

ИТ-БИЗНЕС  
**CRN**

www.crn.ru

18+

№ 7

№ 7 (478) 28 НОЯБРЯ 2019 Г.

RUSSIAN EDITION / РОССИЙСКОЕ ИЗДАНИЕ

# ЛУЧШИЕ РОССИЙСКИЕ ИТ-ДИСТРИБЬЮТОРЫ 2019



## В центре внимания

### Лучшие российские ИТ-дистрибьюторы 2019

- 4** ИТ-дистрибуция: стоя на пуантах  
**Светлана Белова**
- 4** Методика рейтинга
- 6** Дистрибьютор для системного интегратора
- 8** Дистрибьютор для розницы
- 12** Дистрибьютор для сборщика
- 13** Дистрибьютор программного обеспечения
- 14** Специализированные ИТ-дистрибьюторы
- 15** AV-дистрибьютор
- 16** Дистрибьютор систем информационной безопасности
- 17** Как танцевать лучше себя самого

## Ты подписался на CRN express?

**Подпишись на информационную рассылку CRN express!**

CRN express это:

- самые **свежие новости** ИТ-бизнеса;
- объявления о выпуске **новых продуктов**;
- оперативные сведения о **кадровых перестановках** на ИТ-рынке;
- **фоторепортажи** с мероприятий ИТ-компаний;
- информация о **новых поступлениях** товара и **распродажах** на складах дистрибьюторов;
- возможность сравнить **маркетинговые программы** крупнейших дистрибьюторов по разнообразной продукции вендоров;
- **анонсы статей** последнего номера CRN/RE.

Для того чтобы подписаться на рассылку, достаточно указать адрес вашей электронной почты в разделе «Подписка на электронную версию» на сайте [www.crn.ru](http://www.crn.ru).



CRN/Russian Edition. ИТ-бизнес

Учредитель и издатель ООО «СК ПРЕСС»

#### Редакция

Э. А. Золотова, директор

Э. А. Золотова, главный редактор

С. В. Белова, заместитель главного редактора

О. В. Марченко, коммерческий директор

Тел.: (495) 974-2260

E-mail: [crnre@crn.ru](mailto:crnre@crn.ru)

#### Распространение

ООО «СК ПРЕСС»

Тел.: (495) 974-2260

E-mail: [crnre@crn.ru](mailto:crnre@crn.ru)

#### Подписка

Тел.: (495) 974-2260

E-mail: [crnre@crn.ru](mailto:crnre@crn.ru)

Полное или частичное воспроизведение или размножение каким бы то ни было способом материалов, опубликованных в настоящем издании, допускается только с письменного разрешения ООО «СК ПРЕСС». Издательство и редакция не несут ответственности за содержание публикуемых рекламных объявлений, за материалы, подготовленные сторонними организациями, а также не предоставляют информацию о деятельности фирм. Редакция приносит свои извинения читателям, на чьи письма она не имеет возможности ответить.

© ООО «СК ПРЕСС», 2019

109147, Москва,

ул. Марксистская, д. 34, к. 10.

Тел.: (495) 974-2260

E-mail: [crnre@crn.ru](mailto:crnre@crn.ru)

Свидетельство о регистрации СМИ —

ПИ № ФС 77 — 72810 от 25.05.2018 г.

CRN Russian Edition содержит статьи, фотографии, рисунки, схемы и иллюстрации («Контент»), публикуемые по лицензии от The Channel Company LLC.

Контент перепечатан с разрешения The Channel Company LLC. Copyright.

Copyright © 2019 The Channel Company LLC.

All rights reserved. Все права защищены.

Тираж 10200 экз.

Цена свободная.



# Революция в высокоскоростной печати

Первая в своем сегменте высокоскоростная струйная ЦПМ Kyocera TASKalfa Pro 15000c выводит на новый уровень себестоимость печати по сравнению с лазерными устройствами. Высокая надежность и быстрая окупаемость поможет стабильному развитию вашего бизнеса.

## Эффективность вложений

- + быстрый возврат инвестиций
- + легкая интеграция в рабочие процессы

## Высокая надежность

- + создана на основе передовых технологий
- + лидер в сегменте энергоэффективности\*

## Быстрая и качественная печать

- + сохранение скорости печати на плотных материалах
- + стабильное качество на всем тираже

\*по данным аналитиков KYOCERA Document Solutions



Контакты:

Тел: +7 (495) 741 00 04 — Email: kdru-info@dru.kyocera.com

KYOCERA Document Solutions Russia — [www.kyoceradocumentsolutions.ru](http://www.kyoceradocumentsolutions.ru)

**KYOCERA Document Solutions Inc.**

**[www.kyoceradocumentsolutions.com](http://www.kyoceradocumentsolutions.com)**



# В центре внимания

Лучшие российские ИТ-дистрибьюторы 2019

## ИТ-дистрибуция: стоя на пуантах

Светлана Белова

Россия: сотни миль полей  
и по вечерам балет.  
(Кто-то из иностранцев)

«Ты спрашиваешь, с чем или с кем я бы сравнил ИТ-дистрибуцию? — человек, сидящий напротив меня, проверенный игрок российского ИТ-рынка, не первую пятилетку работающий на благо этой самой дистрибуции, всерьез задумался. — Первое, что я подумал, — дистрибуцию проще всего сравнить с боксом. Уж очень жестким в последнее время стал наш бизнес. Но для меня дистрибуция — это все же не только жесткость. Знаешь, многие игроки на рынке относятся к дистрибуции как к чему-то само собой разумеющемуся, считают, что и они сами, и рынок в целом вполне могут обойтись без дистрибуции. Им кажется, дистрибьюторы получают деньги ни за что, и убрал нас из цепочки продаж, все остальные ее участники смогут увеличить свою маржу. Они думают, что переносить коробки с места на место, от вендора к партнеру, тем более в последнее время, очень легко. Пожалуй, это та же легкость, с которой носит балерину ее партнер по сцене: она подпрыгнула, он ее подхватил и по инерции побежал в ту сторону, куда она и так сама уже „летела“. Добежал до заданной режиссером точки, поставил партнершу и как ни в чем не бывало, не переводя дыхание, продолжает кружиться, прыгать, ногами „кренделя“ выписывать. Через какое-то время балерина решила в другую сторону прыгнуть, а он, кажется, совсем случайно опять рядом оказался. Опять ее подхватил, отнес, поставил. У зрителей складывается впечатление, что все красиво и изящно, но вроде как девушка и сама могла бы

туда „долететь“ (разве что пришлось надо посильнее оттолкнуться). Да и носит он ее как-то слишком легко, „приплясывая“, порой ощущение такое, что партнерша совсем ничего не весит, да и законы всемирного тяготения на нее не действуют: поэтому поднять ее в одной точке сцены и аккуратно поставить в другой — не стоит никаких усилий...»



«Но сколько за этой легкостью труда, разочарований, проб и ошибок, травм и желаний бросить все и больше никогда не вспоминать об этом опыте, — продолжает мой собеседник. — Сколько часов, недель, лет тренировок ради одного — достичь совершенства, стать максимально техничным, в прямом смысле слова прыгнуть выше своей головы. Только ради того, чтобы на сцене все выглядело изящно и легко, чтобы ни у кого в зрительном зале даже не зародилась мысль о том, чего же ему стоит так легко и элегантно передвигать девушку по сцене. Поэтому дистрибуция сейчас у меня ассоциируется именно с балетом.

Мы, как и балетный люд, „пашем“ не покладая рук, ног, головы, каждый день мы делаем все, чтобы стать еще немного лучше, еще ближе к идеалу, еще эффективнее. Мы наращиваем мускулы в виде логистики — чтобы перемещение товара из одной точки на карте в другую было максимально быстрым, легким,

комфортным для всех участников процесса.

Партнеры всегда могут рассчитывать на нашу поддержку (финансовое плечо, маркетинговые акции, предпродажная подготовка, технические консультации, экспертиза специалистов) независимо от того, насколько сложные „фуэте“, „алясоны“, „арабески“, „аттитюды“, „экарте“, „кабриоли“ и „ассамбле“ они включают в свои проекты.

Маржа в дистрибуции сейчас настолько мала, что каждый, танцующий свою партию в этом сегменте рынка, чувствует себя стоящим на цыпочках, считает мой собеседник: «Тот, кто хоть раз пытался встать на пуанты, знает, насколько сложно на них устоять. Не менее сложно сейчас удержаться и в дистрибьюторском бизнесе. Особенно когда коллеги по ИТ-сцене тебе периодически подсыплют в эти самые пуанты толченого стекла, проводя некорректные сделки и разрушая рынок.

Кстати, а ты заметила, что в последнее время в ИТ-дистрибуции, как и в балете, нет серых героев. Современные примы нашего рынка танцуют партии белых лебедей. Но периодически из-за кулис „выпрыгивают“ черные особи, которые „мутят воду“ в этом самом лебедином озере и портят рисунок танца партнерам по сцене. Без них, конечно, наш

ИТ-спектакль был бы не столь интересен. Но, если честно, хочется, чтобы в нашей работе стало меньше драматизма.

Ну и раз уж речь зашла о том, что ИТ-дистрибуция похожа на балет, у меня есть еще один, очень существенный аргумент. Ты же не будешь отрицать, что мы, в ИТ-дистрибуции, как и в области балета, „впереди планеты всей“. Аналитики, изучающие наш рынок, признают, что именно ИТ-дистрибьюторы — одни из самых эффективных среди дистрибьюторов, работающих в разных вертикалях экономики нашей страны.

Кстати, я это утверждение именно у вас на сайте прочитал, что ни в продуктах питания, ни в белой технике, ни в бытовой химии, ни в каком-то другом товарном сегменте — нигде нет такой маленькой маржи, как в дистрибуции ИТ. Мы действительно привыкли работать оптимально и эффективно на 2–3%-ной марже. Поэтому, приходя в смежные сегменты, они успешно конкурируют с их традиционными игроками».

Ну что к этому образу дистрибьютора можно еще добавить? Да, пожалуй, нечего. Поэтому предлагаю вам без лишних слов (как это и принято в балете) перейти к изучению итогов рейтинга «Лучшие ИТ-дистрибьюторы-2019» и узнать, кто же из артистов не только заявлен в основной состав балетных постановок, но и танцует в них сольные партии. ■

## Методика рейтинга

В этом году (как и ранее) деятельность дистрибьюторов оценивалась по 12 критериям: «Цены»; «Программы формирования прибыли»; «Широта ассортимента»; «Наличие продукта на складе»; «Наличие системы B2B»; «Наличие четких стандартов (формализованных правил, процедур) в работе с партнерами»; «Гибкость, индивидуальный подход к партнерам»; «Способность решать проблемы»; «Управление отношениями с вендором»; «Финансовая

поддержка»; «Консультации, помощь в разработке проектов»; «Маркетинговая поддержка». Этот список критериев остается неизменным пятый рейтинг подряд.

В ходе исследования реселлеры заполняли анкету, состоящую из восьми таблиц. В первой нужно было оценить значимость каждого из 12 критериев работы дистрибьюторов, специализирующихся на поставках разным группам партнеров (сборщики, розничные продавцы, интернет-магазины, системные интеграторы), а также

дистрибьюторов ПО, систем информационной безопасности, AV-решений и специализированных (нишевых) поставщиков. Для определения веса каждого критерия предлагалась десятибалльная шкала (где 1 соответствует оценке «совсем неважно», а 10 — «очень важно») с шагом 1. Например, если системный интегратор считает, что критерий «Цены» очень важен в его работе с поставщиком, то он ставит 10 баллов на пересечении строки «Дистрибьютор для системного интегратора» и столбца «Цены». Или если критерий «Широта ассортимента» не являлся определяющим для партнеров специализированных дистрибьюторов, то они (партнеры) оценивали его значимость в 1 или 2 балла. Эти баллы заносились в ячейку на пересечении строки «Специализированные дистрибьюторы» и столбца «Широта ассортимента». Респондент мог проставить оценки важности критериев как для всех семи видов дистрибьюторов (если компания, которую он представляет, работает со всеми перечисленными группами поставщиков), так и для одного/шести типов компаний.

Во второй части анкеты оценивалась работа конкретных дистрибьюторов. В каждую из семи таблиц — «Дистрибьютор для системных интеграторов», «Дистрибьютор для розничных продавцов», «Дистрибьютор для сборщиков», «Дистрибьютор ПО», «Специализированный дистрибьютор», «Дистрибьютор систем информационной безопасности» (новая номинация), «Дистрибьютор AV-решений» (новая номинация) — респонденты могли вписать не более пяти лучших, по их мнению, дистрибьюторов данной специализации. После этого реселлеры выставляли оценки каждому из названных ими поставщиков по всем 12 критериям. Для этого также предлагалась десятибалльная шкала (где 1 соответствует оценке «очень плохо», а 10 — «очень хорошо, великолепно») с шагом, равным 1.

Например, розничный продавец считает, что компания X заслуженно претендует на звание «Лучшего ИТ-дистрибьютора для розничного продавца». Он заносит компанию X в таблицу «Дистрибьютор для розничных продавцов». А после этого оценивает, насколько хорошо тот «отрабатывает» каждый из 12 критериев. Если цены, предлагаемые поставщиком,

завышены (в том числе и по сравнению с конкурентами), компании X могут выставить (в графе «Цены») 5 или 6 баллов (из 10 возможных). В то же время, если у дистрибьютора X хорошая, по мнению партнеров-ритейлеров, система B2B, в таблице «Дистрибьютор для розничного продавца» в столбце «Система B2B» данному поставщику ставилась наивысшая оценка — 10 баллов.

Особо подчеркнем: редакция не предоставляет респондентам первоначального списка дистрибьюторов. Участники опроса должны были сами назвать тех поставщиков, которые, по их мнению, более других достойны звания «Лучший ИТ-дистрибьютор». Таким образом, перечни претендентов на победу в каждой номинации формировались по принципу «открытого» списка.

Несмотря на то что финалисты рейтинга объявляются во всех семи номинациях, компании, вошедшие в призовые пятерки, и победитель указываются только в шести: «Лучший ИТ-дистрибьютор для сборщиков», «Лучший ИТ-дистрибьютор для системных интеграторов», «Лучший ИТ-дистрибьютор для розничных компаний», «Лучший ИТ-дистрибьютор ПО», «Лучший дистрибьютор систем информационной безопасности», «Лучший дистрибьютор AV-решений». А «Лучшими специализированными ИТ-дистрибьюторами» становятся пять компаний, которых наши респонденты отмечали в своих анкетах чаще других.

В остальных номинациях победители определяются простым сравнением финальных оценок. Сначала для каждого дистрибьютора, названного респондентами в данной номинации, определялись средние оценки, полученные им по всем критериям в отдельности: для каждого претендента на победу суммировались оценки по тому или иному критерию в конкретной номинации, а затем полученный результат делился на количество респондентов, проголосовавших за этого дистрибьютора в данной номинации.

Одновременно с этим в каждой из семи номинаций по каждому критерию выводилась средняя оценка его важности. Для этого оценки, полученные каждым критерием в каждой номинации, суммировались, затем сумма делилась на количество этих оценок. Полученный результат наглядно показывает, насколько, по консолидированному

мнению наших респондентов, тот или иной критерий важен для партнеров в работе с определенной группой поставщиков.

