

Interview | Pim Hilferink

Paul en Vincent Kloos, directeur-eigenaars van SDC:

## 'Ons succes draait om kennis en de mensen in ons bedrijf'

Het in Doetinchem gevestigde SDC is een ICT-distributeur die, met een kernportfolio van zowel telecom- als IT-producten en -oplossingen, al ruim twintig jaar actief is in de markt. Het klantenbestand wordt gevormd door installateurs, telecombedrijven en IT-resellers. Met dit artikel wil SDC zich met name duidelijk positioneren in de richting van die laatste categorie, de IT-reseller, omdat het bedrijf daar specifieke meerwaarde kan bieden die elders vaak nog met een lantaarntje moet worden gezocht.

"De afgelopen vijf jaar hebben we – in lijn met de ontwikkelingen in de markt en de enorme groei van internettelefonie (VoIP) – ons professionele portfolio op het gebied van telefonie, netwerkinfrastructuur en wifi-oplossingen uitgebreid", vertelt Paul Kloos. "We leveren vanzelfsprekend ook de end-points, maar netwerkapparaten zoals routers, switches en gateways vormen een steeds belangrijker deel van onze omzet. Met onze bewuste keuze voor merken als Ubiquiti en MikroTik timmeren we inmiddels ook op het gebied van infrastructuurooplossingen stevig aan de weg."

### Scheidlijn telecom en IT is aan het vervagen

Vincent Kloos, broer van Paul en ook mededirecteur van SDC: "VoIP heeft ervoor gezorgd dat we steeds meer IT-bedrijven als klant krijgen, maar ook de traditionele telecombedrijven zijn overgestapt op internettelefonie omdat de klant daarom vraagt. De scherpe scheiding tussen telecom en IT is aan het vervagen en dankzij onze ervaring in de markt kunnen wij beide werelden uitstekend combineren met oplossingen die het leven van onze resellers vergemakkelijken. Wij gaan daarin verder dan veel concullega's. Zo zijn we een gecertificeerd trainingscentrum voor de meeste merken die we voeren. Onze wifi-meetdienst voor het ontwerpen van een optimaal dekingsplan is een voorbeeld van de expertise die we ter

beschikking stellen van onze resellers zodat ze alle informatie en ondersteuning krijgen die ze nodig hebben om de ontwikkelingen in de markt te vertalen naar de oplossingen waarmee ze kunnen voldoen aan de vraag van hun eindklanten. Dat wordt gewaardeerd,

## 'In het kanaal zijn partnerprogramma's eigenlijk een beetje ingehaald door de tijd'

zo mag blijken uit het feit dat we onze omzet de afgelopen drie jaar hebben weten te verdubbelen."

"En dat zonder uitbreiding van ons personeelsbestand, er werken twintig mensen bij SDC", vult Paul Kloos aan. "Gezien de prijstransparantie in de markt en de druk op de marges in onze branche is dat ook noodzakelijk als je onder de streep nog wat wilt overhouden. 'Lean and mean' is ons devies."

### Expertise en persoonlijke relaties zijn ons 'geheime wapen'

Pre-sales manager Aris Vink: "We leven in een wereld waarin we moeten concurreren met de talloze webshops die producten aanbieden tegen scherpe prijzen. Daarmee kun je je niet onderscheiden in het mkb-resellerkanaal waar wij actief zijn.

Kennis, deskundigheid, toegankelijkheid en persoonlijk contact zijn de elementen waarmee wij onze resellers weten te binden, naast onze expertise op het gebied van het samenstellen van totaaloplossingen waarmee de reseller zijn klanten kan ontzorgen."

"We zijn echt met onze klanten meegegroeid, we zijn tijdens de transformatie van telecomleverancier naar ICT-distributeur nauwelijks klanten kwijtgeraakt", vult verkoopleider Ferry Theunissen aan. "De PBX met een aantal toestellen heeft plaatsgemaakt voor routers, switches en end-points, en soms ook wifi, maar het blijft een totaalpakket dat onze reseller aan zijn eindklant kan leveren en installeren. De meeste 'oud-Siemens'-klanten van het eerste uur zijn nog steeds klant bij SDC op basis van de uitstekende samenwerking die we door de jaren heen met ze hebben opgebouwd. Ze kopen nu alleen andere producten bij ons."

### Focus op mkb

"We hebben met name een sterke positie in het mkb, high-end-producten sluiten niet



aan bij onze resellers", zegt Vincent Kloos. "Neem wifi als voorbeeld: dat was initieel vooral een markt voor de enterprise, waar de Cisco's van deze wereld access-points van 700 tot 800 euro verkochten. Daar kwam nog eens een intensief certificeringsprogramma bovenop om de spullen überhaupt te mogen verkopen. Daar konden wij niks mee, totdat partijen als Ubiquiti en MikroTik die markt openbraken voor het mkb."

