



Fot. AdobeStock

# Kreatorzy i brokerzy w świecie usług

Świat nowych technologii zmierza w kierunku usług.

Tymczasem tempo cyfrowej transformacji w Polsce jest zdecydowanie niższe niż w krajach rozwiniętych. Stanowi to jednak dobrą informację dla kanału sprzedaży, bo integratorzy zyskują więcej czasu, aby należycie przygotować się do nowych reguł gry.

Ci, którzy się na to decydują, mają do wyboru kilka ścieżek rozwoju.

**WOJCIECH URBANEK**

**M**odel abonencki długo był utożsamiany z usługami telefonii komórkowej bądź telewizji kablowej. Ale w ostatnim czasie korzystają z niego również odbiorcy biznesowi, płacąc w tej formie za przechowywanie danych, moc obliczeniową lub oprogramowanie. Subskrypcja przynosi korzyści obu stronom transakcji. Usługodawcy zyskują przestrzeń do budowania długofalowych relacji, użytkownicy zaś nie ponoszą wysokich, jednorazowych wydatków na

zakup sprzętu bądź aplikacji, nie muszą też martwić się o serwis urządzeń. Nie bez przyczyny mówi się o demokratyzacji technologii informatycznych. Wcześniej z nowości IT korzystały bogate koncerny i menedżerowie wyższego szczebla, obecnie dostęp do innowacyjnych rozwiązań ma praktycznie każdy.

Na sprzedaż usług ma też wpływ ogólna sytuacja firm. Wprawdzie budżety na IT rosną, nie na tyle jednak, aby rozwiązać wszystkie problemy, z którymi bory-

kają się administratorzy. Kłopotliwy staje się także niedostatek rąk do pracy, szacuje się bowiem, że w Polsce brakuje ok. 50 tys. specjalistów IT. W związku z tym przedsiębiorcy poszukują oszczędności, a także dodatkowego wsparcia i sięgają po rozwiązania chmurowe. Według Gartnera w 2017 r. przychody ze sprzedaży tego typu usług wyniosły 260 mld dol., a w roku 2020 r. będzie to 411,4 mld dol. Co ciekawe, Cisco przewiduje, że w 2021 r. serwerownie w firmach realizować będą ok. 6 proc.

zadań obliczeniowych – reszta ma być przeprowadzana w chmurze publicznej.

Jednakże usługi IT nie kończą się na cloud computingu. Ciekawą alternatywą jest model Managed Service Providers, który wprawdzie funkcjonuje od dość dawna, ale dopiero teraz zaczął wychodzić z cienia. W tym przypadku usługodawca przejmuje całkowitą opiekę nad wskazanym przez klienta obszarem. Może to być m.in. zarządzanie drukiem, procesami komunikacji i kolaboracji albo ochrona i przechowywanie danych. Z danych firmy badawczej MarketsandMarkets wynika, że wartość globalnego rynku usług zarządzanych w 2022 r. wyniesie niemal 260 mld dol. Dla porównania w 2016 r. przychody z tego tytułu nie przekroczyły 140 mld dol.

## PIENIĄDZE Z SAAS

W segmencie usług chmurowych największe przychody generuje sprzedaż oprogramowania SaaS. Według Gartnera w bieżącym roku jej wartość wyniesie 71,2 mld dol., a w 2020 r. ma zbliżyć się do 100 mld dol. Na pierwszy rzut oka nie jest to zbyt atrakcyjny obszar do działania dla resellerów. Jednak wbrew rozpowszechnianym stereotypom ich rola nie musi się ograniczać tylko do odsprzedaży usług.

SaaS stawia przed dostawcami wysokie wymagania odnośnie do infrastruktury, która powinna cechować się dużą skalowalnością i wydajnością. Niemal zawsze pojawiają się też przeszkody związane z integracją danych i aplikacji pracujących w środowisku lokalnym oraz chmurowym, a także z zabezpieczaniem cyfrowych zasobów. Wymienione trudności otwierają przed integratorami nową przestrzeń do działania.

Wśród użytkowników SaaS panuje błędne przekonanie, że dostawca usługi całkowicie zabezpieczy dane. Tymczasem jego odpowiedzialność jest ograniczona, bo nie dotyczy chociażby omyłkowego skasowania danych przez personel usługobiorcy lub zniszczenia ich przez cyberprzestępcę.

Większość dostawców nie oferuje usług związanych z odzyskiwaniem danych. Wyjątkiem jest Salesforce, który jednorazowo inkasuje za taką operację...10 tys. dol. To poważny argument dla użytkowników SaaS, którzy rozważają, czy warto zainwestować

w dodatkową ochronę. Aplikacje przeznaczone do backupu i odzyskiwania danych z SaaS oferują m.in. Spanning, Backupify oraz Barracuda Networks. Kopie zapasowe są przechowywane w prywatnej chmurze i w razie potrzeby można szybko odzyskać dane. Najczęściej tego typu rozwiązania przeznaczone są dla użytkowników usług Salesforce, Microsoftu czy Google'a.

