

Компания «Марвел-Дистрибуция»

ИТОГИ РАБОТЫ В 2008 ГОДУ

Несмотря на общий спад продаж в конце 2008 г., компания «Марвел-Дистрибуция», позиционирующая себя как широкопрофильный дистрибьютор для системных интеграторов, реселлеров и розничных сетей, выполнила намеченный на этот год план: суммарный объем продаж вырос на 35%. Такой рост стал возможен благодаря нескольким факторам. Один из них — расширение дистрибьюторского портфеля: в прошлом году у «Марвел» появилось 15 новых поставщиков¹ (Abit, AOC, AudioCodes, AVE, Asus, Belinea, Gigabyte GSmart, Gigabyte (PDA), iiyama, Olympus, Philips, Packard-Bell, Proview, Raptoxx, Zotac). Часть контрактов перешла к «Марвел» после объединения с дистрибьюторским подразделением компании ERIMEX. Кроме того, были расширены уже существующие дистрибьюторские соглашения: была получена авторизация на поставку ноутбуков Lenovo семейства IdeaPad (в дополнение к ThinkPad), а также дисковых массивов семейства XP и серверных решений Business Critical System компании Hewlett-Packard. В настоящий момент портфель «Марвел» насчитывает более 50 вендоров.

Структура доходов компании

В распределении продаж по продуктовым департаментам сохраняется



Доли продуктовых департаментов «Марвел» в 2007–2008 гг.

¹ Перечислены в алфавитном порядке.

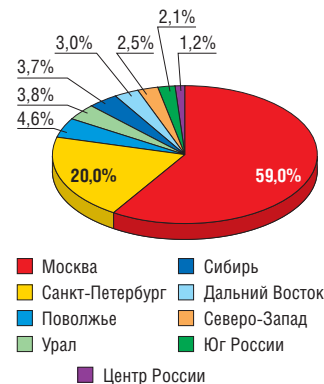
тенденция последних трех лет: сокращается доля комплекующих, периферийного оборудования, сохраняется доля ПК, ноутбуков, серверов и существенно возрастает доля сетевых решений. Но, несмотря на общую тенденцию, среди продуктовых департаментов наибольшая доля по-прежнему приходится на подразделение «Комплекующие, периферийное и цифровое оборудование» (39,1%). Доля сетевого департамента составила 33%, на «Ноутбуки, ПК и серверы» пришлось 27,7% продаж, самый «молодой» департамент «Аудио/Видео» привнес в оборот компании 0,2%.

Первая десятка вендоров

Компания Cisco продолжает оставаться вендором №1 в дистрибьюторском портфеле «Марвел». В числе вендоров, также приносящих наиболее существенную долю в объем продаж, такие крупные поставщики, как Hewlett-Packard (суммарный объем), Acer (мониторы и ноутбуки), Sony (ЦФК и ноутбуки), Canon (ЦФК и периферия), APC (решения ISX и ИБП малой мощности), IBM (вся линейка), Dell (вся линейка), а также мобильные средства коммуникации компаний Sony Ericsson и HTC.

Регионы

Структура региональных продаж за год изменилась незначительно. Немного возросла доля Москвы, Санкт-Петербурга и Дальнего Востока. В десятку лучших городов по объемам продаж (не считая Москвы и Санкт-Петербурга)



Структура продаж по регионам в 2008 г.

вошли Екатеринбург, Новосибирск, Владивосток, Хабаровск, Нижний Новгород, Казань, Красноярск, Ростов-на-Дону, Пермь, Краснодар.

Темпы роста

Из продуктовых направлений максимальный прирост продемонстрировала группа «Персональные компьютеры» (+99%). Второй по темпам роста (и при этом самой крупной) стала группа «Сетевые решения масштаба предприятий (Enterprise)». В 2008 г. их было продано на 87% больше, чем в 2007 г. К рекордсменам роста также относятся:

- мобильные средства связи (+39%);
- голосовые решения (+39%);
- цифровые фото- и видеокамеры (+35%);
- серверы и СХД (+31%).

Рост по многим вендорам также солидный. Так, в прошедшем году продажи продукции Linksys для сегмента SMB выросли на 151% («Марвел-Дистрибуция» была признана дистрибьютором с самым высоким темпом роста бизнеса по этому бренду). По ноутбукам MSI рост составил 407%. Продажи ПК производства HP за год увеличились на 227%, решений APC InfraStructure (группа Enterprise) было продано на 62% больше, чем в 2007 г.

Каналы, партнерская сеть

Отделы продаж компании разделены по специализации партнеров, с которыми работают менеджеры по продажам: отдел реселлерских продаж и отдел проектных продаж. Каждый из отделов представлен в московском и Санкт-Петербургском офисах компании. В структуре продаж 2008 г. преобладали реселлерские продажи (поставки готовой «коробочной» продукции). За отчетный период они выросли на 15% и привнесли в оборот 52,3%. Продажи проектных решений выросли на 65%, и их доля увеличилась с 40% в 2007 г. до 47,7% в 2008 г.

Партнерская сеть «Марвел» увеличилась с 2160 компаний из 130 городов России в 2007 г. до 2525 компаний из 152 городов в 2008-м.



Структура дилерской сети в зависимости от специализации партнеров.

Маркетинговая активность

В 2008 г. компания «Марвел-Дистрибуция» провела в России 77 мероприятий: 67 семинаров и тренингов по продукции своих вендоров в 24 российских городах; 9 неформальных встреч с партнерами в Санкт-Петербурге и Москве, а также многодневную партнерскую конференцию в Прибайкалье. Также в прошедшем году компания совместно с вендорами организовала 14 зарубежных поездок для своих партнеров. Среди них две дилерские академии: Зимняя на острове Бали и Футбольная — в Турции. Встречи с партнерами состоялись в Голландии, Новой Зеландии, Венгрии, Ирландии, в Австрии, где партнеры посетили один из матчей чемпионата по футболу EURO-2008, в Монако команда партнеров «Марвел» болела за команду «Зенит» в матче за Суперкубок УЕФА, в Сингапуре партнеры «Марвел» побывали на первой в истории ночной гонке «Формулы-1». В 2008 г. победители маркетинговых программ, проводимых компанией «Марвел» совместно с вендорами, посетили экзотическую Малайзию, освоили азы горнолыжного спорта в Лапландии, приобщились к чешской культуре в Праге, а также посетили мировую столицу азартных игр — Лас-Вегас. Во всех перечисленных мероприятиях «Марвел» приняли участие около 1700 партнеров. За прошедший год компания также провела 205 маркетинговых программ по продукции 35 вендоров.