaan met verschillende behoeften. De één zal vasthouden aan zijn reseller rol en heeft bij voorbeeld een financieringsbehoefte, de ander wil zich op een bepaald gebied specialiseren en heeft een logistieke- of kennisbehoefte."



Ook zien we nieuwe typen klanten ontstaan die je eigenlijk geen reseller kunt noemen. Dit zijn bij voorbeeld bedrijven die technologie nodig hebben om producten die ze zelf ontwikkelen en produceren slimmer te maken. Deze klanten hebben andere behoeften waar het gaat om producten, services, logistiek en kennis. Andere partners gaan zich hoger in de waardeketen positioneren. Daarbij richt men zich niet per definitie meer op het resellen van hardware of software of het hosten van een eigen infrastructuur, maar op het invullen van functionele behoeften of de automatisering van bedrijfsprocessen met behulp van nieuwe technologieën uit de cloud. Een grote rem op de toepassing van nieuwe technologie is het gebrek development capaciteit en kennis. We zien partners dan ook in toenemende mate een beroep doen op onze in-house experts. Met onze recente gelanceerde Copaco Cloud Value Academy willen wij voorzien in een kennisbehoefte en helpen wij onze partners om hun medewerkers op te leiden tot cloud experts. Eindklanten willen immers met hun ICT-partner praten over 'business-outcomes', de techniek erachter komt op de tweede plaats."

Bedreiging schept ook kansen

Bart van Rheenen: "De veranderingen die wij vanuit Arrow zien betreft met name de gevolgen van de consolidatie van Dell en VMware, onze grootste brands in België. Enerzijds is dat bedreigend, omdat een aantal grote VMware-deals via het eigen Dell-distributiekanaal verloopt, aan de andere kant schept het ruimte voor nieuwe partijen als Rubrik, Nutanix en Cloudian om in die markten te stappen. En met ons ACE-programma, dat staat voor Arrow Cloud Enablement, ondersteunen we onze partners bij de adoptie van onze cloudpropositie die we gestaag uitbouwen. Daarbij kunnen we - als relatief kleine speler met een grote naam erboven - nog zelf onze veldslagen kiezen."

De evolutie van de reseller

"Voor ALSO is en blijft de transactionele markt heel belangrijk", zegt Rob Lenderink. "Daarnaast gaan we verder met het ontwikkelen van services, waarin lifecycle management een heel belangrijke rol gaat spelen, evenals financiële services rondom

productleveringen. Wat ik verder heel interessant vind en waar ik denk dat de focus komt te liggen is wat er gebeurt met de born-in-the-cloud-reseller en de evolutie van de bestaande reseller die met zijn tijd meegaat. Dat zien wij als een groeiende markt en daar zoeken we onze klanten, die we met een compleet palet aan services willen helpen groeien."

Peter Jansen: "Het komt erop neer dat je in een landschap dat volop in transitie is in staat bent om kwalitatief de juiste invulling te geven, waarbij het financiële aspect zwaar weegt. In mijn gesprekken gaat het meer dan ooit over cashflow-management: wat gebeurt er als je gaat werken met een abonnementsmodel? Kennis beperkt zich niet tot technologie, het gaat ook om commercieel en financieel inzicht om je resellers bij de hand te nemen en ook aan de businesskant te ontzorgen. Uiteraard maken we daarbij zelf ook gebruik van de mogelijkheden die digitalisering ons biedt en die ervoor zorgt dat we met 'zero-touch'-achtige systemen aan de kostenkant onze marges overeind kunnen houden." »



Prijerosie: blijvend punt van discussie

Wie dacht prijerosie door de talloze aankoopmogelijkheden – van 'kaal product' tot 'geheel ontzorgde oplossing' – wel naar de achtergrond verdwenen zou zijn, komt bedrogen uit. "Het is een voortdurende mega-discussie die maar lastig te veranderen is", stelt Eric Segers. "Dat heeft ook te maken met de geschiedenis Maar de vraag naar allerlei vormen van dienstverlening vanuit de eindklant kan niet tot in lengte van dagen gratis worden geboden, de eindklant die zo graag 'ontzorgd' wil worden zal zich dat ook moeten gaan realiseren. Het kan niet zo zijn dat we Azure consultants, waar in de markt een schreeuwend tekort aan is, gratis beschikbaar blijven stellen. Dat soort modellen moet veranderen, en dat gebeurt ook wel, maar we zijn zeker nog niet zover dat we daarmee de margedruk aan de andere kant compenseren."

Peter Jansen: "Je ziet dat vendoren de marges op 'easy business', zoals renewals, halveren; daar zul je met toegevoegde waarde op je dienstverlening een tegenwicht tegen moeten bieden. Doe je dat niet dan loop je de kans te sneuvelen."

"Wij bedienen de IT-dienstverleners, met 5 tot 15 medewerkers en een paar miljoen

omzet, die actief zijn in de onderkant van de markt", zegt George van Brugge. "Dat is een krimpende markt; dankzij de zelfbedieningsmodellen van de hyperscalers AWS, Google, Azure en Alicloud moeten ook onze resellers aan de bak en hun business draaiende houden met nieuwe vormen van toegevoegde waarde op onderwerpen als AVG, waarvoor ze niet bij de hyperscalers terecht kunnen."

