Проактивная IPmatika

В гости к редакции Nag.ru заглянули представители ключевого стратегического партнера – компании IPmatika. Коммерческий директор Михаил Носков и руководитель обособленного подразделения компании в Екатеринбурге, Трофимов Алексей рассказали о своей компании подробнее, а также поделились планами на сотрудничество с НАГ.



Какую продукцию ваша компания поставляет на рынок?

Наша компания поставляет на рынок 14 основных брендов. В первую очередь это телекоммуникационное оборудование – IP-телефония, видеоконференцсвязь, сетевое оборудование.

Вы торгуете оборудованием самых разных производителей. Есть "любимчики"?

Любимчиков у нас нет. Естественно, есть вендоры, с которыми мы с самого начала сотрудничаем. Например, Yealink, с которого мы начали продвигать IP-телефонию. Сейчас, естественно, в нашем портфеле гораздо больше брендов. Мы не можем сказать, что кто-то там любимый или нелюбимый.

Наша философия такая: мы работаем не со всеми подряд, и мы очень тщательно подходим к выбору поставщика, но после этого, соответственно, очень активно вкладываемся в этого поставщика, дорабатываем решения для российского рынка, повышаем компетенцию, обучаем партнеров. Каждый год добавляем 1-2 бренда и это происходит у нас эволюционно. Долго изучаем, взаимодействуем с ними, разбираемся насколько они релевантны для российского рынка, насколько они надежные, гибкие и т.д., и только после этого активно начинаем продвигать на российском рынке.

А у ваших сотрудников какие стоят IP-телефоны на столах?

Yealink, естественно (улыбается, прим. редакции).

Везде, во всех подразделениях стоят телефоны Yealink?

Во всех, конечно. Если мы продвигаем какое-то решение, обязательно все наши рабочие места, переговорные, публичные пространства оснащаем нашей продукцией, потому что мы должны их использовать и сами в ежедневной работе, чтобы понимать их возможности. Наши сотрудники пробуют оборудование на себе и дают честную обратную связь.

Они так тестируются, да?

Конечно, у инженеров своё видение, а пользовательский опыт обычных сотрудников о многом говорит. Коллеги отмечают многие нюансы, которые мы дорабатываем.

Продаете ли вы оборудование премиум-класса? Если да, то какое?

Наш основной ценовой сегмент – средний. Мы не занимаемся совсем бюджетными решениями, потому что зачастую бюджетные решения подразумевают не всегда стабильное качество, а также – ограниченный функционал. Всё-таки мы стараемся, чтобы наши партнёры получали достойное решение.

Как справляетесь с внутренней конкуренцией схожей продукции разных производителей?

Мы никогда не навязываем какое-то решение. У каждого бренда есть свои преимущества и под конкретного заказчика мы предлагаем на выбор сразу несколько решений. Предлагаем 2 или 3 решения на выбор, не навязывая один конкретный бренд. Заказчик подбирает более релевантные для него решения.

А между ними действительно есть разница?

Есть разница. Мы стараемся выбирать решения, которые имеют какие-то свои отличия, преимущества, возможности, чтобы совсем их не сталкивать. Стараемся их распозиционировать по ценовому сегменту, по функционалу, по модели использования.

Как организована техническая поддержка для клиентов, которые покупают настолько широкий ассортимент оборудования?

У нас достаточно большой отдел технической поддержки, обладающий большими компетенциями, многолетним опытом по поддержке устройств. Соответственно, есть центр компетенции в московском офисе, есть сеть сервисных центров по ряду оборудования, которое мы реализуем с нашими сервис-провайдерами. Наши региональные офисы закрывают базовые потребности в сервисе, включая Екатеринбург. Есть у нас инженеры в основных офисах, которые первичную диагностику и вопросы решают на местах, а дальше уже либо подключают московский офис, либо региональные сервисные центры.

С кем ещё Yealink сотрудничает, кроме России?

В России мы являемся ключевым стратегическим партнёром, у которого есть дистрибуция на все линейки Yealink. У Yealink есть ещё пару дистрибуторов, которые имеют отдельные продуктовые категории, но, естественно, и по набору компетенции и по объёму мы кратно превосходим их. И мы, в принципе с Yealink начинали развиваться практически одновременно. Они начинали развиваться небольшой компанией, и мы начинали развиваться небольшой компанией в несколько человек. И вот мы уже 16 лет сотрудничаем. За это время мы выросли до игрока №1 на рынке телекоммуникационных IP-решений в России, а Yealink стал мировым лидером, по IP-решениям и является брендом №1 уже много лет по продажам SIP-телефонов. Соответственно, мы вместе развивались и помогали друг другу. В итоге обе компании выросли в лидеры своего сегмента.