Далее рассчитывалась итоговая оценка, заработанная дистрибьютором в данной номинации. Делалось это следующим образом: средние оценки дистрибьютора (по каждому критерию в каждой номинации) умножались на средние оценки важности соответствующих критериев в данной категории. Таким образом, были получены «приведенные» оценки дистрибьютора по каждому критерию в каждой номинации, т. е. количество баллов, которое заработал дистрибьютор за тот или иной критерий с учетом его значимости.

Сумма 12 «приведенных» оценок (для каждого критерия) дистрибьютора и становилась итоговым результатом данного поставщика в номинации. Победители определялись простым сравнением итоговых оценок. Особо подчеркнем, что все расчеты итоговых оценок и сравнения результатов делались только для тех дистрибьюторов, которые смогли преодолеть порог канальности (более подробно об этом условии мы расскажем чуть позже). В пятерку лидеров в каждой номинации входили дистрибьюторы, сумевшие набрать наибольшее количество баллов. Первое место присуждалось поставщику, который получил самую высокую итоговую оценку.

Опрос респондентов проводился с конца мая по конец октября 2019 г. при помощи электронной почты, а также в форме личных и телефонных интервью. При формировании базы опроса за основу были взяты базы подписчиков CRN/RE и компаний, зарегистрированных в каталоге на сайте издания [www.crn.ru](http://www.crn.ru). Кроме того, для более полного охвата партнеров второго уровня редакция CRN/RE в очередной раз обратилась к дистрибьюторам с просьбой разослать анкету рейтинга реселлерам, с которыми они работают. При этом в базу опроса заносились только те заполненные анкеты, которые партнеры второго уровня присылали в редакцию напрямую, а не через дистрибьюторов. Кроме того, если в ответах указывался только один дистрибьютор (предположительно тот, который и сделал рассылку с просьбой принять участие в нашем рейтинге), уточнялось, действительно ли партнер второго уровня считает, что звание «Лучший

### Географическое распределение ответов респондентов рейтинга, федеральный округ



российский ИТ-дистрибьютор» заслуживает только один поставщик. И если оказывалось, что реселлер просто не до конца разобрался в правилах рейтинга, анкета отправлялась на доработку.

В результате на нашу просьбу оценить работу дистрибьюторов откликнулись представители 567 ИТ-компаний из 68 городов. Географическое распределение реселлеров, заполнивших анкету, представлено на рисунке. Напомним, что два года назад было собрано 663 анкеты, заполненные в 75 городах.

Респондентами исследования стали топ-менеджеры (генеральные, исполнительные, коммерческие директора и их заместители), сотрудники департаментов закупок, продаж и логистики, а также менеджеры подразделений маркетинга дилерских компаний. Во избежание дублирования ответов специалистов одной компании (а как следствие, искажения данных) к рассмотрению принимались только «именные» анкеты (т. е. такие, в которых указано название компании).

Теперь о пороге канальности, о чем упоминалось выше. Подобное ограничение применяется в рейтинге для повышения репрезентативности его результатов. Благодаря введению данного критерия к финалу допускаются только те дистрибьюторы, которые действительно хорошо известны в канале. Поэтому оценки поставщика учитывались только в том случае, если за него подали голоса не менее 15% общего числа ответивших в рамках данной номинации. Значение порога канальности остается неизменным пятый рейтинг подряд. ■



# Дистрибьютор для системного интегратора

Судя по ответам на вопросы анкеты, чуть больше 55% респондентов рейтинга-2019 так или иначе (в качестве системных интеграторов или корпоративных поставщиков, специализируясь или совмещая с другими видами бизнеса) работают с корпоративными клиентами. Напомним, что

в 2017 г. работу дистрибьюторов, поставляющих соответствующие линейки продукции, оценивали чуть меньше 70% опрошенных.

Список кандидатов на звание лучшего ИТ-дистрибьютора для системных интеграторов в этом году сократился: по итогам голосования в него вошли

49 компаний, тогда как два года назад на победу претендовали 54 игрока региональных рынков.

Напомним, что в 2017 г. реальный шанс побороться за победу имели только пять дистрибьюторов. Тогда порог канальности перешагнули MERLION, OCS Distribution, RRC Group,

Treolan, «Марвел-Дистрибуция» (указаны в алфавитном порядке).

В этом году количество прошедших в финал претендентов на звание «Лучший дистрибьютор» осталось прежним — за первое место в данной номинации сражались также пять поставщиков.

## Представляем победителей

В 2019 г., как, впрочем, и во всех предыдущих рейтингах, список финалистов в данной категории был более предсказуем, чем в других. Во-первых, в него из года в год входят те дистрибьюторские компании, которые уже давно специализируются на работе именно с этой категорией партнеров. А во-вторых, как уже отмечено выше, в финал прошли пять компаний. Таким образом, вопрос «Кто же из них останется за бортом?» на этот раз не возникал.

И победителем в номинации «Лучший ИТ-дистрибьютор для системных интеграторов» шестой раз подряд становится компания **OCS Distribution**. Отметим, что в этот раз ее победа гораздо более убедительна, чем в рейтинге-2017. Несмотря на то что результат победителя в этом году составляет 807,103 балла (на 45,998 балла меньше, чем два года назад), его отрыв от ближайшего преследователя гораздо более внушительный — 30,958 балла (в 2017 г. — 12,417 балла).

При этом стоит отметить, что нынешняя победа OCS Distribution выглядит более убедительной, чем в 2017 г. Тогда респонденты поставили этой компании высшие оценки в 5 из 12 критериев рейтинга «Лучший ИТ-дистрибьютор для системных интеграторов». В этом году она была признана первой по восьми показателям, как и в 2013 г.

В призовую пятерку в 2019 г. вошли следующие компании: **MERLION**, **OCS Distribution** (№ 1), **RRC Group**, **Treolan**, «Марвел-Дистрибуция» (указаны в алфавитном порядке).

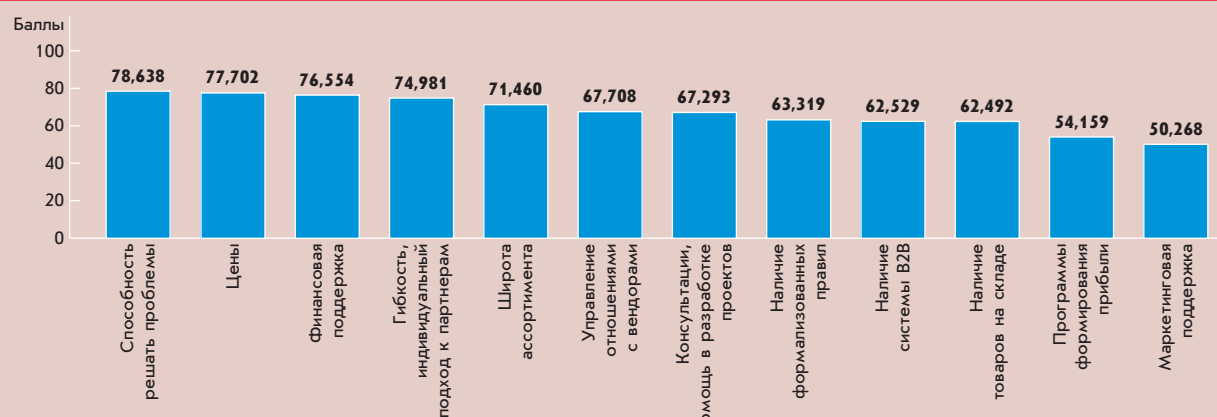
Что касается оценки важности критериев работы дистрибьюторов, то для системных интеграторов и корпоративных поставщиков самым значимым оказались «Цены» (9,484 балла), а низшую оценку получила «Маркетинговая активность» (6,742 балла). Кроме того, респонденты этой номинации поставили самую низкую оценку — 7,681 балла — критерию «Программы формирования прибыли» среди всех опрошенных. ■

Полную версию статьи см. на [www.crn.ru](http://www.crn.ru).

## Победители по каждому критерию в номинации «Лучший ИТ-дистрибьютор для системных интеграторов — 2019» (критерии указаны в алфавитном порядке)

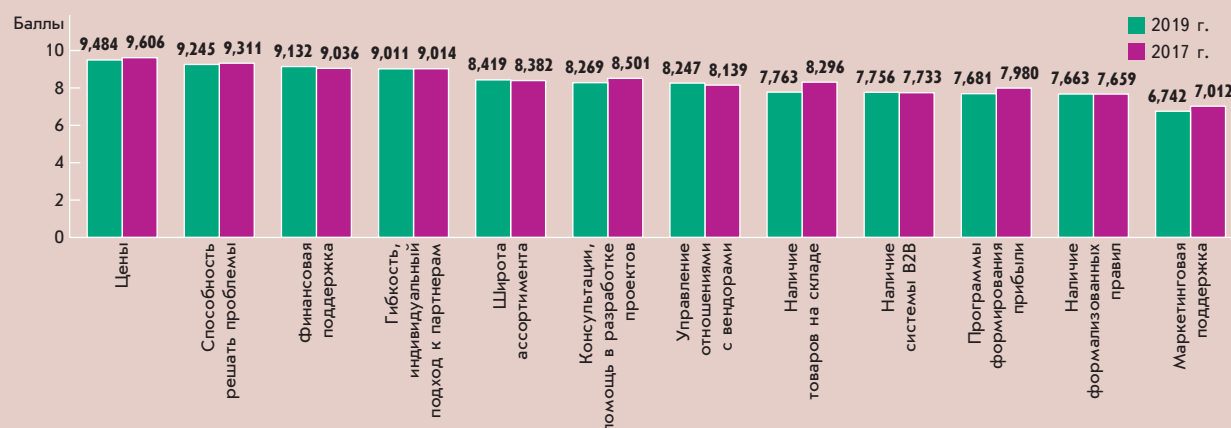
| Критерий                                    | 1 место (2019)       | 1 место (2017)       |
|---------------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Гибкость, индивидуальный подход к партнерам | OCS Distribution     | «Марвел-Дистрибуция» |
| Консультации, помощь в разработке проектов  | OCS Distribution     | OCS Distribution     |
| Маркетинговая поддержка                     | OCS Distribution     | «Марвел-Дистрибуция» |
| Наличие системы B2B                         | Treolan              | Treolan              |
| Наличие товаров на складе                   | Treolan              | Treolan              |
| Наличие формализованных правил              | OCS Distribution     | «Марвел-Дистрибуция» |
| Программы формирования прибыли              | OCS Distribution     | OCS Distribution     |
| Способность решать проблемы                 | OCS Distribution     | OCS Distribution     |
| Управление отношениями с вендорами          | OCS Distribution     | OCS Distribution     |
| Финансовая поддержка                        | OCS Distribution     | «Марвел-Дистрибуция» |
| Цены                                        | «Марвел-Дистрибуция» | «Марвел-Дистрибуция» |
| Широта ассортимента                         | MERLION              | OCS Distribution     |

## Рис. 1. Результирующие оценки победителя — компании OCS Distribution — в номинации «Лучший ИТ-дистрибьютор для системного интегратора — 2019»<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Приведенные оценки компании по критериям — средний балл, полученный дистрибьютором, умноженный на значимость данного критерия.

## Рис. 2. Оценка важности критериев работы дистрибьюторов для системных интеграторов (сортировка по оценкам 2019 г.)



# Успех в партнерстве

Partnering for Profit

## Анна Мизиева, Schneider Electric: «Мы продолжим укреплять свое лидерство в сегменте однофазных ИБП и в 2020 г.»

Первая половина нынешнего года для рынка источников бесперебойного питания не слишком задалась. Как сообщает ITRResearch, с января по июнь 2019-го в России было реализовано ощутимо меньше ИБП, чем за тот же период годом ранее, — почти на 15% в количественном исчислении и на 11% в долларовом, — причем, по итогам II квартала все еще возможен возврат к росту. APC by Schneider Electric сохраняет лидерские позиции на рынке на протяжении нескольких лет.

Что именно может послужить драйвером спроса на однофазные ИБП в России, с какими предложениями в этом сегменте выступает его признанный лидер и каким ему видится ближайшее будущее? Эти вопросы мы задали менеджеру по развитию бизнеса однофазной продукции подразделения Secure Power компании Schneider Electric **Анне Мизиевой**.

**CRN/RE:** Можно ли утверждать, что особый интерес для Schneider Electric представляет среднеценовой сегмент?

**Анна Мизиева:** Представленность в среднеценовом сегменте действительно является для нас одним из стратегических направлений в развитии бизнеса однофазной продукции. На протяжении последних лет этот сегмент либо показывает рост, либо по крайней мере остается стабильным. На данный момент мы уже предлагаем широкий ассортимент однофазных решений для среднеценового сегмента в диапазоне мощностей от 500 ВА до 10 кВА. Среди них есть линейно-интерактивные ИБП и ИБП с двойным преобразованием, созданные с применением огромного опыта, накопленного нашими инженерами. Набор технических характеристик этих устройств можно определить как базовый, что позволяет сделать их привлекательными по цене при безусловном сохранении того премиального качества, которым по традиции выделяется продукция под маркой APC.

Традиционная целевая аудитория наших ИБП — ИТ-заказчики, и они по-прежнему остаются в центре нашего внимания. Но в последнее время мы видим потенциал роста в не-ИТ сегменте; в таких, например, отраслях, как производственный сектор или гражданское строительство. Могу привести в пример строительный рынок России: все больше его игроков понимают необходимость обеспечивать надежным, безопасным

электропитанием возводимые ими производственные, жилые и иные объекты. Потенциал роста продаж однофазных ИБП в строительной отрасли, на наш взгляд, огромен.

**CRN/RE:** Выдвигают ли новые заказчики, не принадлежащие к сфере ИТ, какие-то специфические требования к однофазным ИБП?

**А. М.:** Каких-то специфических требований нет. Тут все зависит скорее не от конкретного заказчика не из отрасли ИТ, а от специфики и трендов того рынка, на котором он ведет свой бизнес. Могу отметить такую общую тенденцию: сегодня, когда экономическая ситуация стабилизировалась, а участники рынка привыкли действовать в условиях околонулевого роста, все больше потенциальных заказчиков нашей продукции возвращаются к планированию на долгосрочную перспективу.

Это делает особенно востребованными решения Schneider Electric с литий-ионными аккумуляторами (Li-ion АКБ), которые исходно дорожке классических ИБП со свинцово-кислотными батареями, но обеспечивают значительно более низкую совокупную стоимость владения (ТСО) на всем протяжении расчетного срока службы. При горизонте планирования бизнеса в два-три года мало кто готов был инвестировать в АКБ с десятилетней (как минимум) гарантированной продолжительностью безупречной работы.

Сегодня все осознают, что нынешние экономические реалии — это всерьез и надолго, есть резон строить долгосрочные планы и подбирать ИБП так, чтобы его ТСО оказывалась минимальной именно в длительной перспективе. Теперь есть смысл, пусть это прозвучит несколько высокопарно, делать инвестиции в будущее. Мы наблюдаем, как во множестве отраслей возникают перспективные проекты, в которых есть место для ИБП с Li-ion АКБ, особенно для online-серии мощностью от 1 до 3 кВА, которую мы вывели на рынок в этом году.

Причем выгоду такие устройства обеспечивают не только в чисто финансовом плане. Литий-ионные аккумуляторы компактнее и легче свинцово-кислотных, поэтому они гораздо лучше подходят для установки в помещениях ограниченного объема и с жестким лимитом по нагрузке на межэтажные перекрытия. Учитывая, сколько сейчас модернизируется предприятий, вынужденных занимать

площади в давно отстроенных зданиях, и насколько важна для нормальной работы этих предприятий гарантированная бесперебойность электроснабжения (ведь оборудование становится все более высокотехнологичным и требовательным к качеству питания), Schneider Electric видит здесь значительный потенциал роста.