Traditionele distributiemodel erodeert

Eric Segers: "Je moet je anderzijds afvragen hoe lang ons huidige distributiemodel nog stand houdt. Vendoren en resellers doen wat ze willen, wij distributeurs zijn de enigen die zich nog aan hun rol houden. We doen uit naam van de reseller vrijwel alles voor de eindklant en betalen de reseller daar ook nog eens voor. Aan de andere kant zie je dat de moderne IT dermate breed en complex is dat zelfs grotere resellers niet meer alle kennis in huis kunnen hebben en wel moeten samenwerken met ofwel een collega-reseller of de distributeur om de eindklant de gewenste oplossing te kunnen leveren."

Een extra uitdaging daarbij is de schaarste aan gespecialiseerd personeel. Peter Jansen: "Daarom zetten we naast

recruitment ook opleidingstrajecten in om mensen met basiskwalificaties intern op te leiden tot consultants." "Maar daarna is het de kunst om ze ook aan je te blijven binden", zegt Eric Segers. "Naast de financiële kant is het minstens zo belangrijk om ervoor te zorgen dat je een inspirerende en uitdagende werkgever blijft, anders zijn ze weg."

Nieuwe technologieën, nieuwe modellen

"Marketplaces als bol.com, Alibaba of Amazon schieten als paddenstoelen uit de grond en dreigen distributeurs en resellers van commodity-hardware buitenspel te zetten", zegt Stephan Derksen. "Bij circulaire IT hebben we daar minder last van, omdat de 'last mile' in het retourproces van apparatuur niet eenvoudig is. Dankzij onze ervaring op dat terrein kunnen we, en samen met ons ook andere partijen, dat gat in de markt opvullen. Reverse logistics zit tegenwoordig in welke vorm dan ook in het portfolio van alle distri's."

"Ook Google speelt een steeds belangrijker rol met zijn propositie 'lift & shift' om op eenvoudige manier (delen van) je ICT-infrastructuur naar de cloud te brengen en vervolgens op te schalen", vult George van Brugge aan.

Freddy Oude Nijhuis: "Een steeds belangrijker ontwikkeling is de sterke groei van de E-sports. De gamingmarkt is reeds velen malen groter dan filmindustrie. Je ziet dat bestaande en nieuwe merken hier vol op inspringen. Gaming is allang niet enkel meer voor vermaak; serious gaming wordt bijvoorbeeld gebruikt in het onderwijs en de zorg. Het doel van serious gaming is onder andere communiceren, onderwijzen en het verwerven van inzicht."

"Tekorten bij Intel bieden tegelijkertijd kansen voor Nvidia, dat met een ander businessmodel van deze 'nood' een deugd kan maken en een stukje markt kan pakken", vult Bart van Rheenen aan. "Als we over IoT hebben, dat ik inmiddels geen nieuwe technologie meer noem, is het belangrijk om te definiëren waar we het precies over hebben. De diverse expertises die bij een IoT-project komen kijken vragen om serieuze partnerships om oplossingen succesvol in de markt te zetten." Patrick Govers: "Op het gebied van nieuwe technologieën, zoals IoT dat wij inmiddels 'Enterprise Networking' zijn gaan noemen, neemt de belangstelling voor IoT toe. Partners spelen bij IoT een belangrijke rol bij het bouwen van eindproducten op hardware en -softwarebasis. Daarnaast is security een belangrijk onderdeel van IoT, waar we dagelijks mee te maken hebben. Dit soort combinaties vormen een ecosysteem. Daarom speelt financial



services een essentiële rol in IoT trajecten, met name voor de startups. Tenslotte wil iedereen het meeste verdienen!" "Je ziet andere partijen dan de traditionele spelers acteren in de markt voor industriële IoT", merkt Peter Jansen op. "We zien steeds vaker elektrotechnische specialisten opduiken, waardoor de grens tussen IT en ET aan het verwateren is. Als distributeur moet je buiten je comfortzone stappen om van die ontwikkeling te profiteren."

Marketing en leadgeneratie

De tafel is unaniem van mening dat 'generieke campagnes' – schieten met hagel – geen effect meer hebben. Patrick Govers: "Dat zien ook vendoren ook in, minimaal een kwart van de MDF's

moet gericht worden ingezet voor maatwerk-leadgeneratie naar potentiële key-accounts."

"Marketingcommunicatie draait steeds meer om de 'road to grow', vult Peter Jansen aan. "Content-marketing binnen het customer-journeytraject op basis van (meetbaar) klikgedrag wordt belangrijker, op die manier kun je prospects voorzien van relevante content die hen op het juiste moment wordt aangeboden."

Brexit

Vijfde en laatste onderwerp van de discussies was de Brexit. Iedereen aan tafel heeft zich daar op een of andere manier voorbereid en verwacht uiteindelijk een positieve uitkomst voor Europa en de lokale business. Veel bedrijven komen hier naar toe, resellers uit het Verenigd Koninkrijk openen hier kantoren. Maar het is op dit moment nog volstrekt onduidelijk volgens welk scenario de Brexit zich gaat voltrekken en wat de gevolgen voor de rente zullen zijn. Alert blijven is de boodschap.

De Distri Summit 2019 werd afgesloten met een presentatie over het belang en de mogelijkheden van contentmarketing door Joost Driessen, directeur van iMediate, het moederbedrijf van ChannelConnect, en het uitwisselen van de goodies die de gespreksdeelnemers voor elkaar hadden meegenomen, wat de positieve sfeer en de onderlinge verhoudingen treffend illustreerde. ◀

