

# Więcej niż tradycyjna dystrybucja

Ilona Weiss, prezes zarządu ABC Data, opowiada o tym, jak z sukcesem rozwinąć firmę, wznosząc się ponad tradycyjną dystrybucję

Rozmawia  
Wojciech Gryciuk

**ABC Data regularnie wypracowuje bardzo wysokie marże. Jak to się wam udaje?**

Przede wszystkim stawiamy na dostosowanie kanałów sprzedaży do dynamiki rynku, a także optymalizację oferty produktowej oraz obniżenie kosztów działalności w regionie Europy Środkowo-Wschodniej (CEE). Koncentrujemy się również na dywersyfikacji regionalnej i właśnie zbieramy pozytywne efekty podjętych kilkanaście miesięcy temu decyzji. Nie licząc Polski, kraje, w których funkcjonujemy, wciąż cechuje bowiem relatywnie niskie nasycenie nowymi technologiami.

Od dłuższego czasu prowadzimy też działania mające na celu eliminację najmniej rentownych linii produktowych i transakcji o najniższej marży. Nie zajmujemy się „przesuwaniem pudełek”, lecz przede wszystkim świadczymy usługi, również te związane z wyspecjalizowanym doradztwem technicznym. Stąd właśnie decyzja o przejściu w 2016 r. spółki S4E, specjalizującej się w dystrybucji z wartością dodaną (VAD – przyp. red.). Na tego typu usługach marża może przekraczać nawet 10 proc. Ze względu na wyspecjalizowany charakter S4E i działalność prowadzoną w znacznej mierze w modelu projektowym pełne przełożenie jej wyników na performance Grupy ABC Data uzyskamy jednak dopiero w II połowie br. Myślę, że będą pozytywne zaskoczenia, bo chociaż w I kwartale 2017 r. zysk netto wyniósł 1,4 mln zł, to w całym roku powinien przekroczyć 27,6 mln zł. Nie mam wątpliwości, że jest to możliwe.

**Chociaż w ubiegłym roku wiele firm IT borykało się z różnymi trudnościami, wy prowadziliście działania M&A. Jak w takim razie oceniacie?**

Z raportu „ITwiz Best 100, edycja 2017” wynika, że 100 największych firm z obszaru IT wygenerowało w 2016 r. przychody o 3 mld zł niższe niż w 2015 r. To „zasha” przede wszystkim sektora publicznego, który w tym okresie skurczył się o 4 mld zł, czyli o połowę. Dla części naszych klientów jest on ważnym źródłem przychodów, stąd sytuacja – niejako rykoszetem – odbiła się również na nas. Tym bardziej że jednocześnie nastąpił spadek zaufania instytucji finansowych i ubezpieczeniowych do naszej branży, spowodowany m.in. kłopotami jednego z naszych konkurentów. Mimo to rok 2016 okazał się dla nas bardzo dobry. Nie mam wątpliwości, że nasi klienci doceniają to, iż działamy wyłącznie w obszarze B2B i nie prowadzimy własnych sklepów ani e-sklepów skierowanych do klienta końcowego. Jesteśmy wierni zasadzie, zgodnie z którą nigdy nie konkurujemy z naszymi resellerami.

Podstawą funkcjonowania firmy jest obszar IT, w którym realizujemy zdecydowaną większość przychodów zarówno w Polsce, jak i w krajach CEE. Jak pokazuje nasz przykład, w trudnych czasach takie podejście do biznesu okazało się efektywne. Dwa lata temu w rankingu ITwiz zajęliśmy czwarte miejsce, ale rok później – kiedy były już wdrażane założenia nowej strategii na lata 2016–2018 – uzyskaliśmy pozycję lidera, podobnie zresztą jak i w tym. To, z jednej strony, efekt wierności naszym