**CRN/RE:** Планируются ли у вас обновления линеек?

**А. М.:** Да, серия BE в IV квартале 2019 г. получает очередное обновление. Одним из значимых отличий в обновленной линейке APC Back-UPS серии BE станет увеличение количества разъемов с батарейной поддержкой, их станет шесть. Эти ИБП выполнены в более привлекательном дизайне (что существенно для потребителя, поскольку устройства будут работать в домах и в офисах), снабжены цветовой индикацией уровня заряда АКБ, также ИБП обновленной линейки стали более легкими и компактными по сравнению с предыдущим поколением.

Обновления также коснулись и нашей премиальной линейки ИБП Back-UPS Pro с IEC-разъемами. Новые модели обладают более высокой мощностью и увеличенным временем автономной работы. Они идеально подходят для дома, офиса и малого бизнеса. Одним из преимуществ обновленного модельного ряда является защита линии передачи данных до 1 Гбит/с, которая позволяет обеспечить качественное питание и защитить оборудование, сохранить файлы без падения мощности и снижения скорости Интернета при скачках напряжения.

**CRN/RE:** Расскажите о новинках APC Easy UPS серии SMV. Для решения каких задач они могут применяться?

**А. М.:** В этом году мы дополнили портфель однофазных ИБП для среднего ценового сегмента серией линейно-интерактивных ИБП SMV, которая представлена пятью моделями с мощностями 750, 1000, 1500, 2000 и 3000 ВА — пока только с IEC-розетками и в напольном исполнении. Все источники предусматривают возможность установки сетевой карты для дистанционного управления. Эти устройства нацелены на тот сегмент рынка, в котором цена по-прежнему остается определяющей. Целевая аудитория заказчиков — СМБ-компания телеком-сектора, ритейла,



банковской отрасли и многих других не-ИТ направлений.

**CRN/RE:** Чего уже достигла Schneider Electric в 2019 г. в однофазном сегменте? Как планирует развиваться дальше?

**А. М.:** Как говорилось ранее, укреплять и развивать свое лидерство на однофазном фронте компания Schneider Electric намерена также и за счет расширения предложений в среднем диапазоне цен. Например, совсем недавно мы запустили в канал ИБП серии BV. Эти ИБП очень хорошо, на наш взгляд, позиционированы по цене — и теперь доступны абсолютно для всех. В каждом номинале мощностей модели серии BV представлены как с IEC-, так и с евrorозетками, что позволяет подбирать наиболее подходящие устройства под актуальные для любого заказчика сценарии использования. Отмечу также, что хотя корпуса таких ИБП достаточно компактны, розетки на них удобно разнесены, что делает подключение полезной нагрузки более удобным.

Мы не только следуем трендам рынка, но и задаем их. Как вы уже знаете, в текущем году мы запустили Smart UPS с двойным преобразованием, оснащенный Li-ion батареей, и вскоре сделаем следующий шаг — предложим заказчикам из сегмента СМБ линейно-интерактивный ИБП на базе той же литий-ионной технологии. Мы предполагаем, что по итогам 2019 г. Schneider Electric сохранит свои лидерские позиции на российском рынке и продолжит укреплять их в следующем году.

Life Is On

**APC**  
by Schneider Electric

Тел.: 8 (800) 200-64-46  
ru.ccc@schneider-electric.com  
www.schneider-electric.ru



# Дистрибьютор для розницы

Судя по заполненным анкетам, розничными продажами в том или ином виде занимается около 20% компаний, чьи представители приняли участие в опросе. Напомним, что в 2017 г. к ритейлерам себя причисляли чуть больше 33% респондентов. Тогда, по их мнению, на звание лучшего ИТ-дистрибьютора для розницы могли претендовать 44 поставщика. В этом году наши респонденты решили сократить этот список до 33 компаний.

Еще два года назад мы предположили, что количество респондентов в данной номинации

в 2015 г. это удалось шести компаниям. А вот в 2017 г. количество финалистов в номинации сократилось наполовину: MERLION, OCS Distribution, «Марвел-Дистрибуция» (перечислены в алфавитном порядке).

Респонденты рейтинга-2019 оказались более лояльными к своим поставщикам и позволили уже четырем компаниям побороться за звание «Лучшего ИТ-дистрибьютора для розницы». В финал номинации вышли: MERLION, Netlab, OCS Distribution, «Марвел-Дистрибуция» (перечислены в алфавитном порядке).

на нашем рынке существуют разные толкования самого понятия «дистрибьютор», для некоторых партнеров — это не тот, кто заключает официальные договора с вендорами и выстраивает канал продаж, а тот, у кого данному магазину комфортно (во всех смыслах этого слова) приобретать необходимый товар. А наличие формальных признаков «дистрибуции» у того или иного поставщика партнеров заботит мало.

Таким образом, для тех ритейлеров, которые смогли договориться напрямую с вендорами, «дистрибьюторами» становятся именно эти компании. В этом качестве они и появились в свое время в нашем рейтинге. Более того, два года назад нас удивило их отсутствие в списке претендентов на победу. Кстати, именно это и стало одной из причин резкого сокращения этого самого списка.

В рейтинге-2019 из списка претендентов на победу исчезли и крупные розничные сети. Два года назад мы предполагали такое развитие событий. Ведь появление розничных сетей в предварительном списке было вполне объяснимо. Как прокомментировал это в 2015 г. один из наших респондентов (представитель локального ИТ-бизнеса), пойти «на поклон» к более крупным конкурентам заставили рыночная ситуация и здравый смысл: в 2015 г. оптовые цены в крупных розничных сетях, которые избавлялись от «залежалого товара», купленного по «старому курсу», были такими привлекательными, что цены дистрибьюторов оказались неконкурентоспособными. Что же, это было вполне логичное объяснение для 2015 г. С тех пор курс доллара резко не менялся.

Да и складские запасы, которые скопились из-за нестабильности курса валют, уже давным-давно распроданы. И, как следствие, наши респонденты перестали (за редким исключением) упоминать крупных ритейлеров в своих анкетах.

Зато в списках претендентов на победу вновь появились игроки, которых некоторое время назад в очередной раз пытались похоронить — субдистрибьюторы. Кроме того, все чаще в ответах розничных игроков встречаются не только широкопрофильные, но и специализированные поставщики. И есть как минимум два фактора, которые могут как-то это объяснить. Во-первых, несколько лет назад произошло сокращение дистрибьюторских складов в регионах. Даже там, где склады остались, продуктовый ассортимент на них изменился, что заставляет локальных игроков, не имеющих возможности забирать товар из Москвы, искать альтернативных поставщиков.

Во-вторых, дистрибьюторы продолжают ужесточать кредитную политику и, как следствие, теряют одно из основных преимуществ, которое раньше очень крепко привязывало к ним небольшие региональные компании. Теперь локальные игроки, которые потеряли возможность получить кредит, более свободны в выборе поставщика товара и ориентируются на цену и доступность. Наши респонденты признали, что самыми важными в работе дистрибьютора для них являются «Цена» (9,903 балла) и «Наличие товаров на складе» (9,452 балла). Тогда как раньше они были готовы приобрести что-то подороже, но в рассрочку.

Таким образом, вновь появляется поле для работы как у специализированных поставщиков, так и у субдистрибьюторов — как федеральных, так и региональных. Кстати, напомним, что на заре становления российского ИТ-рынка последние появились именно на базе самых крупных розничных компаний, распродававших излишки товара своим локальным партнерам по сходной цене. Причем если вначале эти излишки возникали из-за просчетов в планировании деятельности компаний (все были неопытные и только учились бизнесу), то через некоторое время региональные ритейлеры сделали их основой для еще одного направления деятельности, позволявшего заработать

## Дистрибьюторы

### Претенденты на звание «Лучший ИТ-дистрибьютор для розничных компаний — 2019» (компании перечислены в алфавитном порядке):

Armada Sound, Asbis, AUVIX, Axoft, Bonanza, Comptek, C-trade, Digis (ГК), diHouse, ELKO, Homesound, Itex, MERLION, MICS, Netlab, OCS Distribution, Polymedia, Staten, Treolan, «АЙТИ ПАРТНЕР», «АйтиОн», «Грандекс» (Defendr), «Икс-ком-шоп», «КораллМикро», «Лазерный мир», «Марвел-Дистрибуция», МОИТ, «Онлайн Трейд», «Пронет», «Ресурс-Медиа», РОСКО, «Твин», «Техно-М».

будет постепенно уменьшаться. Региональных (да и не только региональных) розничных игроков в чистом виде становится все меньше: процессы глобализации этого сегмента ИТ-рынка не оставляют локальным классическим ИТ-ритейлерам шансов на выживание. В результате они либо перепрофилируют свою деятельность, либо уходят в нишевую розницу, либо вообще исчезают с рынка.

Неизменным же в рейтинге CRN/RE остается одно: реальные шансы на победу получают только самые достойные дистрибьюторы, перешагнувшие порог канальности (подробнее об этом показателе читайте в «Методике рейтинга»). Напомним, что

Но прежде чем сообщить, какая из перечисленных выше компаний заняла первое место в номинации «Лучший российский ИТ-дистрибьютор для розницы», напомним, что несколько рейтингов подряд мы обращали внимание на намерение ритейлеров отдать свои голоса компаниям, которые по сути своей не имеют никакого отношения: вендорам и, казалось бы, прямым конкурентам наших респондентов — крупным розничным сетям, интернет-магазинам и дискаунтерам, торгующим цифровой техникой (причем как федеральные игроки, так и представители отдельных регионов). Этот факт объяснялся тем, что

### Победители по каждому критерию в номинации «Лучший ИТ-дистрибьютор для розницы — 2019» (критерии указаны в алфавитном порядке)

| Критерий                                    | 1 место (2019)       | 1 место (2017)       |
|---------------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Гибкость, индивидуальный подход к партнерам | OCS Distribution     | «Марвел-Дистрибуция» |
| Консультации, помощь в разработке проектов  | MERLION              | OCS Distribution     |
| Маркетинговая поддержка                     | «Марвел-Дистрибуция» | «Марвел-Дистрибуция» |
| Наличие системы B2B                         | Netlab               | «Марвел-Дистрибуция» |
| Наличие товаров на складе                   | Netlab               | «Марвел-Дистрибуция» |
| Наличие формализованных правил              | «Марвел-Дистрибуция» | «Марвел-Дистрибуция» |
| Программы формирования прибыли              | MERLION              | OCS Distribution     |
| Способность решать проблемы                 | MERLION              | «Марвел-Дистрибуция» |
| Управление отношениями с вендорами          | OCS Distribution     | «Марвел-Дистрибуция» |
| Финансовая поддержка                        | MERLION              | «Марвел-Дистрибуция» |
| Цены                                        | Netlab               | «Марвел-Дистрибуция» |
| Широта ассортимента                         | Netlab               | MERLION              |

# ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ

## Больше, чем печать: как трансформируются печатные вендоры

Сегодня на многих рынках идут активные процессы преобразования: меняются бизнес-модели, подходы к ведению бизнеса. Значительные изменения происходят и в печатной отрасли: информация перемещается в онлайн, а бумажные форматы постепенно уходят на второй план.

Вендоры больше не могут просто продавать оборудование — им приходится искать области инноваций, чтобы сохранить востребованность печати даже в эпоху цифровых технологий. **Станислав Парфенов**, директор по сервисной поддержке и аутсорсинговым решениям Konica Minolta Business Solutions Russia, рассказывает, как поставщики оборудования превращаются в цифровые сервисные компании и каким становится рынок печати прямо на наших глазах.

### Что происходит с рынком?

На рынке печати складывается интересная ситуация: он продолжает быстро меняться, даже будучи вполне зрелым. Сейчас российский рынок восстанавливается после крупного спада и наверстывает упущенные возможности: по нашим оценкам, сегмент лазерных устройств форматов A3 и A4 в 2018 г. увеличился на 14% — этот показатель обогнал даже среднегодовой темп роста 2016–2017 гг. Столь благоприятная тенденция, судя по всему, сохранится: заказчики нуждаются в обновлении парка печатного оборудования, который неизбежно устаревает.

Положительные тенденции наблюдаются и на рынке аутсорсинга печати: он медленно, но последовательно растет. По данным IDC, к 2021 г. рынок сможет достичь отметки 199,9 млн. долл. при среднегодовом темпе роста 5,8%. Однако этот рост мог бы быть и больше, если бы не барьеры, которые создают заказчики.

Впрочем, ситуация на рынке печати в целом не так уж безоблачна, как могло бы показаться, — ряд трендов вызывает беспокойство у его участников. Например, фактический объем печатных документов медленно, но устойчиво уменьшается: ожидается, что число напечатанных страниц продолжит снижаться

с 48,8 трлн. листов формата A4 в 2017 г. до 48,1 трлн. в 2022 г. Можно долго размышлять, в качестве чего здесь выступает цифровизация — причины или следствия. Но одно ясно: вендоры, не переходящие на цифру, просто не смогут выжить в новых условиях.

Рынок печати теперь не ограничивается только печатью и благодаря этому развивается: согласно отчету Quocirca, 64% сотрудников предприятий считают, что печать останется важной частью их повседневной деятельности вплоть до 2025 г. А вот какой печать станет в будущем — это вопрос уже совсем другого характера.

### Объединяем печатный мир с цифровым

Предложение на рынке печати дрейфует в сторону индивидуализации, доступа к продукту как услуге, роста скорости работы. Поставщики стремятся предлагать все больше «вау»-решений, чтобы «зацепить», привлечь внимание даже самых требовательных заказчиков. Несмотря на то что трансформация проходит по нескольким направлениям, наблюдается общая тенденция: к основным компетенциям компаний добавляется более широкий спектр решений — и все они касаются цифр.

В первую очередь меняются сами печатные устройства — теперь это многофункциональные интеллектуальные центры с расширенными функциями. Например, благодаря облачным технологиям документы можно печатать с любого подключенного к Интернету устройства, вне зависимости от места, времени и расстояния — в том числе из дома при помощи смартфона. А еще такие решения объединяются с управлением контентом и автоматизацией документооборота или даже корпоративным поиском — вариантов может быть очень много.

Также становятся более строгими требования к информационной безопасности. Компании разрабатывают системы безопасной печати, где пользователи получают доступ к МФУ только при помощи бесконтактных магнитных

карт. Или предлагают более современные технологии защиты: авторизацию на устройствах по лицам сотрудников, интеллектуальные IP-видеокамеры. Интересно, что системы распознавания по лицу и голосу начали широко распространяться только в прошлом году, но сейчас уже активно проникают на рынок печати. И именно они могут стать тем самым «вау»-решением, приносящим добавленную стоимость.

Однако поставщики печатного оборудования выходят за рамки производства и поставок принтеров и многофункциональных устройств — теперь это провайдеры услуг оптимизации инфраструктуры печати. Печатные вендоры предлагают аутсорсинг печати или даже аутсорсинг всего ИТ-комплекса: печатных машин и их обслуживания; устройств, интегрированных в сетевую инфраструктуру, и главное — программного обеспечения, которое может находиться как на серверах и машинах компании, так и в облачных сервисах.

### Следующий шаг: выходим «за пределы печати»

Расширяя спектр предоставляемых услуг, вендоры получают новый опыт, а потому могут двигаться дальше и поставлять решения, не связанные с печатью. Печать становится «точкой входа» в другие бизнес-процессы — так компании расширяют продуктовый портфель и укрепляют позиции на рынке.

