

Алексей Перегудов: «Сейчас на софтверный рынок смотрят даже те, кто всегда специализировался на «железе»

Тематика: ИТ и телекоммуникации
Корпоративные новости

Дата публикации: 23.06.2022

Дата мероприятия / события: 23.06.2022

г. Москва

Алексей Перегудов о том, как обновилась работа ЭОС с партнерами за последнее время, почему им придется меняться и за счет чего софтверный рынок стал столь привлекательным.

Пандемия, а потом и санкционное давление серьезно сказались на ИТ-рынке. В результате многие партнерские цепочки трансформировались, а методы взаимодействия с каналом, его поддержки и развития вынужденно изменились. Алексей Перегудов, директор по работе с партнерами ГК «ЭОС», рассказывает о том, как обновилась работа ЭОС с партнерами за последнее время, почему им придется меняться и за счет чего софтверный рынок стал столь привлекательным для тех, кто раньше им не интересовался.

- Партнерская сеть ЭОС достаточно развита. Есть ли потенциал для ее развития?

- Потенциал есть всегда. Наши партнеры работают не во всех регионах — это значимая точка роста. К качеству работы некоторых партнеров у нас есть вопросы — когда-то объективные, когда-то не очень, но для нас это возможность развития. К тому же я ожидаю, что с выходом «ЭОС Платформы» и изменением идеологии решения с точки зрения получения дополнительной стоимости мы создадим повод к некоему расширению и изменению партнерской сети. Так в свое время было в момент выхода EOS For SharePoint, продукта, который позволял предоставить множество дополнительных услуг, связанных не только с внедрением системы. Так будет и с «Платформой». Мы рассчитываем на прирост партнерской сети — как в количестве, так и в развитии компетенций внутри каждого партнера.

Мы понимаем возможности каждого из наших партнеров, можем прогнозировать, что и как каждый из них будет делать после выхода «Платформы». Но приток новой крови будет полезен в любом случае. Конечно, нет задачи посадить в каждом небольшом населенном пункте по нашему партнеру. Для нас все-таки первоочередная задача — это защита маржи в канале. Мы хотим, чтобы партнеры спокойно и достойно зарабатывали на продаже нашего продукта. Эта стратегия действует и на сегодняшний день, и сохранит свою актуальность в будущем. Наша задача — обеспечить всем партнерам стабильный доход.

В то же время текущая ситуация, связанная с уходом ряда компаний с рынка и определенными паническими настроениями на рынке, которые сейчас, к счастью, немного стихают, привела к следующему. Некоторые игроки, не представляющие, что такое электронный документооборот, начали стучаться во все двери, пытаясь стать партнером любого отечественного вендора. Мы каждый день получаем большое количество заявок на партнерство, тщательно их оцениваем, потому что видим, что ряд компаний просто бежит куда попало, стремясь заключить партнерское соглашение с максимальным количеством производителей. Сейчас на софтверный рынок смотрят даже те, кто всегда специализировался на «железе». Люди ищут новые варианты развития и существования бизнеса, и среди тех, кто приходит, есть действительно интересные компании, с которыми стоит посотрудничать.

- Какова динамика развития сети в последний год?

- Мы ориентируемся на продажи и выручку, а не на количество партнеров или проектов в штуках. Продажи стабильно растут. При этом надо понимать, что в основном речь идет про государственный сегмент, а это замкнутый и конечный рынок: невозможно бесконечно расти в госсекторе. Поэтому мы очень большое внимание всегда уделяем коммерческому сегменту. И это серьезный вызов для наших партнеров, потому что бизнес-заказчики приходят всегда с интересными и нестандартными задачами. Один из заказчиков из СНГ (это было буквально в прошлом месяце) в рамках СЭД хочет построить систему учета выдачи материальных ценностей со склада. Каждую единицу «заштрихкодировать», завести регистрационную карточку, а при выдаче сканировать этот штрихкод и отслеживать, кому и когда отдали, а также процесс возврата. Нестандартная задача для СЭД? Безусловно. Но ввиду ограниченности решений и ужасной дороговизны разработки приходится встречаться и с такими случаями, когда пассатижами начинают забивать гвоздь — не микроскопом, но все-таки. Тем не менее, наши решения способны справляться с подобными нестандартными задачами — и успешно это делают.

- Весна для многих компаний, в том числе айтишных, стала непростым периодом. Как пережила и переживает партнерская сеть этот кризис?