Co lubi

Ilona Weiss

**Samochód** > BMW X5

**Kuchnia** > włoska oraz azjatycka (chińska i tajska)

**Restauracja** > Qchnia Artystyczna i Belvedere

**Moda** > projekty polskich twórców

**Perfumy** > Chanel Chance Eau Fraiche

**Wakacje** > zimą narty zjazdowe we Francji, latem aktywny wypoczynek w odległych zakątkach globu: rafting, canoeing, surfing itd., przy czym każdego dnia w innym hotelu

**Hobby** > fotografia, gra na pianinie, podróże, do których lubi się dobrze przygotować. Jej pasją jest też czytanie książek, których rozpoczętych może mieć nawet 20 jednocześnie. Bardzo rzadko jest to beletrystyka. Z ostatnio przeczytanych może polecić „Talk like TED” Carmine Gallo

5,9%

Taką marżę w rekordowej wysokości uzyskała ABC Data w I kwartale 2017 r.

**E-commerce, VAD i obecność w ośmiu krajach regionu umacniają pozycję ABC Data na rynku dystrybucji IT**

wartościom, a z drugiej działania w obszarach, które uważamy za najbardziej perspektywiczne – e-commerce, VAD, cloud i mobile. To właśnie w nich, oprócz klasycznej dystrybucji, możemy w pełni wykorzystać nasz potencjał i posiadany kanał sprzedaży.

**Rok temu powiedziała pani, że ABC Data chce się rozwijać jeszcze bardziej dynamicznie niż do tej pory. Jak bardzo zmieniła się więc spółka od tego czasu?**

Myślę, że coraz wyraźniej widać, iż przestaliśmy być spółką lokalną, działającą przede wszystkim w Polsce, a staliśmy się firmą europejską, a nawet globalną. Choć poza Polską działamy już od 12 lat, w zasadzie dopiero dynamiczny rozwój w latach 2015–2016 pokazał wszystkim, z jak dużą i prężną organizacją mają do czynienia. Dziś jesteśmy systematycznie zapraszani do dialogu z największymi graczami na rynku światowej dystrybucji IT, regularnie też pojawiajemy się na konferencjach i w raportach opracowywanych przez stowarzyszenie zrzeszające największych dystrybutorów IT na świecie – GTDC. Konferencje te są debatami na temat przyszłych możliwości rozwoju IT na świecie, w których biorą udział najważniejsze osoby z branży. Z naszego punktu widzenia uczestnictwo w tych spotkaniach jest wyjątkowo cennym doświadczeniem. Pozwala bowiem spojrzeć na nasz biznes pod zupełnie innym kątem.

Od dawna podkreślamy, że ABC Data to firma, która nie tylko sprzedaje sprzęt, lecz także zapewnia nowoczesną logistykę, wspomaga partnerów w zakresie marketingu, organizuje szkolenia i warsztaty oraz oferuje profesjonalne doradztwo techniczne. Takie podejście do biznesu wyjątkowo cenią nasi klienci, a także partnerzy, którzy powierzają nam tak ambitne zadania, jak wprowadzenie danej marki do Polski czy innych krajów regionu

CEE. Potwierdzeniem naszej pozycji są również przyznawane nam nagrody. W tym roku po raz kolejny zostaliśmy najlepszym dystrybutorem elektroniki w Europie Środkowo-Wschodniej podczas konferencji DISTREE EMEA. Zdobyliśmy też tytuł Dystrybutora Roku 2016 w plebiscyście magazynu „CRN”. Co istotne, nagrody przyznają w nim czytelnicy „CRN”, czyli tysiące resellerów i integratorów z całego kraju, z kolei w przypadku DISTREE są to firmy z całego regionu CEE. Czy może być coś bardziej cennego dla firmy z tego sektora?

