

WYWIAD

# TP-Partner z sukcesem



Ze **ZDZISŁAWEM KACZYKIEM**,

DYREKTOREM SPRZEDAŻY

**TP-LINK** POLSKA

rozmawia Beata Tallar-Zakrzewska

- Czy po wprowadzeniu programu partnerskiego zwiększyła się sprzedaż przez partnerów?

- Zdecydowanie. Pilotażem programu TP-Partner była promocja „Ni Hao China”, w ramach której nagrodziliśmy 20 resellerów bardzo ciekawym wyjazdem do Chin. W okresie trwania promocji, od początku maja do końca sierpnia ubiegłego roku, sprzedaż ponad 400 firm zarejestrowanych w promocji zwiększyła się o 40 proc. w stosunku do pierwszego kwartału 2012. Tuż po zakończeniu promocji, na tej samej platformie ruszył oficjalnie program partnerski. Dziś program się rozrasta, obecnie mamy ponad 600 zarejestrowanych partnerów. To firmy duże i małe. Jedno- i wielooddziałowe. Każda z nich może korzystać ze wszystkich zalet programu, poszczególnych promocji, benefitów.

- Jaki procent sprzedaży idzie przez kanał partnerski?

- Około 50 procent naszej sprzedaży generowana jest przez firmy – partnerów programu TP-Partner. To bardzo duży procent biorąc pod uwagę, że sprzedaż produktów **TP-LINK** odbywa się wieloma kanałami. Ta grupa partnerów jest dla nas wyjątkowo istotna i, prawdę mówiąc, z informacji otrzymywanych od partnerów dowiadujemy się, że bardzo sobie cenią nasze wsparcie oferowane w ramach programu. To właściwa synergia.

**Dla klientów** bardzo ważna jest wysoka jakość produktów, ich **niezawodność** i łatwość użytkowania

- W jakich obszarach oferty **TP-LINK** najlepiej widać wnoszoną przez firmę wartość, innowacyjność, zrozumienie potrzeb klientów, dbałość o szczegóły i relacje?

- Dla klientów bardzo ważna jest wysoka jakość produktów, ich niezawodność i łatwość użytkowania. Doskonałym przykładem naszej dbałości o te aspekty są routery 3G/4G, które przed wprowadzeniem na rynek, poza surową kontrolą jakości w procesie produkcji, są testowane u nas pod kątem kompatybilności z dostępnymi na rynku modemami USB i usługami oferowanymi przez polskich operatorów. Wszystkie produkty **TP-LINK** wyróżnia również prosta i łatwa instalacja, często za pomocą jednego przycisku, pozwalająca nawet początkującym użytkownikom szybko skonfigurować zakupiony sprzęt. Jakość, niezawodność, dostępność i wsparcie dla partnerów oraz klientów - to nasze główne obszary zainteresowania, gwarantujące nam czołową pozycję na lokalnym i globalnym rynku sieciowym.

- Proszę przedstawić najważniejsze obszary Programu Partnerskiego **TP-LINK**.

- Uczestnicy programu zbierają punkty na podstawie zakupów produktów **TP-LINK**. Punkty te można w dowolnym momencie wymienić na nagrody z zamieszczonego na stronie katalogu nagród, bądź doładować nimi kartę bankową, którą każdy uczestnik programu dostaje w pakiecie powitalnym. Dodatkowo uczestnicy programu mogą zamówić materiały marketingowe, brać udział w promocjach, akcjach specjalnych, mają dostęp do aktualnych informacji o produktach, wydarzeniach i promocjach. Wkrótce uruchomimy także moduł szkoleniowy.

Każda zarejestrowana w programie partnerskim firma ma również możliwość skorzystania z dodatkowych rabatów przy zakupie produktów SMB.

W maju wystartowaliśmy z promocją „Wszystkie barwy Chin”, w której każdy reseller, nie tylko wielkie

firmy handlowe, może wygrać absolutnie fantastyczną podróż do Chin. Dla partnerów rywalizujących w 4 kategoriach przygotowaliśmy 20 miejsc. Jestem przekonany, że rywalizacja, trwająca do końca sierpnia, będzie równie zacięta jak podczas promocji w roku ubiegłym.

- Które produkty są motorami napędowymi sprzedaży w Polsce?

- Obecnie wciąż najlepiej sprzedającym się modelem jest niedrogi TL-WR740N, jednak coraz częściej klienci zwracają się ku droższym, nowoczesnym modelom, takim jak bardzo wydajny dwupasowy router TL-WDR4300. Rosnącą, i to szybko, popularnością cieszą się też urządzenia 3G, wśród których ciekawą propozycją jest przenośny TL-MR3040 z wbudowaną baterią. Od niedawna promujemy także technologię Powerline, która zyskuje coraz większe uznanie użytkowników, którym z różnych powodów tradycyjna sieć nie wystarcza. Tu chciałbym zwrócić szczególną uwagę na produkty oferujące wysoką, do 500Mb/s, prędkość transmisji danych w sieci elektrycznej, takie jak miniaturowe transmytery TL-PA4010.

- Jak **TP-LINK** ocenia obecną kondycję rynku IT?

- Nasza ocena rynku może być trochę nieobiektywna, gdyż notujemy stały wzrost sprzedaży i zainteresowania kolejnymi produktami z naszej oferty. Zdajemy sobie jednak sprawę z tego, że ogólna sytuacja na rynku jest determinowana kondycją poszczególnych branż polskiej gospodarki i co za tym idzie – ich wydatkami na IT. Natomiast nawet spowolnienie gospodarcze może stanowić szansę dla tych firm, które cechują się dużą elastycznością i potrafią się dopasować do potrzeb klientów. Rozmawiałem z wieloma resellerami, którzy potrafią fantastycznie wykorzystać słabszą koniunkturę do rozwoju własnego biznesu. Dla nich wielkie brawa! ■

