**Netwerkspecialist TP-Link bestormt de zakelijke markt en zoekt partners**

Met het SDN-platform voor gecentraliseerd cloudbeheer Omada is TP-Link klaar voor de zakelijke markt. De netwerkfabrikant zoekt daarvoor regionale ICT-partners, het liefst met gespecialiseerde branchekennis. “Resellers hebben aan ons een betrouwbare, puur Nederlandse organisatie met veel ervaring”, vinden Frank Damen en Roel Brandenbarg. “We willen vooral onderscheidend zijn met een uitstekende ondersteuning; op alle B2B-producten geven wij zonder zeuren tien jaar garantie.”

TP-Link Technologies werd opgericht in 1996 en groeide uit tot een mondiale aanbieder van vaste en draadloze netwerkapparatuur, zoals gateways, switches, access points en controllers. Na de nodige successen in de consumentenmarkt – met Deco, een productlijn van multiroom Wifi systemen voor consumenten, heeft TP-Link ruim twee derden van de markt in handen – zet de Aziatische leverancier dit jaar vol in op de zakelijke markt, en dan vooral de segmenten 'entry' en 'mid-range'. “Daar positioneren we ons als A-merk”, vertelt Frank Damen, die met een hecht team van sales- en pre-salesmensen verantwoordelijk is voor B2B in de Benelux. “Anders dan in de consumentenmarkt is er in de B2B-markt nog volop groeipotentieel, zeker voor onze Omada-lijn die het afgelopen jaar helemaal compleet is geworden. En anders dan in 2013, toen we in Nederland begonnen, hebben we inmiddels het assortiment, het personeel én de marktpositie voor een succesvolle B2B-lancering."

Omada-lijn

Damen en Brandenbarg hebben een duidelijke focus op de zakelijke markt en vertellen daar enthousiast over. “In de consumentenmarkt hebben we ons bewezen als aanbieder van een productportfolio met stabiele netwerkapparaten, die goed presteren en gekenmerkt worden door een uitstekende prijs-kwaliteitverhouding”, vindt Sales Director Roel Brandenbarg. “Niet voor niets zijn we sinds 2013 wereldwijd marktleider in draadloze netwerkoplossingen. Met dat imago willen we verder groeien, maar dan in de zakelijke markt. Onze Omada-lijn, het SDN-platform dat netwerkapparaten als access points, switches en gateways integreert en zorgt voor 100 procent gecentraliseerd cloudbeheer, is daar ook klaar voor.”

Met Omada hebben eindgebruikers een uiterst schaalbaar netwerk in handen, dat volledig kan worden beheerd via één interface. De naadloze bekabelde en draadloze verbindingen van Omada zijn volgens Damen erg geschikt voor onder andere hotels, het onderwijs, retail en kantoren. Je kunt vanuit één centrale locatie en één cloud duizenden devices op thuiswerklocaties controleren. TP-Link Omada ondersteunt alle benodigde functionaliteiten, technieken en ook securityprotocollen om een goed netwerk te hebben, zowel draadloos als bedraad.”

Gespecialiseerde partners

Met het Omada-portfolio in de aanbieding zoekt TP-Link momenteel resellers uit verschillende delen van het land. “Het liefst met gespecialiseerde branchekennis van segmenten als recreatie, zorg, onderwijs en retail, waar de set van oplossingen van TP-Link goed past”, legt Damen uit. “Per branche en regio zoeken we sterke partners die projecten kunnen trekken. We hebben bijvoorbeeld onlangs een partij opgetekend die alleen actief is bij klanten in recreatie in Zuid-Nederland. Maar ook de sector hospitality is nadrukkelijk in beeld: plekken waar mensen overnachten. Mensen komen niet meer naar een camping als daar geen wifi-aanbod is. En ook de segmenten zorg, handel en industrie zijn sterk gegroeid. Wat momenteel achterblijft, begrijpelijk vanwege de corona-lockdown, is de horeca.”

Nieuwe resellers hoeven niet te voldoen aan 'een opgelegde set van regeltjes en vereisten', zoals Brandenbarg het noemt: “Het gaat erom: welke partner voegt waarde toe in een specifieke business case? Dat is maatwerk en past niet in een 'Gold, Silver & Bronze' partnerprogramma. Wij gaan puur voor een persoonlijke relatie en het juiste effect.”

Distributie

TP-Link zoekt de gewenste resellers via value add distribiteurs (VAD's), zoals Alcadis, Gistron, Lydis, SDC en The Launch Distribution, maar ook samen met de broadline distributeurs Copaco, Ingram Micro en Tech Data.

Het profiel van de specialisten past goed bij waar TP-Link ook zelf voor staat: een hecht, ervaren en vooral betrouwbaar team van (pre-)sales mensen, dat voor alles scoort op ondersteuning. “Op alle B2B-producten geven wij zonder zeuren tien jaar garantie”, geeft Damen een voorbeeld van deze belangrijke 'core value' van TP-Link. “In de zakelijke segmenten waar wij ons willen positioneren als A-merk – entry tot mid-range – is dat heel belangrijk. Brandenbarg vult aan: “De stabiliteit en betrouwbaarheid van onze Nederlandse organisatie is een onmisbaar ingrediënt geweest van ons succes in de consumentenmarkt. In de zakelijke markt gaan we het ook zo doen.”

Waarom instappen?

Toch blijft de vraag waarom een reseller met TP-Link in zee moet als gerenommeerde partijen als Aruba en Netgear evengoed aantrekkelijke netwerkproducten op de zakelijke markt hebben. “Wij leveren 'enterprise class' producten tegen een prijs die je niet meteen associeert met de kwaliteit daarvan”, vindt Damen. “De chipsets die wij gebruiken, zijn van dezelfde A-merken – zoals Qualcomm – die bijvoorbeeld Cisco of Aruba gebruiken. We gaan dus niet voor een mid-range low-end chipsetje, maar gewoon voor het beste.” Brandenbarg legt uit hoe dat kan: “Wij zijn de grootste klant van Qualcomm als het gaat om wifi-chips. We kopen groot in en verkopen heel concurrerend door. Daarnaast: TP-link heeft een breed en diep portfolio, zowel bedraad als draadloos. En last but not least: een gezonde marge voor onze partners."

Met een groot warehouse in Nederland heeft TP-Link bovendien de troef in handen van een lokale voorraad. En er is nóg iets dat de producent aantrekkelijk maakt voor resellers: TP-Link is niet beursgenoteerd. “We zijn nog steeds eigendom van onze oprichters en volledig in control over het hele productieproces, van de plastic korreltjes tot het neerzetten van een product bij een klant of bedrijf”, besluit Roel Brandenbarg. “Wij kunnen op veel verschillende schijven snel slagen maken, altijd maatwerk leveren en onze producten heel makkelijk aanpassen aan wat de markt nodig heeft.”