Resellerzy powinni zainteresować się także systemami przeznaczonymi do integracji środowisk chmurowych i lokalnych. Lwia część przedsiębiorców korzysta zarówno z chmury publicznej, jak i lokalnych zasobów. Innym trendem, który będzie się nasilał, jest multi-cloud, czyli podpisywanie przez firmę umów z kilkoma dostawcami usług chmurowych. Według agencji 451 Research ponad 30 proc. przedsiębiorstw deklaruje chęć współpracy przynajmniej z czterema providerami. Nie ulega wątpliwości, że właściciele mniejszych i większych firm z czasem zaczną gubić się w tym swoistym labiryncie usług.

## PAMIĘCI MASOWE JAKO USŁUGA

Z badań Contextu wynika, że rodzimi resellerzy najczęściej sprzedają w modelu chmurowym usługę Backup as a Service (47 proc.), a następnie Storage as a Service (38 proc.). Niektórzy ograniczają się do roli pośredników, ale istnieje także grupa firm tworzących własne rozwiązania, które często bazują na oprogramowaniu Veeam lub Zerto. Jednak mimo zróżnicowanej oferty rynkowej, wciąż wielu polskich przedsiębiorców nieufnie podchodzi do cloud computingu, głównie z lęku przed wynoszeniem danych poza własną siedzibę. Wprawdzie usługodawcy przekonują, że pliki przechowywane na zewnątrz są bezpieczniejsze niż na firmowych serwerach, ale ta argumentacja trafia na razie do nielicznych przedsiębiorców. Czy istnieje złoty środek, który pozwala pogodzić ekonomię z bezpieczeństwem?

Amerykański startup Zadara Storage już ponad trzy lata temu promował na targach we Frankfurcie usługę On-Premise as a Service. Jak sama nazwa wskazuje, macierz dyskowa SAN lub NAS znajduje się wówczas w siedzibie klienta, który płaci tylko za ilość przechowywanych danych. Startup zobowiązuje się do całodobowe-

go monitorowania systemu i jego aktualizacji, a także zachowania 100 proc. SLA. W przypadku umów długookresowych Zadara Storage oferuje również bezpłatną modernizację sprzętu. Wkrótce tą drogą podążyli inni producenci, w tym Dell EMC.

– Klienci wykazują zainteresowanie nowymi możliwościami, jakie oferują nowe technologie. Pamięci masowe nie stanowią tu wyjątku. Dlatego oferujemy niemal wszystkie urządzenia również w modelu subskrypcyjnym, co oznacza, że przedsiębiorca płaci wyłącznie za zużytą przestrzeń dyskową – wyjaśnia Dariusz Okrasa, szef kanału partnerskiego Dell EMC.

Również IBM rozpoczął sprzedaż pamięci masowych w modelu usługowym, poczynając od rynku australijskiego. Koncern, zachęcony sukcesem przedsięwzięcia, zdecydował się wprowadzić tę formę sprzedaży także na Starym Kontynencie.

– Firma uiszcza jedynie miesięczną lub kwartalną opłatę za wykorzystaną powierzchnię dyskową. W tym modelu oferujemy obecnie system IBM Cloud Object Storage, który jest instalowany u klientów. Ale już wkrótce dołączą do niego kolejne produkty: systemy all flash, rodzina Storwize oraz VersaStack – zapowiada Eric Herzog, CMO w dziale IBM Storage and Software-Defined Infrastructure.

Jednak najbliższa ideału wydaje się być koncepcja Igneous Systems. Firma opracowała platformę przechowującą >

## Zdaniem integratora

**Magdalena Idzik-Fabiańska,**  
Executive Director, Infonet Projekt

Zauważamy rosnący popyt na usługi w obszarze infrastruktury, które związane są między innymi z unowocześnianiem środowisk. Dotyczy to chociażby wirtualizacji z wykorzystaniem rozwiązań VMware. Ze względu na rosnące cyberzagrożenia wzrasta też zainteresowanie klientów usługami projektowania, wdrażania oraz przygotowywania procedur dla Disaster Recovery Site. Dużą popularnością cieszą się również wszystkie usługi, które podnoszą efektywność i niezawodność działania środowiska IT, a także skracają czas jego niedostępności w przypadku awarii.



Wolfgang May,  
Channel Manager  
CEE, Barracuda  
Networks

Krzysztof Siwek,  
inżynier wsparcia  
sprzedaży,  
Beyond.pl



Krzysztof  
Hałas, dyrektor  
zarządzający,  
Bakotech

## Zdaniem dostawców

**WOLFGANG MAY** Usługi to dobry sposób tworzenia wartości dodanej dla klienta. Często takie podejście określa różnicę między „sprzedawcą” a „wysoko cenionym partnerem”. Usługi stanowią podstawę tworzenia i umacniania długotrwałych relacji na linii klient – dostawca. W dzisiejszych czasach jest to także baza na przyszłość, ponieważ integratorzy mogą przejść od odsprzedaży usług chmurowych określonych producentów do oferowania klientom własnych usług.

