

Защо Dell?

СЕМИНАР ПО СЛУЧАЙ 20-ГОДИШНИЯ ЮБИЛЕЙ НА ИТ ГИГАНТА

През втората половина на май „Индекс-България“ ООД организира семинар, посветен на 20-годишния юбилей на гиганта в световната компютърна индустрия Dell Inc. Същевременно бе отбелязана и 7-годишнината от основаването на българската фирма. Пред клиенти, ИТ специалисти и журналисти представители на двете фирми разясниха стратегията и целите на Dell на световния пазар и в България, представиха новите продукти и финансовите резултати на Dell за изминалата година, коментираха възможностите на „Индекс-България“ ООД като оторизиран дистрибутор на Dell за България. По реда на представянето бяха изнесени следните доклади:

- ❖ Драгош Матеевски, регионален мениджър за България, Македония, Румъния и Сърбия и Черна гора: *Why Dell?*
- ❖ Джонатан Паск, бизнес мениджър „Корпоративни клиенти“ за Адриатическия и Балтийския регион и Балканите: *Dell's Enterprise Strategy – A Pragmatic Approach to the Future of Enterprise Computing*
- ❖ Любомир Атанасов, управител на „Индекс-България“ ООД: *Индекс-България и Dell на българския пазар*
- ❖ Николай Дойчев, мениджър продажби в „Индекс-България“: *Нови продукти от Dell*

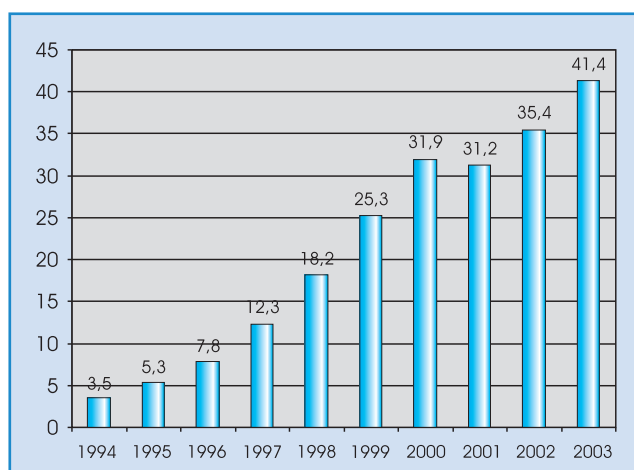
Акцентите в презентацията на г-н Матеевски бяха позициите на Dell на световните пазари (пазарен дял и финансови резултати), продуктите и услугите, които компанията предлага, както и нейните краткосрочни цели. Той изтъкна, че Dell е най-големият производител на персонални компютри в света. За последната финансова година, която е приключила на 30 януари т.г., компанията е реализирала оборот от 41,4 млрд. USD, а през

нейното последно тримесечие, най-успешното в историята на Dell, е увеличила обемите на продажбите си с над 20% в Америка, над 30% в Европа, Близкия изток и Африка (ЕМЕА), както и в Азиатско-тихоокеанския регион. Изключителни са резултатите в два стратегически за бъдещото развитие сегменти: продажбите на сървъри PowerEdge са се увеличили с 40%, а това е два пъти повече от средния световен ръст, а оборотът от сторидж решения е нараснал с цели 47%.

Финансови резултати на Dell за последните 10 години

Година	1994	1995	1996
Оборот (млрд. USD)	3,5	5,3	7,8

1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
12,3	18,2	25,3	31,9	31,2	35,4	41,4



Драгош Матеевски, регионален мениджър за България, Македония, Румъния и Сърбия и Черна гора (вляво) и Любомир Атанасов, управител на „Индекс-България“ ООД (вдясно)

Впечатляващи са позициите на Dell за 2003 г. както в отделните региони, така и в различните пазарни сегменти. При персоналните компютри и Intel базираните сървъри компанията е:

- ❖ №1 в света при Intel базираните системи с 16,9% пазарен дял.
 - ❖ №1 в САЩ с 30,2% пазарен дял.
 - ❖ №2 в EMEA с 11% пазарен дял
 - ❖ №3 в Азиатско-тихоокеанския регион и на най-големия пазар в тази част на света – Япония.
 - ❖ №4 в България с 5,6% пазарен дял.
- В света тя е:
- ❖ №1 при настолните компютри със 17,4% пазарен дял.
 - ❖ №2 при преносимите компютри с 16,1% пазарен дял
 - ❖ №2 при Intel базираните сървъри с 23,2% пазарен дял и №1 в САЩ, където компанията има 31,8% пазарен дял.
 - ❖ №1 при персоналните работни станции с 49,8% пазарен дял.
 - ❖ Не по-малко амбициозни са и целите, които Dell си поставя за следващите няколко години. Сред тях най-впечатляващи са тези за оборота, който през 2006 г. трябва да достигне 60 млрд. USD.