Например, вендор начал использовать интеллектуальное видеонаблюдение для обеспечения безопасности МФУ. После этого он может предлагать его и для других объектов; обеспечивать аналитику по коротким и длинным спискам. Или еще пример: вместе с услугами по оптимизации печатной инфраструктуры компании часто предлагают консалтинг в области построения бизнес-процессов. Так вендор получает новую экспертизу и предоставляет консультации вне сферы печати.

Компания может заняться мониторингом серверов, где находится не только печатный софт; или начать производство уникальных печатных материалов



для маркетинга. Направления диверсификации могут быть разными — все зависит от запросов заказчиков и технологических возможностей поставщика.

Любая успешная компания должна демонстрировать открытость к инновациям: уметь анализировать, какие существующие продукты нуждаются в доработке уже сейчас, а какие инновационные идеи будут востребованы в будущем. Однако при этом важной задачей становится развитие портфолио — ведь даже самый узнаваемый бренд может оказаться неизвестным на другом рынке или вызывать неподходящие ассоциации.

Все описанные изменения становятся возможными только благодаря кардинально новому подходу в работе. В основе трансформации печатного вендора, как и любой другой компании, лежит обновление, а иногда и полная перестройка бизнес-процессов. Она подразумевает изменение организационной структуры, стратегии развития бизнеса, управления командой.

Изменение бизнес-процессов становится самой сложной, долгой и затратной задачей. Однако иного пути нет: только так запросы потребителей могут быть удовлетворены наиболее полно. К тому же без кропотливой работы в самой компании-вендоре трансформация вообще вряд ли состоится.



KONICA MINOLTA

Тел.: (495) 545-0911  
www.konicaminolta.ru



«копеечку» не только на перепродаже, но и на рибейтах поставщиков за значительные объемы закупок.

### Представляем победителей

Номинация «Дистрибьютор для розницы» оказалась одной из самых непредсказуемых в этом году. Хотя бы потому, что она единственная, в которой не нашлось пяти компаний, перешагнувших порог канальности.

Чем это можно объяснить? Вероятно тем, что на рынке не осталось компаний, которые специализируются на поставках товара именно этой группе партнеров. Крупные, именитые дистрибьюторы, когда-то давно оседлавшие волну всеобщей любви к ритейлу и объявившие о повышенном внимании к этой группе партнеров, теперь «просто продолжают работать в данном направлении». Их пресс-службы периодически сообщают о появлении в портфеле новых дистрибьюторских контрактов и о повышении качества услуг,

интересующих розничных продавцов.

При этом сокращение численности розничных компаний, а также постоянная миграция товарных групп из «только розничных» в корпоративные и обратно позволяют предположить, что дистрибьютору, работающему и с корпоративными поставщиками, и с розничными продавцами, гораздо проще управлять товарным ассортиментом, так как он может предлагать продукты то одной, то другой группе партнеров.

Как уже было сказано, в 2017 г. ситуация с пятеркой лидеров оказалась одновременно и проще, и сложнее, чем в предыдущих рейтингах: она превратилась в тройку. В ее состав вошли такие «монстры» (MERLION, OCS Distribution, «Марвел-Дистрибуция», перечислены в алфавитном порядке), что вопрос о том, какая компания будет удостоена первого места, оказался гораздо более интригующим, чем в случае, когда на него претендовало

большее количество компаний. Самым ярким доказательством жесткой конкуренции за лидерство в данной номинации стала разница оценок компаний, занявших первое и второе места. В 2017 г. она составила всего 1,674 балла, но тогда компании «Марвел-Дистрибуция» этого оказалось достаточно, чтобы победить. При этом лидер рейтинга-2017 улучшил результат своего предшественника на 5,833 балла, получив высшие оценки за 9 из 12 критериев работы дистрибьютора.

Два года спустя мы получили еще одно подтверждение нешутливой борьбы дистрибьюторов за розничных партнеров: в данной номинации новый победитель. Самую высокую оценку (779,728 балла) респонденты выставили компании **MERLION**. При этом отрыв нынешнего лидера от серебряного призера более существенный, чем в 2017 г., — 7,132 балла, а от компании, занявшей четвертое место, его отделяет почти 70 баллов. А вот лучших оценок

за критерии работы у **MERLION** меньше, чем у победителя 2017 г.: только 4 из 12 возможных.

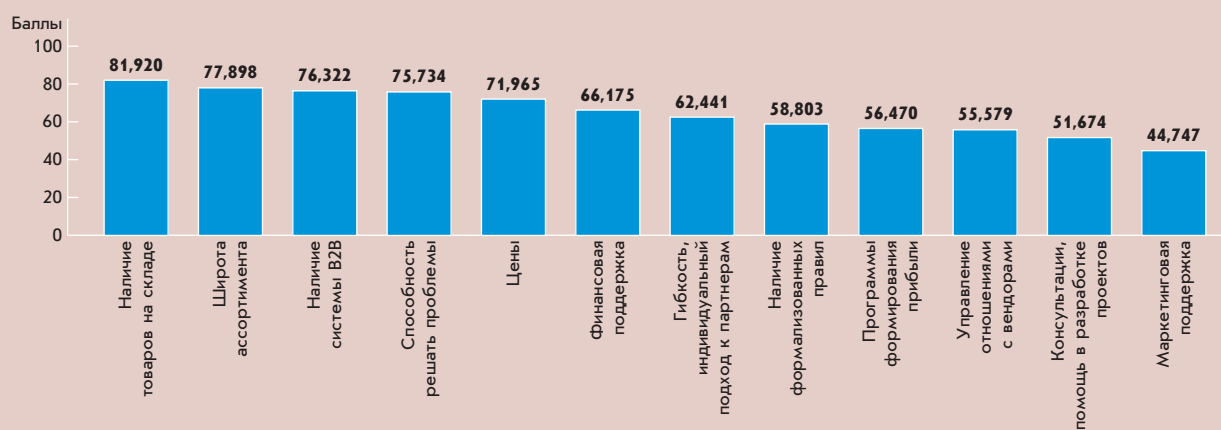
В результате список финалистов данной номинации в этом году выглядит следующим образом: **MERLION** (первое место), **Netlab**, **OCS Distribution**, «**Марвел-Дистрибуция**» (перечислены в алфавитном порядке).

Все вышесказанное говорит о том, насколько мобильным и чутким к требованиям своего канала должен быть дистрибьютор. В начале статьи мы упомянули, что разница в требованиях к поставщику, работающему с ритейлерами и компаниями, обслуживающими корпоративный сегмент, с каждым годом становится все заметнее. Результаты рейтинга CRN/RE — самое яркое доказательство этого: ритейлеры оказались наиболее требовательными из всех наших респондентов сразу к четырем критериям работы дистрибьютора: «Цены» (9,903 балла), «Широта ассортимента» (9,129 балла), «Наличие товаров на складе» (9,452 балла), «Наличие системы B2B» (8,806 балла). А вот критериям «Управление отношениями с вендорами» и «Финансовая поддержка» розничные продавцы поставили самые низкие оценки по сравнению с другими категориями участников опроса (7,313 и 8,484 балла соответственно).

Более того, «Лучший ИТ-дистрибьютор для розницы» — одна из двух номинаций, в которой «Маркетинговая поддержка» оказалась довольно востребованным критерием работы поставщика (7,867 балла). В ней ритейлеры заинтересованы больше, чем в «Наличии формализованных правил работы с партнерами» (7,806 балла), «Управлении отношениями с вендорами» (7,313 балла) и в «Консультациях и помощи в разработке проектов» (6,967 балла — низшая оценка важности критерия в данной номинации).

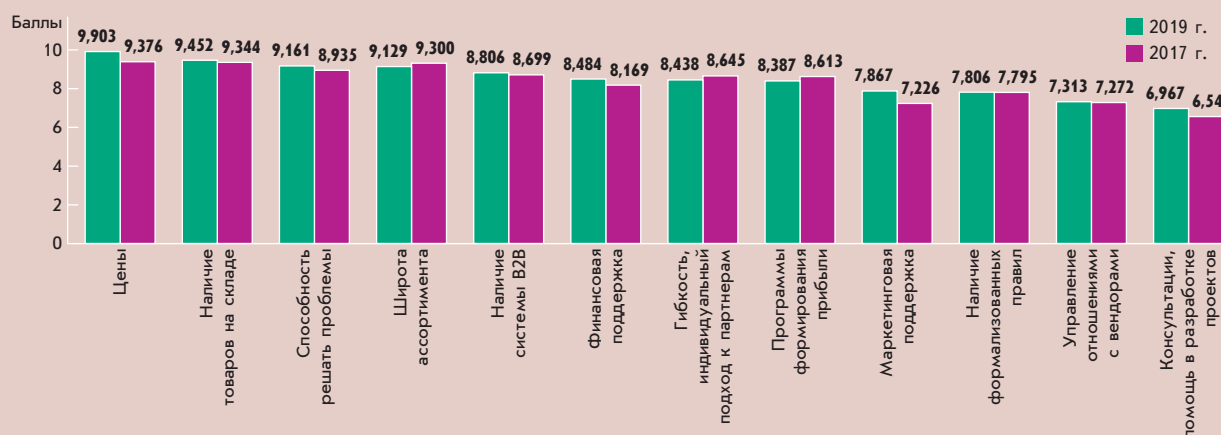
Получается, что если сопоставить рейтинги значимости характеристик дистрибьютора, полученные в номинациях «Лучший ИТ-дистрибьютор для системного интегратора» и «Лучший ИТ-дистрибьютор для розницы», то окажется, что поставщику, работающему на два канала продаж, надо в равной степени уделять «особое» внимание всем 12 критериям. Главное, не перепутать, какие из них предлагать партнерам, работающим с корпоративными клиентами, а какие — ритейлерам. ■

**Рис. 1. Результирующие оценки победителя — компании MERLION — в номинации «Лучший ИТ-дистрибьютор для розницы — 2019»<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Приведенные оценки компании по критериям — средний балл, полученный дистрибьютором, умноженный на значимость данного критерия.

**Рис. 2. Оценка важности критериев работы дистрибьюторов для розничных компаний (сортировка по оценкам 2019 г.)**



# Успех в партнерстве

Partnering for Profit

## NEC: японские технологии, немецкое качество

О преимуществах LED-технологий в панелях, современных решениях и запросах заказчиков рассказывает **Антон Морковников**, менеджер по работе с корпоративными заказчиками NEC в России.

**CRN/RE:** Начнем с простого вопроса: в чем преимущества NEC в качестве производителя светодиодных экранов?

**Антон Морковников:** Если коротко, то NEC — это японские технологии, немецкое качество и большой опыт в поставке решений по визуализации.

**CRN/RE:** Почему вы упомянули о «немецком качестве»?

**А. М.:** NEC — производитель, имеющий в своем портфеле все продукты для визуализации. Компания выпускает проекторы, мониторы, профессиональные дисплеи, дисплеи для видеостен и интересующие нас LED-экраны. До недавнего времени спектр предложений светодиодных экранов у NEC был ограничен — доступные модели не покрывали всех сфер бизнеса и требований заказчиков. Для расширения предложения в этой области NEC купила компанию S[quadrat], немецкого производителя с современными разработками в сфере LED-технологий и производством построенных на их основе экранов.

В ходе совместной работы японских и немецких инженеров были учтены требования рынка, результаты анализа ранее существовавших моделей как нашего производства, так и созданных конкурентами. После совместных R&D рынку было предложено несколько линеек оборудования, отвечающих всем современным требованиям и охватывающих все сегменты как для использования внутри помещений, так и на открытом воздухе.

**CRN/RE:** Популярны ли LED-экраны у российских заказчиков?

**А. М.:** Да, российский рынок демонстрирует прекрасную динамику в сегменте LED-экранов. Переговорные комнаты, актовые залы, магазины — LED-панели находят применение у клиентов,

занимающихся самым разным бизнесом. Сегодня в стране успешно работают многие тысячи решений на LED-экранах.

У NEC уже большое количество реализованных проектов на светодиодных экранах в мире, хотя мы вышли на этот рынок сравнительно недавно.

**CRN/RE:** В чем отличия предложения NEC?

**А. М.:** Радикальным отличием предложений NEC является широкая вариативность. В составе компании S[quadrat] есть дизайн-бюро, в которое заказчик может прийти с любым запросом и с любой идеей. Мы готовы создать и спроектировать для заказчика уникальное решение и поставить все необходимое, чтобы реализовать этот проект.

**CRN/RE:** У NEC очень широкий модельный ряд LED-панелей, расскажите об отличиях в сериях.

**А. М.:** Да, мы производим indoor-LED (серии FE, FA, Q, B, A, S, C, X и T) и outdoor-LED (такие решения доступны в сериях Q, S, C и T).

В C-серии мы объединили бюджетные модели кабинетов. Они отвечают современным требованиям, имеют модификации для внутренней и для внешней установки. Это стандартный недорогой экран.

В X-серии представлены гибкие панели. В ней светодиоды размещены на гибкой подложке. Экраны на панелях X-серии можно даже в спираль сворачивать!

Ультратонкая S-серия интересна тем, что здесь толщина панели составляет 30 мм, это почти рекорд для LED-экранов. Также панели этой серии обладают малым весом: один кабинет весит 1,6 кг.

B-серия получила европейский сертификат электромагнитной



совместимости класса B, что позволяет использовать ее в решениях для аэропортов. Применение панелей менее известных производителей и других моделей нежелательно — они могут создать помехи в радиосвязи и работе чувствительного оборудования, что может привести к печальным последствиям. Такой сертификат, хочу заметить, есть у очень ограниченного числа производителей!

В T-серии — прозрачные экраны. Есть такие решения, у которых прозрачность достигает 80%. При этом и разрешение, и яркость находятся на том же уровне, что и у других современных моделей.

**CRN/RE:** Насколько сложно монтировать светодиодные экраны?

**А. М.:** Сложные задачи — например, упомянутые медиа-фасады — требуют создания отдельного инженерного решения. Специалисты из Германии выезжают на объект и осуществляют шеф-монтаж. Так же в Германии, на базе производства, есть тренинг-центр, где наши партнеры проходят обучение и сертификацию.

Но у нас есть множество моделей в «коробочном исполнении»,

так называемые бандлы. Их монтаж можно выполнить быстро, без дизайнерских решений и проектной документации. Установить видеостену можно почти так же просто, как телевизор: достал из коробки и поставил на нужное место. Решения класса all-in-one у NEC всегда есть в наличии, поэтому срок их поставки — одна-две недели.

FA — премиальная серия, из которой и состоит это решение. В комплекте к такому экрану идет настенное крепление, девайс для монтажа и демонтажа модулей, два контроллера и power bar, элемент для подключения силовых проводов.

**CRN/RE:** В чем отличия премиальной серии?

**А. М.:** Для этой серии мы используем светодиоды компании Multicolor, которые в настоящее время использует только NEC. Такие светодиоды обеспечивают более высокие углы обзора — 170 градусов по горизонтали и по вертикали, когда у ближайших конкурентов только 140. Использование их позволяет создавать более надежные решения — вероятность отказа отдельного светодиода составляет три десятитысячных процента, что в триста раз лучше, чем у конкурентов.

**CRN/RE:** Востребованы ли на российском рынке решения NEC?

**А. М.:** Еще два-три года назад большинству российских заказчиков была важна именно цена, а не качество и долговечность. Но жизненный цикл у той техники быстро заканчивается, заказчики поняли, что нужно приобретать LED-технику, способную работать долгие годы. Сейчас все больше клиентов отдают предпочтение качественным решениям известных производителей.