Что чаще всего покупают малые бизнесы, а что крупные?

У нас, можно сказать, есть разные направления. Есть продукты более релевантные для малого бизнеса и тут, наверное, в первую очередь это какие-то недорогие телефоны, гарнитуры, сетевое оборудование недорогое. Этот сегмент более массовый, который активно покупается малым бизнесом.

Шлюзы, может быть, софт?

Шлюзы тоже недорогие. Для крупного бизнеса, естественно нужны более серьёзные, масштабные, комплексные, серьёзные и многогранные решения, а в нашем портфеле такие тоже есть, соответственно, мы можем предложить оборудование любому виду бизнеса.

Среди ваших клиентов есть конечные заказчики?

Нет. Наша философия такова: мы не продаём конечным заказчикам, мы выстраиваем отношения через партнеров. Мы хотим, чтобы наши партнёры были такие же компетентные, успешные, как и мы, и поэтому мы им делегируем функцию работы с конечным заказчиком. Но при этом, если партнёрам требуется какая-то помощь в обучении, в настройке или в консультациях, наши инженеры выезжают и помогают партнерам провести презентацию или демонстрацию для конечного заказчика. В этом плане мы помогаем. Но что касается продаж, мы всё отдаём нашим партнёрам, чтобы они зарабатывали на этом.

А чувствуете ли вы изменение интересов покупателей по отношению к оборудованию за последние 2 года?

Да, есть некие тренды, которые мы видим. Первый тренд - это развитие направления Bring Your Own Device — это решения портативные, которые стали особенно актуальны в пандемию. Многие люди начали работать дома, кто-то в офисе, постоянные перемещения, гибридные форматы коммуникации, поэтому всё больше и больше спрос возникает на портативные и простые устройства. Если раньше системы связи или видеоконференцсвязи представляли из себя громоздкие решения, в которых трудно обычно разобраться, сейчас всё больше и больше запросов на простые решения, которые просто включил и сразу начал пользоваться.

Например?

Например, есть готовые комплекты, которые мы продвигаем на рынок, попадающие под определение Bring Your Own Device. Есть модуль управления, который осуществляет функцию коммуникации и зарядки, и подключение нескольких устройств: портативная камера, гарнитура либо спикерфон для громкой связи, который подключается в коммуникационную коробку и включается в ноутбук. Собственно, вы с ним пришли, подключились, организовали эффективную конференцию видео или аудио.

Как ВКС-система?

Да, но, естественно для этого ВКС нужно развернуть и подключить Desktop приложение, которое мы тоже продвигаем. Устанавливаешь обычное бесплатное Desktop-приложение, приносишь эту “коробочку” готовую, подключаешь одним проводом, и вот у тебя готовое решение. Там всё есть для базового пользователя.

С IP-телефоном что? Не вырос объём продаж по IP-телефонам?

Наши продажи IP-телефонов продолжают расти, мы видим изменение спроса, то есть малый бизнес, всё-таки больше переходит на софтверные бюджетные решения. Рост продолжается в корпоративном, государственном сегменте, очень много предприятий до сих пор имеют устаревшую телефонию. Сейчас продолжается активная замена аналоговых решений на IP, и мы видим, что спрос у крупных заказчиков продолжает расти.

А региональная специфика есть?

Региональная специфика есть. Естественно, она имеет не всегда явно прослеживаемый характер. Ну, например, в регионах за Уралом специфика связана с тем, что населенные пункты находятся на большом расстоянии и там уже более востребованная система видеоконференцсвязи.

А если в разрезе стран?

Если в разрезе стран, тут, естественно, мы занимаемся дистрибуцией не только в России, но и по странам СНГ. Очень много продаём решений в Казахстан и Беларусь, они достаточно быстро перенимают технологии.



Какие товары дают наибольший объём продаж сейчас?

Ну, наверное, если брать основной сегмент - это всё-таки товары, связанные с IP-телефонией: АТС, телефоны, шлюзы. Сейчас активно растут ещё два направления: видеоконференцсвязь и сетевое оборудование. Потому что для многих наших решений требуется коммутация. Вот, наверное, 3 основных сегмента:

- Телефония.
- Видеоконференцсвязь.
- Сетевое.

А сетевое — это коммутаторы?

Коммутаторы, Wi-Fi.

С PoE?

С PoE, да. Это новое направление, которое тоже активно развиваем.

А есть ли такие устройства, которые потеряли свою актуальность или продаются теперь меньше?