**Na jakich filarach opiera swój rozwój ABC Data? Czy możemy mówić o kontynuacji strategii z 2015 r., czy może nastąpiły jakieś zmiany?**

W ubiegłym roku na rynku doszło do wielu przetasowań i zawirowań, które w znaczący sposób zmieniły sytuację – o części z nich wspominałam już wcześniej. W tych okolicznościach konieczne były bieżące korekty, które spowodowały pewne zmiany obranego przez ABC Data kursu. Cel podróży pozostał jednak niezmienny, a my zrealizowaliśmy większość kluczowych inicjatyw. Nadal jednak, zgodnie z założeniami, konsekwentnie rozwijamy się na rynkach zagranicznych. Z powodzeniem umacniamy naszą pozycję w krajach, w których działamy bezpośrednio, np. na Węgrzech. Co istotne, działając poza Polską, możemy skoncentrować się na produktach wysokomarżowych. W listopadzie ub.r., w ramach realizacji działań z obszaru M&A jako ważnego czynnika wspierającego dalszy wzrost spółki, przejęliśmy kontrolny pakiet akcji S4E. Dziś dynamicznie rozwijamy wachlarz oferowanych usług z wartością dodaną. Realizujemy je zarówno poprzez własny zespół inżynierów, jak i specjalistów S4E, która to firma jest przecież wyspecjalizowanym VAD-em. Sukcesywnie zwiększamy też przewagi

konkurencyjne w obszarze e-commerce. W czerwcu br. uruchomiliśmy własną platformę ABC Data Cloud, w której ramach oferujemy zaawansowane usługi realizowane na podstawie modelu chmurowego. Dynamicznie rozwijamy też nasze pozostałe narzędzia e-commerce. Klientom udostępniliśmy właśnie aplikację mobilną do platformy sprzedażowej ABC Data. Rozwinęliśmy też nasz program Reseller Web, będący zaawansowaną technologicznie aplikacją e-sklepu. Tak jak przed laty, tak i teraz nie boimy się wyznaczania nowych trendów w naszej działalności – innowacyjność od zawsze jest bowiem cechą ABC Data.



**ABC Data**

Jest wiodącym dostawcą sprzętu i usług IT oraz elektroniki użytkowej w regionie CEE. Jako jedyna firma z branży działa bezpośrednio w ośmiu państwach Europy Środkowo-Wschodniej. W latach 2009–2017 firma została siedmiokrotnie wyróżniona jedną z najważniejszych w branży nagród – nagrodą EMEA Channel Academy dla najlepszego dystrybutora regionu CEE. Jako pierwsza firma z Polski została członkiem GTDC, prestiżowego stowarzyszenia największych dystrybutorów IT na świecie. Od 2010 r. jest też notowana na GPW w Warszawie.

**Wartość polskiego rynku e-commerce jest szacowana na 30–40 mld zł i ciągle rośnie. To może warto powiedzieć coś więcej o wspomnianych inicjatywach w tym obszarze?**  
ABC Data Cloud to nowa platforma e-commerce, która jest dedykowana sprzedaży zaawansowanych usług IT w modelu chmury. Mówiąc najprościej, umożliwia ona globalnym i lokalnym dostawcom oferowanie swoich rozwiązań w formie usług chmurowych w modelach IaaS, PaaS, SaaS i DRaaS. Dzięki platformie zarejestrowani w naszym systemie resellerzy otrzymują dostęp do szerokiej

i zróżnicowanej oferty, m.in. wirtualnych serwerów, dysków sieciowych, systemów do archiwizacji i backupu danych, analiz czy planowania. Poprzez ABC Data Cloud resellerzy mogą proponować swoim klientom końcowym nie tylko jedną skonfigurowaną usługę, lecz także pakiety złożone z ofert różnych dostawców. Jednocześnie platforma umożliwia uproszczenie i uelastycznienie biznesu, oferując wygodne sposoby płatności, m.in. w postaci abonamentów. Wraz z premierą nowej platformy zaprezentowaliśmy również wspomnianą aplikację mobilną do systemu InterLink, czyli m-InterLink, która