## NEC

**Представительство NEC Display Solutions в России и странах СНГ**  
119034, Москва, Турчанинов пер., 6, стр. 2, оф. 39-50  
Телефон: +7 495-989-8051  
info-cis@nec-displays.com  
www.nec-display-solutions.ru



# Дистрибьютор для сборщика

В рейтинге-2019 чуть больше 20% респондентов относят себя к сборщикам компьютеров. Напомним, что два года назад таких было около 18%.

А вот претендентов на звание лучшего ИТ-дистрибьютора для сборщиков в этом году заметно меньше — всего 17 компаний, тогда как в 2017 г. побороться за звание лучшего

дистрибьютора для сборщика смогли 27 поставщиков.

Итоговый список поставщиков, получивших реальные шансы стать «Лучшим ИТ-дистрибьютором для сборщиков — 2019», выглядит следующим образом: 3Logic, ELKO, MERLION, OCS Distribution, Treolan, «Марвел-Дистрибуция» (компании перечислены в алфавитном порядке).

## Представляем победителей

В этом году наименьшие итоговые оценки среди финалистов получила компания 3Logic: и это не первый рейтинг, когда, преодолев порог канальности, она, увы, не набирает достаточно баллов для того, чтобы оказаться в числе победителей.

В этой номинации из года в год идет жесточайшая борьба

за лидерство. Три нынешних финалиста уже хотя бы один раз поднимались на высшую ступень пьедестала в предыдущих рейтингах. Так, компания ELKO стала «Лучшим ИТ-дистрибьютором для сборщика» в 2011 г., Treolan — в 2015 г. Четыре раза (2007, 2009, 2013 и 2017 гг.) победа доставалась компании MERLION.

Напомним: список лучших ИТ-дистрибьюторов для сборщиков по версии 2017 г. выглядел так: ELKO, MERLION (первое место), OCS Distribution, Treolan, «Марвел-Дистрибуция» (компании перечислены в алфавитном порядке).

В рейтинге-2019 на первую строчку вышла компания, которой ранее данная вершина ни разу не покорялась. Это только подтверждает, что «Лучший ИТ-дистрибьютор для сборщиков» — одна из самых непредсказуемых номинаций рейтинга. Причем отрыв нового лидера от ближайшего конкурента оказался значительным — более 35 баллов. Таким образом, компания «Марвел-Дистрибуция» (а именно о ней идет речь), вернувшись в данную номинацию два года назад, убедила партнеров в том, что имеет право играть на этом поле. Итоговая оценка победителя составила 811,845 балла. При этом партнеры признали его лучшим по 10 из 12 критериев работы дистрибьютора.

В 2019 г. в итоговый список победителей номинации «Лучший ИТ-дистрибьютор для сборщика» вошли следующие компании (перечислены в алфавитном порядке): ELKO, MERLION, OCS Distribution, Treolan, «Марвел-Дистрибуция» (первое место).

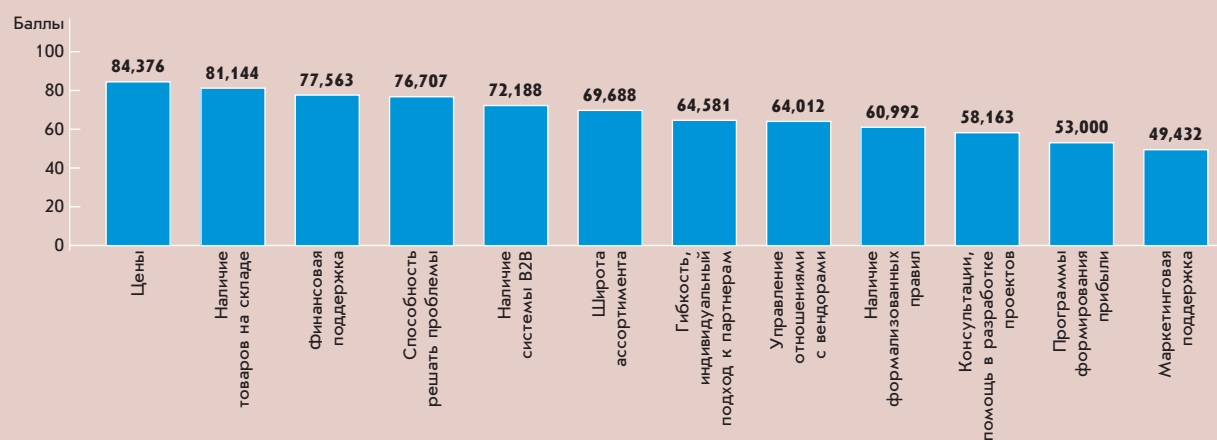
Что же касается оценок важности критериев работы дистрибьюторов, то сборщики оказались самыми нетребовательными к своим поставщикам. Пяти критериям они выставили оценки ниже, чем их коллеги, участвовавшие в опросе по другим номинациям, т.е. они менее других участников канала заинтересованы в «Наличии formalizованных правил», «Гибкости, индивидуальном подходе к партнерам», «Способности решать проблемы», «Консультациях, помощи в разработке проектов», «Маркетинговой поддержке». При этом последний критерий оказался для них, как и для большинства остальных респондентов, наименее значимым при работе с дистрибьютором. А вот что для этих партнеров действительно важно, так это «Цены». ■

Полную версию статьи см. на [www.crn.ru](http://www.crn.ru).

## Победители по каждому критерию в номинации «Лучший ИТ-дистрибьютор для сборщиков — 2019» (критерии указаны в алфавитном порядке)

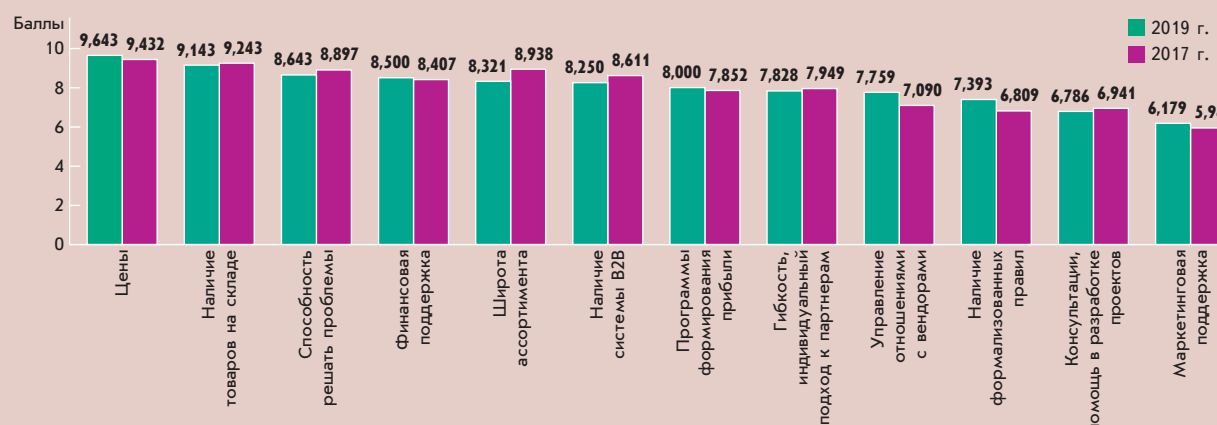
| Критерий                                    | 1 место (2019)       | 1 место (2017)       |
|---------------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Гибкость, индивидуальный подход к партнерам | «Марвел-Дистрибуция» | OCS Distribution     |
| Консультации, помощь в разработке проектов  | «Марвел-Дистрибуция» | OCS Distribution     |
| Маркетинговая поддержка                     | «Марвел-Дистрибуция» | OCS Distribution     |
| Наличие системы B2B                         | «Марвел-Дистрибуция» | MERLION              |
| Наличие товаров на складе                   | «Марвел-Дистрибуция» | Treolan              |
| Наличие formalizованных правил              | «Марвел-Дистрибуция» | Elko                 |
| Программы формирования прибыли              | ELKO                 | OCS Distribution     |
| Способность решать проблемы                 | «Марвел-Дистрибуция» | OCS Distribution     |
| Управление отношениями с вендорами          | «Марвел-Дистрибуция» | OCS Distribution     |
| Финансовая поддержка                        | «Марвел-Дистрибуция» | «Марвел-Дистрибуция» |
| Цены                                        | «Марвел-Дистрибуция» | Treolan              |
| Широта ассортимента                         | MERLION              | MERLION              |

## Рис. 1. Результирующие оценки победителя — компании «Марвел-Дистрибуция» — в номинации «Лучший ИТ-дистрибьютор для сборщиков — 2019»<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Приведенные оценки компании по критериям — средний балл, полученный дистрибьютором, умноженный на значимость данного критерия.

## Рис. 2. Оценка важности критериев работы дистрибьюторов для сборщиков (сортировка по оценкам 2019 г.)



# Дистрибьютор ПО

Итоги рейтинга-2019 показывают, что продажами ПО занимаются около 30% наших респондентов. В этот раз на основе ответов партнеров второго уровня был сформирован список претендентов на звание «Лучший ИТ-дистрибьютор ПО», в который вошли 25 компаний (два года назад — 31). В исследовании этого года претендентов на звание «Лучший

дистрибьютор ПО» в финальный список вернулась компания «1С», входившая в призовую пятерку 2015 г., но не сумевшая перешагнуть порог канальности два года спустя. В результате в список вероятных победителей в данной номинации в 2019 г. вошли следующие дистрибьюторы: Axoft, MERLION, MONT, OCS Distribution, Treolan, «1С».

## Представляем победителей

Продажами ПО сейчас занимаются и системные интеграторы, и розничные компании, и сборщики, которые предусматривают его на собираемые ими устройства. Но кроме этого на рынке есть компании, которые не занимаются поставками «железа», а специализируются только на продаже и внедрении софта. И на первое место в данной номинации выйдут поставщики, которые смогут удовлетворять

требованиям как облачных, так и классических продавцов ПО. И не факт, что все компании, которые стали лидерами опроса в этом году, смогут сохранить свои позиции.

Сегодня основная интрига заключается не только в том, каким компаниям респонденты «отдали» первое место, но и в том, кто из перешагнувших порог канальности не смог войти в пятерку лидеров. Меньше всего баллов респонденты начислили компании «1С», и, таким образом, она выбыла из борьбы в данной номинации.

Что же касается претендентов, которые борьбу продолжили, то в какой-то мере ее исход можно было считать предсказуемым. Дело в том, что результат (829,502 балла) лидера прошлого рейтинга — компании Axoft — на 12,831 балла больше итоговой оценки компании MONT, ставшей победителем в 2015 г. А его отрыв от «серебряного» призера два года назад составлял 51,439 балла. Что уж говорить про игрока, занявшего пятую строчку рейтинга. Разница в их оценках превысила 200 баллов. При таком раскладе сил можно было предположить, что и через два года победитель сохранит свои позиции.

И действительно, в 2019 г. компания Axoft вновь заняла первую строчку, улучшив собственный результат 2017 г. Теперь ее итоговая оценка равна 851,631 балла, что более чем на 45 баллов больше, чем у компании, занявшей второе место. Да и от пятого призера отрыв теперь гораздо меньше — чуть более 100 баллов.

Топ-5 данной номинации в этом году выглядит следующим образом: **Axoft** (первое место), **MERLION**, **MONT**, **OCS Distribution**, **Treolan** (компании указаны в алфавитном порядке).

Так же, как и для всех остальных игроков рынка, продавцам ПО важнее всего получить от дистрибьютора подходящие цены. Так же, как и большинству других респондентов, им менее всего важна маркетинговая поддержка поставщиков.

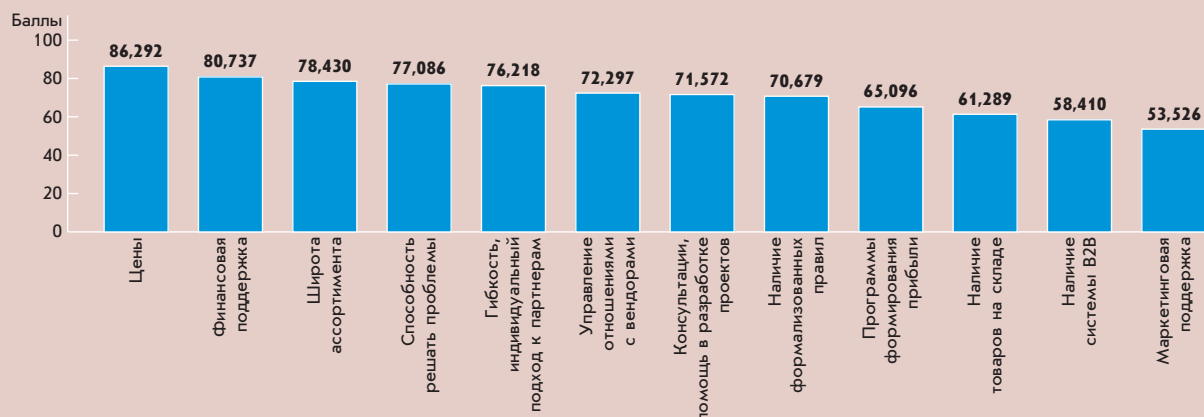
И только к одному критерию они относятся «холоднее», чем остальные участники канала продаж, — к наличию у дистрибьютора системы B2B. Именно продавцы ПО оценили важность этого критерия ниже, чем респонденты других номинаций. ■

Полную версию статьи см. на [www.crn.ru](http://www.crn.ru).

## Победители по каждому критерию в номинации «Лучший ИТ-дистрибьютор ПО — 2019» (критерии указаны в алфавитном порядке)

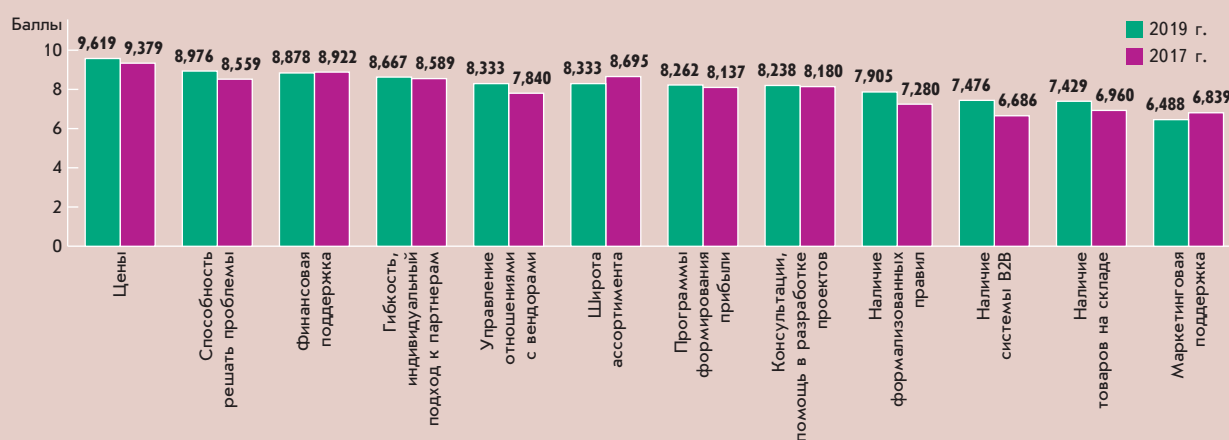
| Критерий                                    | 1 место (2019) | 1 место (2017) |
|---------------------------------------------|----------------|----------------|
| Гибкость, индивидуальный подход к партнерам | Axoft          | Axoft          |
| Консультации, помощь в разработке проектов  | Axoft          | Axoft          |
| Маркетинговая поддержка                     | Axoft          | Axoft          |
| Наличие системы B2B                         | Treolan        | Treolan        |
| Наличие товаров на складе                   | MONT           | MONT           |
| Наличие формализованных правил              | Axoft          | Axoft          |
| Программы формирования прибыли              | Axoft          | Axoft          |
| Способность решать проблемы                 | Axoft          | Axoft          |
| Управление отношениями с вендорами          | Axoft          | Axoft          |
| Финансовая поддержка                        | Axoft          | Axoft          |
| Цены                                        | Axoft          | Axoft          |
| Широта ассортимента                         | Axoft          | Axoft          |

## Рис. 1. Результирующие оценки победителя — компании Axoft — в номинации «Лучший дистрибьютор ПО — 2019»<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Приведенные оценки компании по критериям — средний балл, полученный дистрибьютором, умноженный на значимость данного критерия.