Ну, в целом, так как мы изначально начинали всё-таки продвигать передовые решения и стараемся всегда выбирать самые интересные и инновационные, у нас не так много продуктов или сегментов, которые мы начинали продавать и которые теряют свою актуальность. Какие-то аналоговые решения возможно.

С появлением пандемии насколько повысились продажи оборудования для видеоконференцсвязи?

Серьёзно повысились. Во время пандемии многие начали активно пользоваться ZOOM, Microsoft Teams или Skype for Business. С одной стороны, это сегмент, который может быть для нас не целевой, но с другой стороны мы, понимая этот тренд, начали активно продвигать направление гарнитур и спикерфонов, которые люди просто подключают к компьютеру и, используя сторонний видеосервис, могут подключиться к ZOOM, Microsoft. Ну и плюс, у нас тоже в линейке есть проприетарные «железные» устройства, заточенные под Microsoft и ZOOM.

На предприятиях каких отраслей сейчас чаще всего покупают оборудование ВКС?

Чаще всего, это крупные производственные компании с распределенной инфраструктурой, промышленные холдинги, строительные холдинги, транспортные предприятия, а также госструктуры, потому что для госструктур вопрос взаимодействия и видеоконференцсвязи тоже актуален.

В чём вам видится секрет успеха устойчивости и устойчивого развитие компании на протяжении многих лет?

Тут сложно сказать. Наверное, в нашей заряженности, нашем профессионализме, нашем активном подходе к развитию бизнеса и к росту. А также, в нашем проактивном подходе, неравнодушности, постоянном профессиональном росте, обучении, которое позволяет нашим сотрудникам эффективно развиваться и помогать партнёрам быть успешными.

Сколько городов охвачено вашими офисами и филиалами?

Помимо московского центрального офиса, в России у нас есть ещё 5 обособленных подразделений в регионах РФ — это Петербург, Ростов, Казань, Екатеринбург и Новосибирск. Плюс филиалы в странах СНГ — это Казахстан, Белоруссия, Украина, Узбекистан и Киргизия.

А обособленное подразделение чем от филиала отличается?

По сути, это одно и то же, а по функционалу это просто разные структуры собственности, разные особенности в каждой стране. То есть, отличие только на юридическом уровне.

Что даёт клиентам появление очередного регионального подразделения?

Даёт несколько основных преимуществ.

1. Оперативное взаимодействие между людьми, потому что много вопросов решаются с помощью личных встреч, контактов и т.д.
2. Склад. Партнёрам не требуется ждать, пока товар переместится из Москвы.
3. Наличие демо-оборудования. Часто под заказчиков, под проекты требуется демонстрировать какие-то решения. В принципе, у нас есть демо-фонд на местах. Также, мы во всех наших крупных офисах создаём небольшой демо-зал, куда можно привести заказчика и демонстрировать какие-то основные решения, чтобы он пощупать мог как это работает.



Поделитесь, пожалуйста, статистикой своих успехов за все эти годы

В целом, с момента основания, наши темпы роста никогда не падали меньше 25-30% в год. В прошлом году, несмотря на пандемию мы выросли на 30%, хотя несколько месяцев многие наши партнёры не работали. Также, по комплексной оценке Yealink мы стали их лучшим дистрибьютором в мире за 2017 год. Ну и самое главное – это растущая партнерская база, растущее количество проектов. Это говорит о том, что партнёры и заказчики ценят наши решения, что является для нас главным критерием успеха.

Кто ваши самые крупные клиенты, если не секрет, конечно?

Не секрет. У нас обширный круг партнёров, порядка 1000 активных. Есть крупные дистрибуторы, которые приобретают много нашего оборудования, это MERLION, Treolan, например. Есть крупные системные интеграторы, с которыми мы делаем большие проекты. Большой пласт работы связан с крупнейшими операторами связи, например, с «Ростелекомом».

Ну и завершающий вопрос: какие у вас планы на сотрудничество с компанией НАГ?

Ну вот сегодня как раз при встрече с вами и вашими коллегами обсудили и наметили несколько направлений сотрудничества. Мы видим несколько растущих сегментов, в которых и компания НАГ сильна, для которых мы можем предложить свои решения:

1. Сотрудничество с операторами связи, например, по оснащению колл-центров.
2. Развитие видеоконференц-решений, потому что видеоконференц-решения становятся более массовыми для любых компаний, которые находятся в регионах, это решение востребовано.
3. Развитие по направлению домофония, видеонаблюдение, интернет-вещей.

Вот в этих 3-х направлениях мы видим развитие потенциала сотрудничества. Ну, естественно, телефония, по которой мы и так уже достаточно долго работаем.