działa na smartfonach i tabletach pracujących pod Androidem i iOS. Wszystkie dane wyświetlane w aplikacji są synchronizowane z platformą transakcyjną ABC Data, dzięki czemu zakupy i zamówienia rozpoczęte w aplikacji mobilnej można dokończyć w InterLinku, i na odwrót. Z kolei specjalnie dla resellerów zainteresowanych prowadzeniem własnego sklepu internetowego przygotowaliśmy nową odsłonę programu Reseller Web. Narzędzie oparte zostało na zaawansowanym technologicznie silniku e-sklepu. Program pozwala na szybkie i bezproblemowe tworzenie oraz konfigurowanie otwartego sklepu on-line,

w pełni zintegrowanego z systemami ABC Data. Inwestycje w e-commerce, chmurę oraz coraz bardziej dynamiczny rozwój usług z wartością dodaną nie stanowią rewolucji, lecz raczej naturalną ewolucję dotychczasowego modelu biznesowego spółki. Dostarczanie sprzętu IT oraz elektroniki użytkowej niezmiennie pozostaje najważniejszą częścią naszego biznesu. Jednak postępująca cyfryzacja gospodarek i społeczeństw sprawia, że we współczesnym IT to właśnie usługi nabierają wyjątkowego znaczenia. Dlatego ABC Data konsekwentnie rozwija się również w tym kierunku.

**Największą część przychodów ABC Data wciąż osiąga w obszarze broadband. Czy cały czas wprowadzacie na rynek nowe produkty?**  
Podstawą działalności broadband'owej jest atrakcyjne portfolio produktowe, które musi być komplementarne. W ABC Data nieustannie rozwijamy więc naszą ofertę, wprowadzając do niej nowe produkty i marki. Jak już wspominałam, światowe marki powierzą nam misję wprowadzenia ich produktów do naszego kraju. W ubiegłym roku uruchomiliśmy pierwszy w UE oficjalny kanał dystrybucji produktów Xiaomi, którego smartfony to

jedne z najlepiej sprzedających się dziś urządzeń mobilnych na świecie. Nasza współpraca dobitnie pokazuje, że jesteśmy w stanie myśleć nieszablonowo i oferować usługi, które mogą zmienić sytuację na wybranych rynkach. Sprzedaż produktów tej marki w Polsce dynamicznie rośnie – współpracujemy z wieloma sklepami oraz z operatorem sieci komórkowej Play, a dodatkowo wprowadzamy ją właśnie na kolejne rynki, np. do krajów bałtyckich. Nawiązaliśmy tam współpracę z operatorem komórkowym Telia, który odpowiada za ponad 40 proc. sprzedaży smartfonów na Litwie. Oczywiście, sprzęt Xiaomi jest też dostępny w tamtejszych sklepach. Po uruchomieniu sprzedaży na Litwie ABC Data rozpocznie budowę kanału na Łotwie i w Estonii, a to jeszcze nie koniec naszych planów. Z ważniejszych kontraktów zostaliśmy w ostatnim czasie także oficjalnym dystrybutorem innowacyjnych urządzeń drukujących i akcesoriów marki Triumph-Adler oraz pełnego portfolio urządzeń elektronicznych TomTom. Do oferty wprowadziliśmy również zasilacze awaryjne Legrand i drukarki 3D renomowanego węgierskiego producenta CraftUnique. Nieustannie prowadzimy też rozmowy z kolejnymi vendorami.

**Jakie są szanse, że zrealizujecie jedno z podstawowych założeń waszej strategii rozwoju, czyli zwiększenie udziału w polskim rynku dystrybucji IT do 25 proc. przed końcem 2018 r.?**  
Z danych Contextu wynika, że poziom ten osiągnęliśmy już jakiś czas temu. I mam tu na myśli wyłącznie ABC Data. Jeśli dodać do tego nasze spółki zależne, czyli iSource i S4E, to automatycznie jest on wyższy. My jednak nie powiedzieliśmy jeszcze ostatniego słowa. Pracujemy nad dalszym umacnianiem firmy i zajmowanej pozycji. ☺