### Marktbewerking

Vink: "Om infrastructuurooplossingen te verkopen moet je goede relaties onderhouden met de grote providers. We hebben ervoor gekozen om onafhankelijk in de cloudmarkt te staan; we verkopen geen cloudproducten of oplossingen zoals een VoiceWorks en RoutIT wel doen, en die onafhankelijke opstelling vergemakkelijkt het contact."

"We hebben door de jaren heen een uitgebreid klantenbestand opgebouwd", vertelt Theunissen. "We hebben ooit geprobeerd dat aan te vullen met externe bestanden maar dat heeft voor ons niet gewerkt. Wij focussen vooral op ons eigen bestand, waarbij we de 'Siemens diehards' proberen te overtuigen dat we inmiddels veel meer voor ze kunnen betekenen. Dat kunnen we ook voor de IT-resellers waarmee we nog geen relatie hebben. We hebben drie mensen buiten, een website en een webshop en – heel

belangrijk in onze business – een goede voorraadpositie waardoor we adequaat kunnen reageren op de marktvraag."

### Sociale media en merkbekendheid

"Sociale media zoals YouTube spelen een belangrijke rol voor de merkbekendheid van bijvoorbeeld Ubiquiti of MikroTik", zeggen Paul Kloos en Aris Vink. "Die investeren zelf niet echt in marketing, maar hun prijs-kwaliteitsverhouding wordt in de diverse resellercommunities besproken en geprezen en dat stimuleert de vraag. Ook kennen deze merken geen verplicht onderhoudscontract of certificering. Sterker nog, ze geven vaak levenslang softwaresupport en bieden ook nog eens cloudservices waar ze geen geld voor vragen. Het zijn echt tech-producten voor doorgewinterde ICT'ers, maar soms is het voor klanten lastig om in contact te komen met fabrikanten; daar is echt een rol voor ons weggelegd."

De lage prijs voor de producten is soms een probleem voor resellers. Vink: "Het doorberekenen van 800 euro installatiekosten bij een Cisco-router van 4.000 euro is geen probleem. Diezelfde installatiekosten kun je moeilijk verkopen bij een vergelijkbare MikroTik-router van 100 euro. Maar het installatiewerk is hetzelfde, dus moet je reseller overstappen op het verkopen van een 'all-in' maatwerkoplossing."

### Partnerloyaliteit zonder partnerprogramma

"In het kanaal zijn partnerprogramma's eigenlijk een beetje ingehaald door de tijd. Er is zoveel veranderd en er zijn zulke grote verschillen, dat je dat nooit meer binnen één programma kunt tackelen", vult Paul Kloos aan. "We voeren inmiddels een kleine dertig merken, en elke klant gaat daar verschillend mee om. Om voor een partnerprogramma een paar procent van je omzet te reserveren zet niet echt zoden aan de dijk. Voor resellers telt veel meer een goede pricing, een gegarandeerde voorraadpositie en de ruimte om voor projecten een bepaalde extra korting te kunnen bedingen."

Vincent Kloos: "Waarom resellers al jarenlang zaken met ons doen heeft alles te maken met gunnen, met charme en met de kwaliteit van onze mensen. De persoonlijke relatie is net zo belangrijk als voorraadbeschikbaarheid, kennis van de producten en prijs. Het is een combinatie van factoren. We zijn niet de allergegoedkoopste, maar daarvoor krijg je bij ons wel een goede garantie zonder gezeur op de apparatuur, gratis verzending vanaf 250 euro en stellen we bij een cruciale storing tijdelijk een vervangend product ter beschikking. Allemaal zaken die bijdragen tot de klanttevredenheid waar we allemaal baat bij hebben."

Paul en Vincent Kloos besluiten het gesprek met de woorden: "Allemaal voorbeelden van hoe nauw we bij de business van onze partners betrokken zijn. Daar kunnen we als klein familiebedrijf een stuk persoonlijker en flexibeler zijn dan de grote, internationale spelers die vooral 'spreadsheet-driven' zijn."

### Overzicht belangrijkste merken SDC

Gigaset | Gigaset Pro | TP-Link Business | Ubiquiti Networks | MikroTik | Grandstream | Swyx | Jabra | Plantronics/Poly | Draytek | Netgear | Portadial | 2N | Robin | Snom | Spectralink | AVM