

Ruben Monjo, country manager D-Link Ibéria

“Somos hoje uma empresa convergente”

Desde a abertura da sede ibérica, que iniciou operações em 2000, e do escritório em Lisboa em 2009, a equipa da D-Link Ibéria tem trabalhado para implementar em Portugal o seu mote: *Building Networks for People*. No último exercício fiscal, a empresa cresceu 6% na facturação e renova agora os votos com os parceiros. “Em Portugal apenas nos falta transmitir mais essência. As multinacionais focam-se nas percentagens mas se o canal não cresce, dificilmente o fabricante também cresce”, declara Ruben Monjo, country manager D-Link Ibéria.

Gonçalo Curião | Fotos: Alexandre Baptista



Channel Partner - Antes de mais os nossos parabéns à D-Link, que celebrou dez anos de presença na Península Ibérica em Março. Que balanço faz deste período?

Ruben Monjo - O balanço é muito positivo. Começámos muito vocacionados para as PMEs, que eram e são o nosso foco, mas evoluímos para novos segmentos de mercado e com soluções mais variadas. Mas tivemos de fazer um trabalho de “picar a pedra” e escutar muito o cliente. Passados dez anos somos uma empresa sólida e, ao contrário de outros fabricantes asiáticos, não entrámos no mercado ibérico para sair de seguida. O nosso crescimento foi exponencial e hoje actuamos em quatro áreas principais: Consumo, PMEs, Corporativa e Telco. Ao longo destes dez anos, o nosso trabalho baseou-se em investir em novos segmentos, apoiar mais o canal e contar com uma boa equipa local.

Como avalia os vossos resultados no último ano fiscal?

A nível global, para a D-Link Ibéria foi um bom ano: a nossa quota de mercado cresceu e registámos um aumento de 6% da facturação (nr.: cerca de 25 milhões de euros). Se não estivéssemos a ultrapassar uma crise económica, o crescimento teria sido claramente superior. No ano passado, sofremos muito no segmento das PMEs e mantivemos um crescimento muito controlado na parte do consumo. Sendo as PMEs um dos principais focos da D-Link, é natural que também sofrámos com o recuo económico.

Apresentavam-se como um fabricante de routers, mas hoje estão também presentes no segmento de videovigilância IP, armazenamento, banda larga...

A D-Link começou como fabricante de *switching* e o nosso modelo de venda sustentava-se no produto. Mas ao longo destes anos, saltámos do *switching* para o *routing*, investimos no desenvolvimento tecnológico e somos hoje uma empresa convergente. Mas o que move essa convergência não é o fabricante, mas o país onde estamos. A nossa evolução responde às exigências de mercado. Por exemplo,

Portugal é hoje um país altamente tecnológico e deu um enorme salto qualitativo e quantitativo, nos últimos quatro anos. Têm sido colocados em marcha programas de formação em Portugal, muito mais rapidamente do que em outros países europeus. Mas neste ponto, temos de agradecer o compromisso e apoio do canal de distribuição.

Como é composta a vossa rede de distribuidores?

Temos já uma longa história com a Mactek, um distribuidor muito focado em mercados de nicho. Quando começámos a tornar-nos numa companhia mais convergente, especialmente em soluções para PMEs, quisemos ultrapassar os nossos limites. Se impuséssemos limites aos Clientes, iríamos limitar o nosso crescimento. Por isso, estabelecemos um acordo com a Tech Data, há cerca de quatro anos. A Tech Data é um distribuidor pan-europeu, de muito prestígio e exigente e tem atingido muito bons resultados na área corporativa e de consumo. Trabalhamos também com o maior distribuidor nacional, que é o líder português: a CPCDI. É um distribuidor muito forte e altamente profissional. Este ano estabelecemos ainda um acordo com a Databox, um distribuidor pioneiro para enfrentar o final deste ano. A Databox é muito focada ao nível de PMEs, das quais queremos estar mais próximos. Cada distribuidor tem a sua estratégia de marketing e foca-se em diferentes segmentos de mercado. Cada um oferece diferentes tipos de especializações e dedicação.

Não existe portanto conflito entre os quatro distribuidores?

Se a D-Link comemora dez anos com bons resultados, é sinal de que não existem conflitos. Que fabricante conhece que opere em quatro segmentos de negócio e que não venda directamente? A resposta que encontra é a D-Link e não só para o mercado português. É uma realidade europeia.

Estão previstas mudanças ao nível da rede de distribuição?

Não vai haver mudanças. De futuro, o que procuramos é que a Databox comece a entregar a parte de valor. Os restantes três, vamos trabalhar no sentido da consolidação. Mas mais do que falar de distribuidores, temos de falar de canal...

Refere-se ao renovado programa de canal Partner+?

É o nosso programa de canal em Portugal e esta-



“Num momento de crise crescemos e vamos continuar a melhorar a nossa presença em Portugal. Estamos mais próximos do nosso canal”

mos numa altura de lançamento. A D-Link renova o seu compromisso com os parceiros e, em 2010, o nosso canal vai ter acesso a mais ferramentas e mais segurança. Multiplicámos também os nossos recursos dedicados ao suporte comercial e técnico, em especial para o segmento das PMEs. Num momento de crise crescemos e vamos continuar a melhorar a nossa presença em Portugal. Estamos mais próximos do nosso canal.

Quando fala em “melhorar” a que se refere?

Essencialmente dar mais confiança aos parceiros e estar mais perto deles. E para estar mais perto, é muito importante falar em português. Um espanhol é um espanhol, um português é um português. Esse tem sido o objectivo que guia a formação da nossa equipa. Temos tido um crescimento contínuo de recursos humanos e suporte. Em Portugal apenas nos falta transmitir mais essência. As multinacionais focam-se nas percentagens mas se o canal não cresce, dificilmente o fabricante também cresce.

E quais são as novidades do Partner+?

Formação, suporte, investimento e querer estar mais perto. Mais recursos humanos, um programa de formação (online e presencial) e mais tecnologia. Organizámos este ano, juntamente com a Tech Data Portugal, o primeiro TecnoForum D-Link Portugal, onde realizámos algumas demonstrações das soluções da empresa em matéria de *switching*, armazenamento e videovigilância IP. Ficámos surpreendidos com a quantidade de participantes que tivemos. Um país que escuta é um país tecnologicamente mais avançado. Se as empresas estão preparadas para ultrapassar os seus limites, superar barreiras, então também temos de ser diferentes.

Quais os requisitos para entrar na vossa rede de parceiros?

Se o parceiro não desejar evoluir, oferecer novas soluções aos clientes e fazer crescer o seu negócio, então é melhor não pertencer à nossa rede. Quando não se quer crescer, não se muda.

Quantos parceiros têm actualmente?

Aproximadamente 1500, mas no ano passado perdemos cerca de 10%. Isto, porque desapareceram do mercado português, devido à actual conjuntura económica. Não procuramos activamente aumentar a rede de parceiros mas atenção: se nos contactarem não são excluídos. Procuramos sim que os nossos actuais parceiros aportem mais valor e que cresçam. Dos 1500, cerca de 125 estão registados no programa Partner+. O nosso objectivo é que os parceiros registados representem sempre 25% da totalidade.

Que expectativas tem para 2010?

O objectivo marcado para a Europa é superar os 10% de crescimento. Este ano, potenciaremos o segmento *retail*, consolidaremos o segmento de PMEs e continuaremos a avançar sobre o *corporate*, como fizemos em 2009. O êxito da nossa estratégia passa por saber onde investir e manter a confiança do cliente, sem esquecer nunca a nossa máxima da convergência tecnológica. ●

www.dlink.pt