## Рис. 2. Оценка важности критериев работы дистрибьюторов ПО (сортировка по оценкам 2019 г.)





# Специализированные ИТ-дистрибьюторы

Начиная с 2011 г. мы повторяли, что «Лучший специализированный дистрибьютор» — это самая молодая и, пожалуй, самая непредсказуемая номинация нашего рейтинга. Но теперь «самыми молодыми» можно считать сразу две номинации, появившиеся в нашем опросе только в этом году. А вот непредсказуемость результатов с введением новых номинаций даже усилилась.

Итоги предыдущего рейтинга показали, что со специализированными<sup>1</sup> дистрибьюторами в той или иной мере по тем или иным товарным позициям сотрудничает чуть меньше половины респондентов проекта CRN/RE. В этом году количество респондентов, проголосовавших за нишевых поставщиков, немногим больше 15%.

Как и в предыдущих рейтингах, желание партнера работать с неширокопрофильными поставщиками не зависит от его специализации: своих кандидатов на победу предлагали и системные интеграторы, и розничные продавцы, и сборщики, и те участники рынка, которые занимаются исключительно продажей и внедрением ПО или AV.

В результате совместными усилиями был составлен список специализированных (нишевых) дистрибьюторов, у которых предпочитает закупать товар хотя

бы один наш респондент. Количество названных поставщиков, хотя и меньше, чем в рейтинге 2017 г. (тогда представители канала насчитали 82 специализированных дистрибьютора), но все равно довольно большое — 46.

Отметим, что у данной номинации есть одно, но очень значимое отличие от других. В случае со специализированными дистрибьюторами мы изначально отказались от определения «самого лучшего» и от присвоения кому бы то ни было первого места. Просто потому, что компании, вошедшие в эту группу, работают в таких разных областях ИТ-рынка (аксессуары и гаджеты, сетевое и AV-оборудование, «тяжелое железо», электрооборудование, ПО, продукция конкретного вендора и т.д.), что формальное сравнение показателей их работы просто не имеет смысла.

Тем не менее у партнеров второго уровня есть особые требования ко всем специализированным дистрибьюторам как к «классу». И эти требования достаточно сильно отличаются от того, что наши респонденты ждут от широкопрофильных поставщиков (подробнее об этом чуть позже).

А пока назовем те компании, которые не только поняли, чего ждут от них партнеры, но и лучше других специализированных поставщиков соответствовали самым важным требованиям реселлеров.

Мы, как и два года назад, не стали удалять из предварительного списка заведомо спорные для нас «имена». Во-первых, потому, что этот «голос канала» косвенно отражает мнение партнеров

второго уровня о деятельности того или иного поставщика. Кроме того, у каждого респондента свое понятие «ниши». Например, некоторые из них определяют его как «дистрибьютор продукции вендора А» или «дистрибьютор „белой“ бытовой техники» для ИТ-розницы». И исходя из этого партнеры второго уровня и называли те компании, которые посчитали лучшими именно в этой специализации. Кроме того, в нашем опросе приняли участие и «пришельцы» с соседних рынков (например, сотовой или бытовой розницы), для которых наши ИТ-дистрибьюторы — это компании, которые действительно работают в «узкоочерченной» нише (поставка ИТ-товаров).

## Представляем победителей

Процедура подведения итогов состязания специализированных ИТ-дистрибьюторов отличается от того, как это происходит в других номинациях. Здесь мы не называем ни компанию, занявшую первое место, ни полученную ею оценку. Кроме того, мы считаем, что в данном случае некорректно не только сравнивать оценки, полученные компаниями, работающими в разных нишах ИТ-рынка, но и использовать понятие «порог канальности».

Поэтому при подведении результатов опроса данной номинации еще в 2011 г. было решено называть тех, к кому из специализированных дистрибьюторов обращается больше наших респондентов. Выбор этих компаний проводился простым сравнением количества голосов, отданных за претендентов. Таким образом, в финал данной номинации входят пять компаний, которые

в ответах на вопросы анкеты упоминались чаще других.

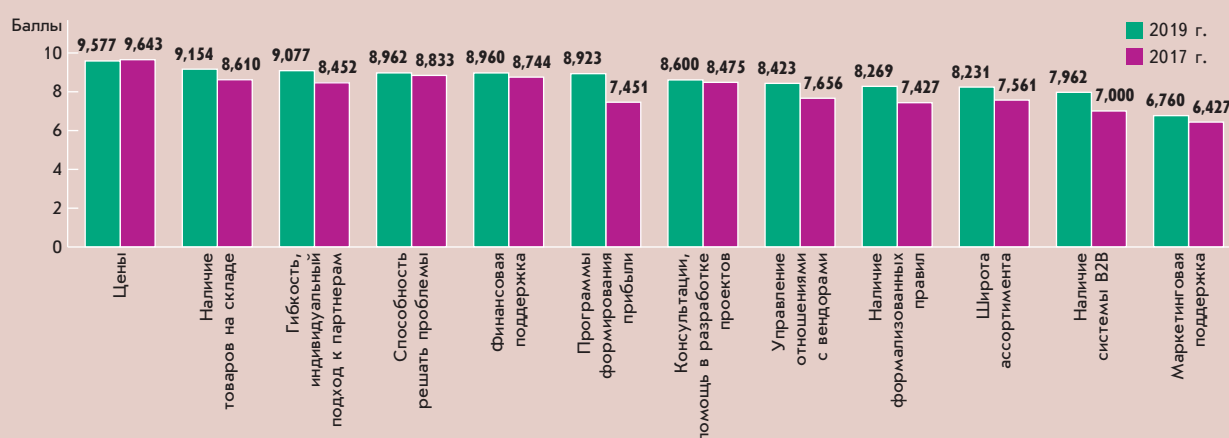
В 2017 г. ими стали компании AUVIX, CTC CAPITAL, Digis (ГК), Landata, «Ресурс-Медиа» (указаны в алфавитном порядке). Как и было сказано выше, только двум дистрибьюторам, не делающим акцент на рынке AV, удалось войти в число победителей данной номинации два года назад. Мы надеялись, что нам удастся изменить ситуацию, выделив данную группу в отдельную номинацию, но даже не подозревали, насколько сильно изменится ситуация.

В этом году среди победителей действительно присутствуют представители разных ниш. Причем двум из них удалось сохранить звание «лучшего специализированного поставщика» прошлого рейтинга. Но вот что стало для нас полной неожиданностью — в итоговый список победителей вошло не пять, а только четыре компании. Как уже отмечалось выше, в данной номинации мы не используем порог канальности и определяем финалистов путем простого сравнения количества отданных за них голосов. Но в этот раз было принято решение не присуждать пятого места. Во-первых, потому, что на него претендовало около половины первоначального списка — более 20 компаний были номинированы одинаковым количеством партнеров. А во-вторых, отрыв (по количеству голосов) призеров от тех, кто не вошел в призную четверку, оказался слишком значительным. Так или иначе, итоговый список победителей в 2019 г. выглядит следующим образом: **Comptek, diHouse, Landata, «Ресурс-Медиа»** (перечислены в алфавитном порядке).

И теперь об отличии в требованиях партнеров к широкопрофильным и нишевым дистрибьюторам. Эти отличия вполне понятны. Меньше, чем другие респонденты рейтинга, компании, заполнившие данную анкету, заинтересованы в таком критерии работы дистрибьютора, как «Широта ассортимента». А вот таким, как «Программы формирования прибыли», «Гибкость, индивидуальный подход к партнерам» и «Управление отношениями с вендорами», они поставили оценки выше, чем респонденты в других номинациях. ■

Полную версию статьи см. на [www.crn.ru](http://www.crn.ru).

## Оценка важности критериев работы специализированных ИТ-дистрибьюторов (сортировка по оценкам 2019 г.)



# AV-дистрибьютор

Если бы в проекте 2017 г. мы проводили конкурс на самых активных респондентов, то безоговорочную победу в нем одержали бы партнеры AV-дистрибьюторов. Эти компании, специализирующиеся на создании проектов на основе AV-оборудования, отдавали свои голоса поставщикам гораздо охотнее, чем традиционные партнеры широкопрофильных дистрибьюторов. И именно они, голосуя «за» так активно, практически не оставили шанса попасть в пятерку лидеров номинации «Лучшие специализированные дистрибьюторы» компаниям, выбравшим для своего бизнеса иные ниши. Вот почему мы выделили AV-дистрибьюторов в отдельную номинацию.

Судя по заполненным анкетам, такое решение было правильным. Более 45% наших респондентов в той или иной мере занимаются поставками или перепродажами AV-оборудования. При этом стоит отметить, что в данной номинации проголосовали не только чистые AV-инсталляторы, но и розничные продавцы, и системные интеграторы широкого профиля. Чем не доказательство того, что AV-решения перестали быть «нишевым продуктом», который могут продавать только очень узкие специалисты.

Наши респонденты включили в список претендентов 44 компании. Причем в их число вошли как те игроки, которые ассоциируются у рынка именно с этим направлением бизнеса, так и классические широкопрофильные поставщики.

Но только у перешагнувших порог канальности появился реальный шанс первым примерить на себя звание «Лучший AV-дистрибьютор». Таких компаний оказалось пять: AUVIX, CTC CAPITAL, Digis (ГК), Elittech, MERLION (перечислены в алфавитном порядке).

## Представляем победителей

Несмотря на то что «Лучший AV-дистрибьютор» — номинация новая, список финалистов оказался вполне предсказуемым. Все-таки пока еще партнеры второго уровня предпочитают покупать данный вид продукции у дистрибьюторов, которые сделали AV основой своего бизнеса: у них и предложение оборудования и специализированного ПО пошире, и компетенции, которыми

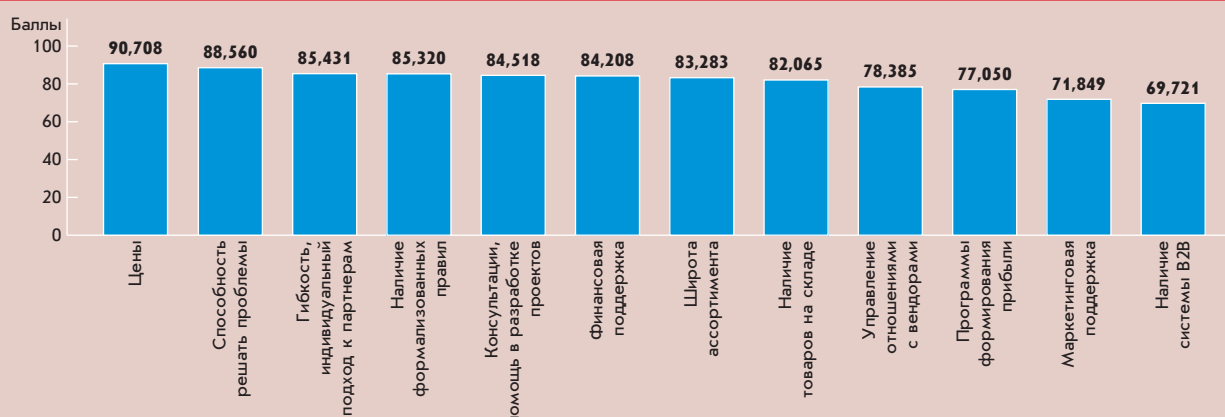
они готовы делиться с партнерами, углубже. Поэтому и отрыв финалистов (по количеству отданных за них голосов) от компаний, не вошедших в итоговый список, оказался достаточно серьезным.

Первым победителем номинации «Лучший AV-дистрибьютор» становится группа компаний **Digis (ГК)** с итоговой оценкой 981,097 балла. Так как данная номинация появилась в нашем рейтинге только в этом году, сравнить результат победителя

## Победители по каждому критерию в номинации «Лучший IT-дистрибьютор AV — 2019» (критерии указаны в алфавитном порядке)

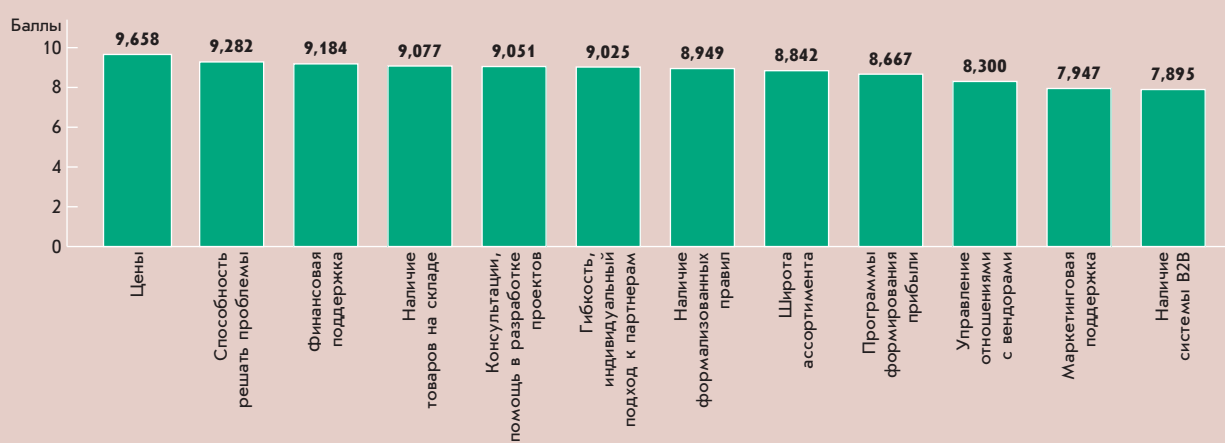
| Критерий                                    | 1 место (2019) |
|---------------------------------------------|----------------|
| Гибкость, индивидуальный подход к партнерам | Digis (ГК)     |
| Консультации, помощь в разработке проектов  | Digis (ГК)     |
| Маркетинговая поддержка                     | Elittech       |
| Наличие системы B2B                         | MERLION        |
| Наличие товаров на складе                   | Digis (ГК)     |
| Наличие формализованных правил              | Elittech       |
| Программы формирования прибыли              | Digis (ГК)     |
| Способность решать проблемы                 | Digis (ГК)     |
| Управление отношениями с вендорами          | Digis (ГК)     |
| Финансовая поддержка                        | Digis (ГК)     |
| Цены                                        | Digis (ГК)     |
| Широта ассортимента                         | MERLION        |

**Рис. 1. Результирующие оценки победителя — группы компаний Digis — в номинации «Лучший IT-дистрибьютор AV — 2019»<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Приведенные оценки компании по критериям — средний балл, полученный дистрибьютором, умноженный на значимость данного критерия.