**KRZYSZTOF SIWEK** Dostrzegamy znaczący wzrost zainteresowania chmurą, pojawiają się również pytania dotyczące kolokacji. Coraz częściej firmy decydują się także na stworzenie infrastruktury dla klienta, korzystając ze wsparcia naszego architekta, lub hybrydy łączącej ją z naszą chmurą obliczeniową. Około 60 proc. naszych dochodów generują usługi chmurowe i to one stanowią najbardziej perspektywiczne rozwiązanie dla biznesu, które wyprze tradycyjne formy przetwarzania firmowych danych.

**KRZYSZTOF HAŁAS** Usługi coraz częściej są wartościową alternatywą dla tradycyjnej sprzedaży sprzętu i oprogramowania. Z punktu widzenia partnera umożliwiają poszerzenie portfolio, wzmocnienie pozycji rynkowej, dotarcie do nowej grupy klientów. Współpracujemy z dwiema grupami partnerów. Pierwszą tworzą firmy, które dopiero poznają zalety modelu usługowego i bazują na przygotowanych przez nas cennikach, opisach usług i informacjach handlowych. Drugi rodzaj partnerów to integratorzy związani z nami od dawna, których głównym obszarem działania są usługi w zakresie bezpieczeństwa IT. W tej grupie znacznie częściej się zdarza, że nasza oferta jest jedynie wyznacznikiem pewnych możliwości.

- najważniejsze dane w środowisku klienta. Rozwiązanie jest kompatybilne z serwerami NAS firm Dell EMC i NetApp, co zapewnia konsolidację backupu pochodzącego z kilku źródeł w jednym urządzeniu. System ten nie wymaga zastosowania oprogramowania do tworzenia kopii zapasowych. Ponadto platforma ma interfejs z AWS, dzięki czemu pliki rzadko przetwarzane lub przestarzałe, o małym znaczeniu dla przedsiębiorcy, automatycznie przenosi do chmury. Igneous Systems oferuje swój produkt w subskrypcji, a integratorzy mogą go sprzedawać w modelu white label.

### PROSTA ODSPRZEDAŻ CZY KREACJA?

Większość resellerów zaczyna przygodę z usługami od najprostszego modelu polegającego na odsprzedaży. Nie wymaga ona wysokich kwalifikacji, zatrudniania sztabu specjalistów od IT i własnej infrastruktury. Ale kurczowe trzymanie się tej opcji ma ujemne strony. Po pewnym czasie provider może przechwycić lukratywnych usługobiorców, proponując im lepsze warunki.

– Partnerzy muszą wybierać między szybkim zyskiem i lojalnością klientów.

*Broker na pojedynczej transakcji może zarobić duże pieniądze, ale to nie oznacza, że tak będzie zawsze. W dalszej perspektywie bardziej opłacalne wydaje się budowanie własnych usług, najlepiej bazujących na rozwiązaniach renomowanego producenta. Warto rozważyć, co lepsze: zyskać jednorazowo 30 proc. marży, czy systematycznie inkasować po 15 proc. w ciągu kilku lat – zachęca Dariusz Okrasa.*

Tacy integratorzy jak Infonet Projekt, netology i Symmetry zdecydowali się tworzyć autorskie rozwiązania. Pierwsza firma oferuje w modelu SaaS swój produkt IT Manager służący do centralnego zarządzania infrastrukturą. Oprogramowanie jest utrzymywane na platformie Microsoft Azure. Netology zaś firmuje pod własną marką netosphere usługę Backup as a Service.

– Nasze podejście do platformy sprzętowej jest niestandardowe. Rekomendujemy konkretne rozwiązanie, pozwalając klientowi dobrać modele zgodne z jego preferencjami, polityką zakupową lub wskazaniem grupy. Z naszego punktu widzenia ważna jest wydajność i niezawodność – tłumaczy Piotr Biela, członek zarządu netology.

Symmetry dywersyfikuje swoją działalność, inwestując w różnych obsza-

rach. Jednym z efektów tego typu działań jest SYMMdrive – autorskie rozwiązanie opracowane na bazie technologii Microsoft SharePoint. Umożliwia ono tworzenie bibliotek plików w lokalnej sieci i chmurze publicznej, a następnie zarządzanie nimi.

Innym modelem zyskującym popularność jest tzw. white label, a więc sprzedaż cudzych usług i rozwiązań pod własną marką. W tym przypadku integrator musi darzyć dostawcę dużym zaufaniem, a jednocześnie mieć wysokie notowania u klientów. Na taki krok zdecydował się Engave. Oferuje pod marką Iron Cloud usługi Backup as a Service oraz Disaster Recovery as a Service, bazując na oprogramowaniu Veeam.

Przykłady Adobe i Microsoftu dowodzą, że sprzedaż oprogramowania w modelu usługowym przynosi nieźle profity. W ich ślady niewątpliwie będą szli inni dostawcy aplikacji, tym bardziej że użytkownicy szybko dostrzegają zalety SaaS. Nie ulega wątpliwości, że w postaci usługi będzie sprzedawanych także coraz więcej urządzeń. Brzmi to paradoksalnie, ale producenci komputerów szukają różnych możliwości rozwoju i co i rusz napomykają o modelu PC as a Service. ■