

Rozvíjíme partnerskou synergii

René Pospíšil, ředitel IS4 security, popisuje, čím je specifický koncept Vendor Representative Company a jak je důležité budovat důvěru v celém partnerském ekosystému mezi výrobcem, distributorem a resellerem.

Co si můžeme představit pod pojmem Vendor Representative Company?

Vendor Representative Company (VRC) je koncept, který vzešel z mé hlavy. Spousta distributorů si říká value added, ale vlastně pořád dělají klasickou distribuci. Já jsem odjakživa chtěl fungovat jako dedikovaný zástupce výrobců IT bezpečnosti, specializovaný partner, který nasaje filozofii vendora a pochopí jeho potřeby v daném regionu, a tím pádem ho dokáže kvalitně zastupovat v lokálním byznysu. U nás si zakládáme na tom, že se ztotožníme se strategiemi daného vendora a přinášíme přidanou hodnotu v podobě uzpůsobeného marketingového konceptu pro lokální trh.

Které oblasti bezpečnosti IS4 security pokrývá?

Důležitým faktorem pro nás je, že pokrýváme širší spektrum portfolia. Velkou část našeho obratu tvoří značka Bitdefender, ke které přidáváme další technologie. Dnes již pokrýváme drtivou většinu oblastí zabezpečení IT, od ochrany úniku dat CoSoSys Endpoint Protector DLP, přes EPP/EDR/XDR ochrany koncových bodů, ochrany virtualizačních platform, ochranu cloudových prostředí od Bitdefenderu, síťovou bezpečnost Endian UTM, dlouhodobou garantovanou archivaci dat EMA, až po nejnovější přírůstek do produktového portfolia z oblasti PIM/PAM řešení správy privilegovaných účtů od firmy Sectona.

Ta řešení se navzájem doplňují, takže z našeho pohledu jde o udržitelný model. Dám příklad – náš obchodník přijde ke klientovi a bude se s ním bavit o ochraně koncových bodů. Při diskuzi vzejde požadavek třeba na garantovaný archiv, což je

služba, kterou také máme v nabídce, a náš obchodník dokáže zajistit, aby zákazník dostal komplexní návrh řešení ušitých na míru jeho potřebám. To všechno od jednoho kontaktu, což šetří čas klientovi, resellerovi i vendorovi.

Podle jakého klíče si vybíráte vendory?

Pro vendory máme stanovená interní kritéria – požadujeme například, aby řešení v našem portfoliu byla jednoduchá na správu, šetřila lidské zdroje a spolu s tím byla i cenově atraktivní. Záleží nám i na tom, jak se s vendorem technicky i lidsky spolupracuje. Garantujeme, že technologie v naší nabídce vzájemně fungují a máme je důkladně interně otestované. Než vendora zařadíme do našeho portfolia, klidně i rok nebo dva ho testujeme a teprve potom dokážeme prohlásit, že se hodí pro lokální trh.

Jakou přidanou hodnotu VRC přináší?

Koncept Vendor Representative Company označuji jako win-win-win strategii, kdy zajišťujeme hladkou spolupráci mezi vendorem, partnerem i koncovým zákazníkem. Dokážeme poskytnout vysoce odborné technické zdroje, takže partner se může spolehnout, že když za zákazníkem vyšleme našeho technika, klient dostane tu nejvyšší kvalitu.

Náš vztah s partnery je také založený na důvěře, díky které dosahujeme synergie v rámci partnerského ekosystému. Obecně bych řekl, že partneři v poslední době začínají VRC vnímat jako velký benefit, protože se mohou spolehnout, že jim nenabídneme jen produkt, ale dokážeme poskytnout expertní podporu. Je ovšem důležité zdůraznit, že skutečná přidaná hodnota začíná u resellera.



René Pospíšil

ředitel IS4 security

Jak to partnerům vysvětlujete?

S tím souvisí i to, že se partneři musejí neustále vzdělávat, a my se jim v tom snažíme jít naproti. Proto už neškolíme jen v Praze, ale i v Olomouci a Bratislavě. Každý měsíc pořádáme ve všech třech lokacích bezplatná školení, během kterých se snažíme přenášet naše expertní know-how dále do partnerského kanálu. Tím ovšem pro partnery práce nekončí, ba naopak. Během jednodenního nebo dvoudenního školení získají nějaký základní návod, který následně potřebují přetavit v praxi v konkrétních projektech. Tím si zároveň na vlastní kůži potvrdí, že za ním stojíme jako mentoři.

Proč je pro vás kvalita tak důležitá?

Je důležité říct, že značka má jen jedno jméno. Pokud by jeden z partnerů z těch několika stovek, které máme v České republice a na Slovensku, udělal někde chybu, něco špatně nasadil, může se to negativně odrazit i na ostatních partnerech, kteří danou značku prodávají. Na to chceme v následujících letech klást ještě větší důraz, protože si uvědomujeme, že jedna věc je dostat značku na trh a získat renomé, a druhá věc je to renomé udržet. A nyní je laťka opravdu vysoko. ■