**Рис. 2. Оценка важности критериев работы AV-дистрибьюторов (сортировка по оценкам 2019 г.)**



с оценками лидеров прошлых лет не представляется возможным. Тем не менее можно отметить, что отрыв первого места от второго составил более 75 баллов. А финалиста, остановившегося на пятой строчке рейтинга, отделяет от победителя почти 200 баллов. Подводя итог, сообщаем, что в призную пятерку в данной номинации в 2019 г. вошли следующие компании: **AUVIX, CTC CAPITAL, Digis (ГК)** (первое место), **Elittech,**

**MERLION** (перечислены в алфавитном порядке).

Что же касается важности критериев работы дистрибьютора, то продавцы AV оказались в числе немногих, которые не поставили маркетинговую активность поставщиков на последнее место. Более того, именно продавцы AV выставили этому критерию оценки выше, чем остальные респонденты рейтинга. Также они оказались более других участников канала продаж заинтересованы

в наличии формализованных правил работы с дистрибьютором, в способности поставщиков решать возникающие в ходе подготовки и реализации проекта проблемы, а также в консультациях и помощи со стороны дистрибьютора в разработке проектов. А вот самым незначительным для себя критерием работы поставщика они посчитали «Наличие системы B2B».

Полную версию статьи см. на [www.crn.ru](http://www.crn.ru).



# Дистрибьютор систем ИБ

Об информационной безопасности не говорит сейчас только ленивый. Новости о кибератаках, в результате которых страдает не только репутация, но и бизнес огромных корпораций, страшили аналитиков и производителей о том, что в будущем проблема защиты данных будет лишь усугубляться, сетования на беспечность клиентов, которые,

«пока гром не грянул», не принимают каких-то реальных мер по защите дела всей своей жизни от посягательств злоумышленников... Все это заставляет партнеров второго уровня уже не просто присматриваться к системам информационной безопасности, а вводить их в свой продуктовый портфель и продвигать так же активно, как более

привычные для ИТ-компаний решения. Да и дистрибьюторы также оценивают данное направление как весьма перспективное.

В ходе голосования в двух предыдущих рейтингах (2015 и 2017 гг.) к нам поступали предложения от респондентов выделить дистрибьюторов систем информационной безопасности в отдельную номинацию. И вот в этом году мы предоставили возможность проголосовать за лучших поставщиков ИБ в новой номинации «Лучший дистрибьютор систем информационной безопасности».

Судя по ответам, полученным в ходе голосования, поставками данного вида решений занимаются чуть более 15% наших респондентов. Подавляющее большинство (около 80%) из них — это системные интеграторы и поставщики, работающие с корпоративными клиентами. Усилиями всех этих представителей канала продаж был сформирован список, состоящий

из 23 компаний, которые, по мнению участников канала, работают на рынке дистрибуции систем информационной безопасности.

Но, как оказалось, реальных претендентов на победу не так уж и много. Только пять компаний смогли перешагнуть порог канальности: Axoft, MONT, OCS Distribution, RRC Group, Treolan.

## Представляем победителей

Большинство финалистов рейтинга в новой номинации — это не «чистые» ПО-дистрибьюторы, а широкопрофильные компании, для которых поставки софта вообще и средств информационной защиты в частности — лишь одно из многих направлений деятельности. Но, несмотря на это, победа все-таки досталась дистрибьютору, который изначально специализировался на продаже софта. Хотя и с очень небольшим отрывом от ближайшего конкурента — около 15 баллов — компания **Axoft** смогла подняться на первое место в данной номинации, заработав 859,607 балла.

В призовую пятерку вошли следующие компании: **Axoft** (первое место), **MONT**, **OCS Distribution**, **RRC Group**, **Treolan** (перечислены в алфавитном порядке).

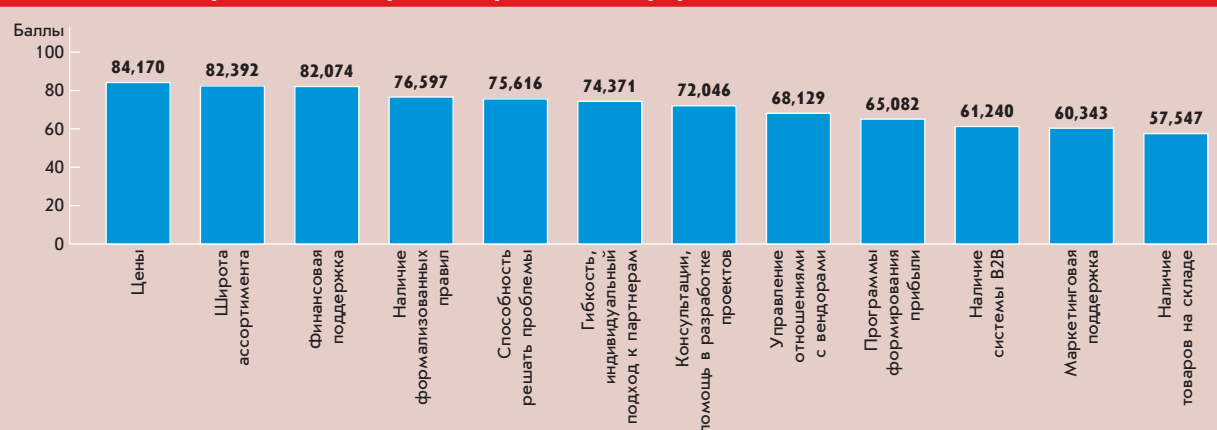
Какие же качества дистрибьютора важны его партнерам, продающим и внедряющим системы информационной безопасности? Как и для всех остальных респондентов рейтинга самым важным критерием работы поставщика оказались «Цены». Правда, есть одно «но». Именно поставщики систем информационной безопасности поставили этому критерию самый низкий (из всех номинаций) балл. Кроме того, и это вполне логично, они меньше других респондентов обращают внимание на «Наличие товаров на складе». Заметим, что в прошлом рейтинге самыми нежелательными к этому критерию оказались поставщики ПО, что тоже вполне логично. В этом году они также не выказали особой заинтересованности в «наличии товара на складе» у дистрибьютора, поставив данному критерию оценку, которая выше оценки поставщиков систем информационной безопасности всего на 0,015 балла. А вот «Финансовая поддержка» получила самый высокий балл в данной номинации по сравнению с другими категориями проекта-2019. ■

Полную версию статьи см. на [www.crn.ru](http://www.crn.ru).

## Победители по каждому критерию в номинации «Лучший ИТ-дистрибьютор систем информационной безопасности — 2019» (критерии указаны в алфавитном порядке)

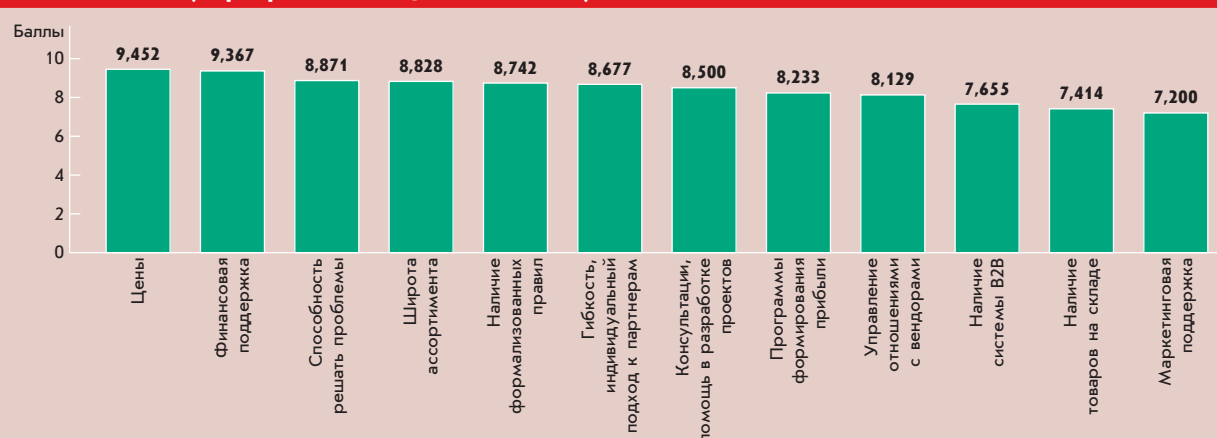
| Критерий                                    | 1 место (2019) |
|---------------------------------------------|----------------|
| Гибкость, индивидуальный подход к партнерам | Axoft          |
| Консультации, помощь в разработке проектов  | MONT           |
| Маркетинговая поддержка                     | Axoft          |
| Наличие системы B2B                         | MONT           |
| Наличие товаров на складе                   | Axoft          |
| Наличие формализованных правил              | Axoft          |
| Программы формирования прибыли              | Axoft          |
| Способность решать проблемы                 | MONT           |
| Управление отношениями с вендорами          | MONT           |
| Финансовая поддержка                        | MONT           |
| Цены                                        | MONT           |
| Широта ассортимента                         | Axoft          |

Рис. 1. Результирующие оценки победителя — компании Axoft — в номинации «Лучший ИТ-дистрибьютор систем информационной безопасности — 2019»<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Приведенные оценки компании по критериям — средний балл, полученный дистрибьютором, умноженный на значимость данного критерия.

Рис. 2. Оценка важности критериев работы дистрибьюторов систем информационной безопасности (сортировка по оценкам 2019 г.)



# Как танцевать лучше себя самого

Я не стараюсь танцевать лучше всех остальных. Я стараюсь танцевать лучше себя самого.

Михаил Барышников

Итак, очередной двухлетний сезон нашей балетной труппы завершен — подведены итоги рейтинга «Лучшие российские ИТ-дистрибьюторы 2019». Финалисты определены, зрители, наблюдавшие за па и пируэтами на сцене, аплодируют стоя.

Но ни одному из победителей победа не далась легко — каждый из них прилагал немало усилий для того, чтобы стать еще лучше, еще техничнее, еще эффективнее, чтобы танцевать сегодня лучше, чем вчера. Давайте посмотрим, что же произошло у каждого из финалистов за прошедшие два года.

## Ахофт

Первые места в номинациях «Лучший дистрибьютор систем информационной безопасности» и «Лучший дистрибьютор ПО».

## Итоги работы в 2017–2018 гг.

Сервисный ИТ-дистрибутор Ахофт по итогам 2018 ф.г. (завершился в марте 2019 г.) увеличил оборот до 13,5 млрд. руб. (на 25% по сравнению с 2017 ф.г.), компания показала положительную динамику прибыльности. В 2018 г. в Ахофт спрос на российское ПО вырос на 50% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Компания также отметила рост направлений информационная безопасность (35%), ИТ-инфраструктура (38%) и Cloud (60%).

## Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

Ахофт активно развивает направление проектного бизнеса, в рамках которого в 2018 г. дистрибьютор запустил сервис «аутсорсинг технического персонала», инвестировал в продуктовые и технические компетенции, увеличил численность команды технических специалистов, предоставляет демообслуживание и инженеров для проведения пилотных проектов по всем ключевым вендорам. В результате в 2018 ф.г. было завершено 113 пилотных проектов и внедрений. Годом ранее компания запустила сервис бесплатной технической поддержки 1 и 2 уровней.

## Изменения в партнерской сети и в партнерской политике

По итогам 2018 г. компания скорректировала численность участников партнерской сети: совокупно в РФ и странах ВЕЦА их количество составило 4245.

## Значимые управленческие решения

Высокая динамика развития компании в 2018 г. — результат реализации ранее утвержденной стратегии присутствия на рынке. Ахофт развивается в двух направлениях: традиционном транзакционном, к которому добавился проектный бизнес. Проектное направление нацелено на формирование глубоких продуктовых и технических компетенций, транзакционное — на поставки лицензий и сервисов через автоматизированную онлайн-платформу.

## AUVIX

Финалист номинации «Лучший AV-дистрибьютор».

## Итоги работы в 2017–2018 гг.

Рост оборота составил 28%.

## Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

ИБП, звук, выдвижные мониторы.

## Изменения в партнерской сети и в партнерской политике

Рост числа клиентов: 9%.

Возобновление роуд-шоу и партнерских конференций. В первой половине 2019 г. было проведено пять выездных конференций: в Новосибирске, Екатеринбурге, Казани, Краснодаре и Санкт-Петербурге. 3–4 октября 2019 г. в Подмоскovie после длительного перерыва прошла партнерская конференция.

## Значимые управленческие решения

Структурные изменения канала продаж: от регионального построения до структуры, сформированной по принципу спецификации бизнеса клиентов.

## СТС CAPITAL

Финалист номинации «Лучший AV-дистрибьютор».

## Итоги работы в 2017–2018 гг.

За два года оборот увеличился на 63%.

## Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

Усилили работу в сфере образования и профессиональном

сегменте. Увеличили количество предлагаемых брендов и видов оборудования.

## Digis (ГК)

Первое место в номинации «Лучший AV-дистрибьютор».

## Итоги работы в 2017–2018 гг.

По итогам 2018 г. рост выручки составил 20% к 2017 г. в валютном выражении (долл.).

## Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

В середине 2016 г. добавилось новое направление дистрибуции: Hi-Fi-техника. Рост выручки по этому направлению в 2018 г. составил 43% к 2017 г., а за первые три квартала 2019 г. — 36% к аналогичному периоду 2018 г.

В 2017 г. появилось направление «Робототехника для образования», в 2018 г. оно выросло практически в десять раз (эффект низкой базы). Однако и за первые два квартала 2019 г. рост оказался также существенным — 77% к аналогичному периоду 2018 г.

Кроме того, в 2018 г. разработан и запущен в производство мультимедийный комплекс для классов «Астрономии» — передвижной быстровозводимый планетарий.

## Изменения в партнерской сети и в партнерской политике

Партнерская сеть выросла. В первую очередь за счет реселлеров Hi-Fi-техники и компаний, занимающихся оснащением школ и дошкольных учебных учреждений.

Три основных изменения в работе с партнерами (это не политика, а скорее стратегия):

1) интенсификация обучения партнеров на базе нашего учебного центра;

2) увеличение с нашей стороны юридической помощи партнерам, принимающим участие в госзакупках или работающим в рамках гособоронзаказа;

3) ускорение перехода от модели продаж продуктов к продажам решений и сервиса. Это касается в первую очередь технически сложных продуктов, когда продается набор услуг в виде: подбора, пресейла, проектирования, поставки, и иногда помощи в реализации и организации сервисного обслуживания.

## Значимые управленческие решения

В середине 2017 г. у компании «ЦС Проект» (входит в ГК Digis) сменился генеральный директор, что привело к серьезной реструктуризации (проходила в течение всего 2018 г.) компании. В результате за первые три квартала 2019 г. интеграционный бизнес прибавил 40% к аналогичному периоду 2018 г. Кроме того, в этом году компании группы прошли аудит не только по стандартам РСБУ, но и по стандартам МСФО, в результате чего была подготовлена консолидированная отчетность группы.

## diHouse

Финалист номинации «Лучший специализированный дистрибьютор».

## Итоги работы в 2017–2018 гг.

Обороты компании за 2018 г. составили 39,8 млрд. руб.

## Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

Новые контракты: Xiaomi экосистемы, Xiaomi смартфоны, игровые ноутбуки Asus Rog и Asus Tuf, смартфоны Honor, планшеты Huawei, смартфоны и ноутбуки Haier. Также сформировано новое подразделение ECOM, которое занимается развитием маркетплейсов.