- К счастью, не могу сказать, что мы видим у партнеров серьезную текучку кадров. Мы отслеживаем это легко – при текучке требуется пересертификация специалистов и т.д. Так что говорить о кризисе у наших партнеров нельзя, никакой паники или бегства людей нет. Я в первую очередь это связываю с тем, что настроение человека всегда зависит от того, насколько человек погружен в решение каких-то задач. Я допускаю, что тяжелее всего пришлось тем компаниям, которые столкнулись с падением продаж, уходом клиентской базы, невозможностью реализации, когда сотрудник только сидит, читает негативные новости – вот они в значительной степени пострадали от панических настроений. Наши партнеры так загружены работой, что рук иногда не хватает.

- Предпринял ли ЭОС какие-то меры поддержки в этот период? Какие оказались самыми востребованными?

- Конечно, антикризисные меры мы предпринимали. Мы провели ряд вебинаров для партнеров, которые в первую очередь были связаны с вопросами санкционной независимости, чтобы наши партнеры сами понимали модель поведения, что они могут предложить заказчикам, понимали сроки обновления решений и их возможности.

Подобные вебинары мы делали и для заказчиков.

Более того, мы понимаем, что санкционная независимость и импортозамещение – это хорошо, но рынок не ограничивается только госсегментом или желанием тех или иных заказчиков работать в конкретной инфраструктуре. Поэтому мы подумали и над каналом параллельного импорта. Так что сегодня мы готовы к любому варианту развития ситуации и доносим эту информацию до наших партнеров.

Что касается специальных маркетинговых программ, то мы сознательно ничего не стали объявлять, проанализировали существующие акции и их результаты и пришли к простому выводу: любое акционное предложение все равно будет вне рыночным. Угадать невозможно: кому-то нужны 10 кг условной картошки и 2 кг моркови, а кому-то наоборот. Любой наш партнер знает, что мы готовы точно – с учетом его интересов, региональной специфики или запросов конкретного заказчика – предложить специальные условия.

- В связи с планами наращивать долю в коммерческом сегменте требуются ли какие-то изменения от партнерской сети?

- Нужны небольшие изменения в головах. Мы глубоко убеждены в том, что создание конфигурации для лесоперерабатывающего предприятия – это исключительно маркетинговая история, а не функциональная задача с точки зрения СЭД. Это просто вопрос настройки.

Бизнес оперирует другой терминологией. И если ты хочешь что-то предложить потенциальному клиенту, ты должен разговаривать с ним на одном языке. Иногда специалисты, которые хорошо и компетентно общаются с госструктурами, могут просто не понимать, чего хочет бизнес.

А бизнес в свою очередь, как правило, не понимает, что такое поручение или контрольная резолюция, но хорошо знает, что такое задача. Опираясь немного другими словами, мы спокойно можем разговаривать о процессах бизнеса.

- На прошлой конференции, между тем, вы говорили о том, что будете снабжать партнеров набором отраслевых кейсов.

- Да, но мы этого не сделали. Я не считаю, что это критическая ситуация или недоработка с нашей стороны. Мы проанализировали потребности и поняли, что подобные кейсы не особенно и нужны. Это не значит, что у нас нет историй успеха, которые мы можем показать – у нас есть промышленные предприятия, которые с нами работают, решая, в том числе нетривиальные задачи. Есть бизнес-клиенты, которые работают с нами давно, и выкуп безлимитных лицензий, которые популярны в госсегменте, востребован также. Причем, некоторые из них сейчас находятся под пристальным вниманием Запада – вплоть до того, что их закупки являются закрытыми, но проекты реализуются, дышат. Мы всегда делимся этим опытом, рассказываем о нем.

Плюс партнеры взаимодействуют друг с другом. Чрезвычайно эффективным оказались Telegram-каналы. У нас даже появился один канал, связанный с техподдержкой, который партнеры запустили сами и сами же помогают друг другу. Это очень интересная история: ребята решают проблемы друг друга, он работает почти круглосуточно. В этом уникальность партнерской сети ЭОС, наверное.

- Каковы итоги партнерской конференции, которая прошла в конце мая?

- У конференции задача простая. Так как с партнерами взаимодействие никогда не останавливается, у нас не было каких-то насущных вопросов, которые необходимо обсудить на конференции. Основная цель подобных мероприятий – личное общение и общение партнеров друг с другом. Ряд проектов партнеры реализуют совместно, кооперируясь без нашего участия. Мы хотели в рамках нашей партнерской сети создать коллектив единомышленников. У нас это получилось, но любой дух надо поддерживать. На конференции мы всегда балансируем между деловой частью и условно свободным временем – так создается бурлящий котел, в котором формируются связи между партнерами. Отрадно, что партнеры нам доверяют, и какие бы авантюры мы ни придумали, они нас поддерживают. Эту конференцию мы решили провести в Красноярске, но почти никто не отказался приехать – это просто здорово. С этой точки зрения «Весенний документооборот» получился более чем успешным.

Постоянная ссылка на материал: <http://www.smi2go.ru/publications/144733/>