## Изменения в партнерской сети и в партнерской политике

Прирост партнерской сети составил +20%. В телеком-канале прирост еще выше — 35%. В результате сегментации канала по товарным направлениям компании удалось добиться как существенного расширения сотрудничества с текущими партнерами, так и привлечь новых.

## Elitech

Финалист номинации «Лучший AV-дистрибьютор».

## Итоги работы в 2017–2018 гг.

В 2018 г. наблюдался рост рынка в целом. По различным направлениям компания выросла от 15 до 50%.

## Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

В 2017–2019 гг. основным направлением деятельности была и остается дистрибуция AV-оборудования ведущих брендов. Компания работает над расширением ассортимента продукции,



который комплексно предлагает партнерам для реализации проектов.

На сегодня компания может практически на 100% закрыть потребности заказчика в AV-оборудовании при реализации проекта. Для этого с 2017 г. ассортимент расширяется за счет эксклюзивных брендов. Цель — довести количество проектов, реализованных на эксклюзивных брендах, до 30% общего числа. Данная стратегия позволила на указанный период нарастить оборот более чем на 35%.

В начале 2018 г. компанией Elitech было заключено соглашение о стратегическом партнерстве с китайской корпорацией BOE Technology Group Co.

В 2018 г. в отдельное структурное подразделение выделено коммуникационное оборудование, представленное на сегодня в продуктовом портфеле такими брендами, как PureLink, Just Add Power, и видеопроцессорами DigiBird. Особенно перспективными направлением считаем Just Add Power — уникальную систему распределения потокового Digital Signage, позволяющую организовать трансляцию цифровой информации на основе передаваемого через IP-сеть видеосигнала.

#### Значимые управленческие решения

В компании прошла частичная реструктуризация. Внедрена система отслеживания качества взаимодействия менеджеров с партнерами, позволяющая кардинально улучшить систему работы как с имеющимися, так и с новыми. В 2018 г. реализуются различные программы лояльности практически по всей линейке дистрибутируемых брендов.

#### ELKO

Финалист номинации «Лучший дистрибьютор для сборщика».

#### Итоги работы в 2017–2018 гг.

Рост оборота 2018 г. к 2017 г. составил 42,5%.

#### Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

Приобретение дистрибьютора бытовой техники Торговый дом «Абсолют». Добавлены направления: бытовая техника и электроника.

#### Изменения в партнерской сети и в партнерской политике

Рост сети составил 30%. Была запущена программа лояльности.

Начата работа с маркетплейсами.

#### Значимые управленческие решения

Интеграция ТД «Абсолют» в ELKO. Объединение складов, переход на круглосуточную работу 6×24. Переход всей компании на новую версию ПО.

#### MERLION

Первое место в номинации «Лучший дистрибьютор для розницы»; финалист номинаций «Лучший дистрибьютор для системного интегратора», «Лучший дистрибьютор для сборщика», «Лучший дистрибьютор ПО», «Лучший AV-дистрибьютор».

#### Итоги работы в 2017–2018 гг.

Выручка по итогам 2018 г. (согласно рейтингу Forbes) составила 235,2 млрд. руб., по итогам 2017 г. — 219,9 млрд. руб.

Штат сотрудников — более 10 тыс. человек по статусу на конец 2018 г.

В портфеле дистрибьютора более 650 брендов, 60 тыс. товарных позиций, 400 прямых контрактов.

В структуре продаж по товарным группам в 2018–2019 гг. произошли перестановки — теперь первое место в продажах занимают серверы и СХД, сместившие с этой позиции мобильные устройства.

Портфель российских брендов за год вырос в три раза.

Доля системных интеграторов по сравнению с 2017 г. увеличилась с 23 до 32%.

Один из главных приоритетов компании на ближайшее будущее VAD — импортозамещение.

Последние годы в рамках политики курса на импортозамещение активно развивается портфель соответствующих решений iRU (ПК, серверы и СХД).

#### Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

Приобретение торговой марки Silwerhof — канцелярская продукция.

Приобретение компании DSCON, специализирующейся на дистрибуции программных и аппаратных решений для построения и модернизации центров обработки данных (ЦОД) и сетевой инфраструктуры.

Интеграция в структуру компании команд двух компаний — «Рентсофт» и Velvica.

Дистрибьютор вошел в капитал компаний PRO IT и ОТП,

обладающих опытом в области импортозамещения, разработки и внедрения в коммерческом и государственном секторах ИТ-решений, в том числе и на базе искусственного интеллекта.

2018 г.

Начало развития направления банковского и кассового оборудования.

Расширена товарная группа сопутствующих для бытовой техники товаров и впервые за 26-летнюю историю включена food-категория — кофе.

Запущен специализированный интернет-магазин BUROSHOP.RU, предлагающий корпоративным клиентам канцелярию, расходные материалы для компьютерной техники, бытовую химию, продукты питания, а также офисную мебель.

Запущена облачная дистрибуция MerliOnCloud.

2019 г.  
«Panasonic Россия» и MERLION официально открыли на мощностях iRU производство IP-камер Panasonic.

Создана новая компания AnalyticsHub, сфокусированная на оказании услуг в области аналитики больших данных (Big Data) и машинного интеллекта (AI/ML).

Вошли в капитал российской инженеринговой компании High Energy (ООО «ЭнергоТех»), которая специализируется на решениях бесперебойного и гарантированного энергоснабжения ответственных инфраструктурных объектов, таких как центры обработки данных.

AMG INTERACTIVE — заказная разработка ПО и ИТ-аутсорсинга.

#### Изменения в партнерской сети и в партнерской политике

Количество компаний, сотрудничающих с дистрибьютором, — 7,5 тыс. активных партнеров.

Совершенствуются схемы онлайн-взаимодействия с партнерами. К осени 2019 г. был серьезно обновлен интерфейс и функционал B2B-портала — это уже система нового уровня.

#### NETLAB

Финалист номинации «Лучший дистрибьютор для розницы».

#### Итоги работы в 2017–2018 гг.

2017 г. прошел под эгидой новых дистрибьюторских контрактов. NETLAB стала дистрибьютором №1 по сетевому оборудованию D-Link и MikroTik, а продуктовый портфель пополнился

собственным брендом по кабельному оборудованию Neomax. Также был подписан дистрибьюторский контракт с компаниями Mercusys и TP-Link. Помимо этого ключевым достижением стало увеличение дилерской сети на 20%.

В 2018 г. расширился состав собственных торговых марок. В структуру холдинга NETLAB вошла компания CBR — производитель компьютерных и мобильных аксессуаров.

По итогам 2018 г. на долю дилерского подразделения компании (NETLAB) пришлось 86,7%, на долю корпоративного подразделения (Norbel) — 9% и на долю розничного («КомпьютерМаркет») — 4,3%.

#### Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

В 2018 г. создана группа по продвижению электротехнических товаров. Подписаны прямые контракты с крупными российскими поставщиками и производителями светотехнического и электротехнического оборудования IEK GROUP и EKF. В этом же году в компанию вошла команда по работе с продукцией CBR. В 2019 г. все собственные торговые марки сконцентрированы в подразделении CBR.

#### Изменения в партнерской сети и в партнерской политике

По сравнению с 2017 г. существенных изменений в партнерской сети не произошло, в течение всего года наблюдался стабильный рост. Стало больше средних и небольших клиентов. Прирост соответствует историческому максимуму. Количество ключевых клиентов также увеличилось, а оборот компании остался на максимуме.

#### Значимые управленческие решения

Рынок ИТ-дистрибуции в целом проходит через трансформацию бизнеса. Компания видит в этом возможность масштабироваться на рынке, сосредоточив усилия на развитии тех направлений, которые не вписываются в концепцию трансформации других игроков рынка.

В 2019 г. принято решение о масштабировании бизнеса. Департамент продаж был разделен на Департамент по работе с дилерами, ориентированный на работу с широким каналом, и на Департамент по работе с ключевыми партнерами,

работающими в разных сегментах бизнеса.

### OCS Distribution

Первое место в номинации «Лучший дистрибьютор для системного интегратора»; финалист в номинациях «Лучший дистрибьютор для розницы», «Лучший дистрибьютор для сборщика», «Лучший дистрибьютор ПО», «Лучший дистрибьютор систем информационной безопасности».

### Итоги работы в 2017–2018 гг.

Рост объема продаж в 2018 г. по сравнению с показателями 2017 г. составил чуть меньше 10%. За 2018–2019 гг. в портфеле компании появилось почти четыре десятка новых линеек. Серьезно расширился ассортимент в направлениях инфраструктурного ПО, сетевого, печатного и послепечатного оборудования, компонентов, мобильных устройств, аудио/видео. Компания активно развивает сервисы по построению решений для партнеров, обучению, техподдержке, открывает мультивендорные шоурумы в регионах, помогает партнерам в переходе на ЭДО.

### Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

В 2019 г. запущена платформа онлайн-дистрибуции «Маркетплейс OCS», которая предлагает партнерам облачные сервисы ведущих производителей (AWS, IBM, «Акронис-Информзащита», «Гарант» и другие), доступ к электронным ключам ПО (Adobe, ABBYY) и оборудованию по схеме DaaS. Действует отдельная партнерская программа OCS Маркетплейса, в рамках которой предусмотрены инвестиции в развитие партнеров в облачном направлении и направлении подписки.

### Изменения в партнерской сети и в партнерской политике

Партнерская сеть насчитывает около 7,5 тыс. компаний. Но давать точное количество сложно: одни компании закрываются, другие открываются, третьи укрупняются. Партнерская сеть — это живой организм, в котором все время происходят какие-то изменения.

В 2019 г. запущена новая система интернет-продаж, компания стала получать хорошие отзывы о новом товарном каталоге. На очереди запуск системы быстрого доступа к первой закупке.

### Значимые управленческие решения

В компании плавно происходит реструктуризация. Инновации и изменения требуют появления новых лиц и новых лидеров, поэтому был запущен внутренний проект поиска и развития лидеров среди сотрудников — Клуб Че. Основной идеей и целью Клуба было отыскать внутри компании потенциальных лидеров, людей, которые хотят развиваться, выйти из зоны комфорта, сделать для компании больше, чем позволяет сегодняшнее рабочее место. Условиями зачисления в Че были: желание учиться и участвовать в проектах Клуба без отрыва от работы, прохождение жесткого отбора в Клуб и то, что сотрудник еще не является состоявшимся руководителем. В компании были приглашены яркие преподаватели из разных бизнес-школ и в течение года участники проекта Че много учились и одновременно, совместно с бизнес-кураторами — топ-менеджерами OCS, работали над интересными для компании бизнес-проектами. Многие из того, что было разработано в течение этого нелегкого, но интересного года участниками проекта, может стать основанием для развития продуктового портфеля компании.

### RRC Group

Финалист в номинациях «Лучший дистрибьютор для системного интегратора», «Лучший дистрибьютор систем информационной безопасности».

### Итоги работы в 2017–2018 гг.

Рост оборота составил 17% в год, рост прибыли — 10% в год.

### Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

Дистрибьютор развивает облачное направление бизнеса, активно подписывает контракты с новыми вендорами в действующих направлениях, существенно расширил направления информационной безопасности и серверов/систем хранения данных. Из трендов — в портфеле по этим направлениям стали появляться российские производители.

### Изменения в партнерской сети и в партнерской политике

Ежегодно партнерская база дистрибьютора растет на 10% за счет регионов и небольших компаний.

В партнерской политике изменений нет: активно развивается

B2B, сейчас уже треть партнеров и заказов идет через эту систему. Отмечается прирост за счет маркетинговых мероприятий, позволяющих охватывать все большее количество партнеров. Также продажи дает теперь и digital marketing по отдельным продуктам (например, Cisco).

### Treolan

Финалист в номинациях «Лучший дистрибьютор для системного интегратора», «Лучший дистрибьютор для сборщика», «Лучший дистрибьютор ПО», «Лучший дистрибьютор систем информационной безопасности».

### Итоги работы в 2017–2018 гг.

По итогам 2017–2018 гг. компания показала существенный двузначный рост (с учетом курса доллара), превысив показатели самого успешного для нее (как и для всего российского ИТ-рынка) 2013 г.

Количество сотрудников компании — 602 человека.

### Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

Дистрибьютор продолжает развивать облачную дистрибуцию, создав в 2018 г. маркетплейс по продаже cloud-решений. Сейчас в их числе продукты Microsoft, Eset и Kaspersky, но уже в скором времени к ним присоединятся и другие производители ПО. В этом году продажи облачных продуктов в секторе СМБ через Treolan увеличились на 20%, что позволяет говорить о том, что данное направление начинает занимать существенную долю в продуктовом портфеле ПО компании.

Дистрибьютор старается поддерживать сбалансированную структуру продуктового портфеля, развивая в том числе и новые для себя направления — AutoID, LFD-панели, IoT.

### Изменения в партнерской сети и в партнерской политике

Партнерская сеть также выросла. В настоящий момент с дистрибьютором сотрудничает более 3,5 тыс. компаний по всей стране.

В 2018 г. был сделан особый акцент на продажах в компании СМБ для удовлетворения растущих запросов представителей данного сектора.

### «Марвел-Дистрибуция»

Первое место в номинации «Лучший дистрибьютор

для сборщика»; финалист в номинациях «Лучший дистрибьютор для системного интегратора», «Лучший дистрибьютор для розницы».

### Итоги работы в 2017–2018 гг.

Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг в 2017 г. составила 70 422 млн. руб., а в 2018 г. — 73 087 млн. руб.

Прибыль (убыток) до налогообложения — 1145 млн. руб. (в 2017 г.) и 1212 млн. руб. (в 2018 г.).

Чистая прибыль — 894 млн. руб. (в 2017 г.) и 827 млн. руб. (в 2018 г.).

### Новые направления бизнеса, открытые в 2017–2019 гг.

В течение 2017–2019 гг. были открыты или выведены в отдельные направления бизнеса: электротранспорт, дроны, мультимедиа, VR, «умный» дом, программное обеспечение, собственный бренд аксессуаров Accesstyle.

### Изменения в партнерской сети и в партнерской политике

В течение двух лет происходила естественная ротация партнеров. Объем партнерской базы составляет порядка 4–4,2 тыс. компаний. Рост числа активных партнеров составил 9%.

Существенное увеличение работы с интернет-розницей, продажи по этому направлению выросли на 61% (в 2018 г. по сравнению с показателями 2017 г.).

«Марвел» начала работать с крупнейшими маркетплейсами, такими, как TMall, Wildberries, «Беру!».

### Значимые управленческие решения

В 2019 г. «Марвел-Дистрибуция» изменила структуру направления ритейл-дистрибуции. Вместо одного подразделения «Фото, периферия и аксессуары» появилось два департамента: «Аудио, аксессуары, портативная техника» и «Компьютерная периферия». Завершено изменение системы управления компанией. До конца 2019 г. будет проведена постепенная передача руководства дистрибьюторским бизнесом от генерального менеджера Константина Шляхова генеральному директору Алексею Мельникову. ■

Полную версию статьи см. на [www.crn.ru](http://www.crn.ru).

# Приглашаем посетить наш сайт

**Регистрируйтесь**  
в каталоге  
**ИТ-компаний**

**Выбирайте**  
только те статьи,  
которые вам  
**интересны**

**Читайте**  
последние новости,  
которых нет  
в **печатной**  
версии

**Обсуждайте**  
с коллегами  
**статьи**  
и интересующие  
вопросы в **форуме**

**Размещайте**  
информацию  
о **вакансиях** в ваших  
компаниях