В подкрепа на мотото „Why Dell?“, под което премина семинарът, бяха приведени редица значими преимущества на компанията. Подчертано бе, че:

- ❖ Dell е най-динамично развиващият се производител на персонални компютри. За последните 10 години увеличението на производство-

то и продажбите е 11,8 пъти. Компанията е доставчик №1 в света на персонални компютри за корпоративни клиенти с около 20% световен пазарен дял.

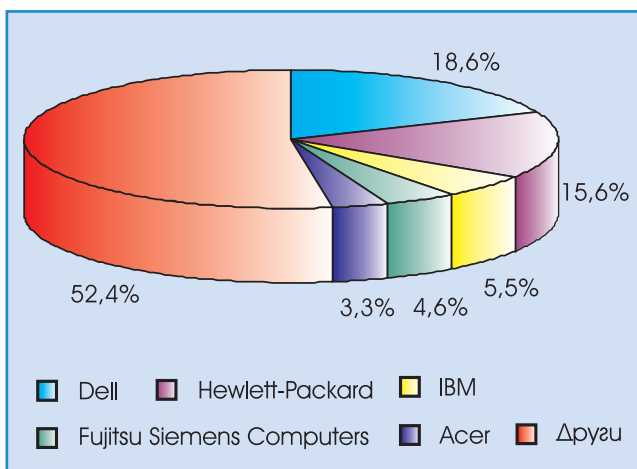
- ❖ Dell показва изключителна ефективност и финансова стабилност. Чистата печалба на компанията за 2003 г. надхвърля 2,6 млрд USD. Увеличението в сравнение с 2002 г., когато тази печалба е била 2,1 млрд USD, е 25%.
- ❖ Значителна част от продажбите на Dell се реализират по линията на т.нар. глобални клиенти. Това са корпорации, държавни администрации, университети, учебни заведения и гр., които използват техниката на Dell във всичките си офиси по света. Сред тях са : Световната банка, Microsoft, Ford, Boeing, Johnson & Johnson, NATO, Mars, McDonald's, Nestle, Shell, Sony, Volvo, Mercedes Benz, Rank Xerox, Deutsche Bank, Bank National de Paris, American Express, Australia New Zealand Bank, J.P. Morgan, National Australian Bank, Price Waterhouse Coopers, British Petroleum, Solvay, Unilever и много гр.
- ❖ Dell непрекъснато разширява продуктовата си гама. Освен сървъри, работни станции, настолни и преносими компютри, компанията предлага още системи за съхранение на данни (собствено производство и в кооперация с EMC²), активно комуникационно оборудване, джобни компютри, мултимедийни прожектори, лазерни и мастиленоструйни принтери.
- ❖ Освен това уникалният бизнес модел на Dell, при който всички продукти се произвеждат по поръчка, осигурява:

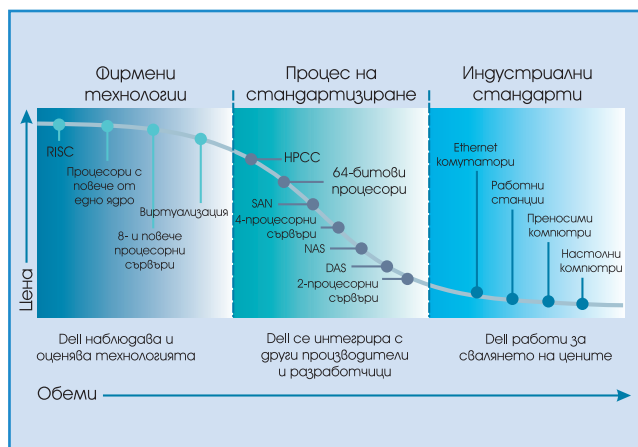
- ❖ Върхово технологично ниво на продуктите поради изключително бързо внедряване в производство на последните технически новости.
- ❖ Максимално удовлетворяване на изискванията на клиента по отношение както на техническата конфигурация, така и инсталирания в заводски условия базов софтуер.
- ❖ Кратки срокове за доставка – в заводите поръчките се изпълняват за срок от два до четири дни.
- ❖ Висока ефективност и ниски цени – времето от закупуване на компоненти и елементи (техните цени са с ясно изразена тенденция към намаление) до реализацията им в готов продукт по поръчка на клиент е 8–10 дни. Този срок при основните конкуренти на компанията е няколко пъти по-голям. Разходите за поддържане на складови наличности на компоненти и готова продукция са сведени до минимум.
- ❖ Възможност за гъвкава пазарна и ценова политика, която позволява дори и малки поръчки за специални клиенти да се продават на преференциални цени.

В своята презентация г-н Паск изтъкна, че основният стълб на бизнес модела на Dell е производство, подчинено изцяло на отворени индустриални стандарти, при което ниските оперативни разходи на компанията са съществено конкурентно предимство, позволяващо ѝ да предлага висококачествени продукти на ниски цени.

Разпределение на световния пазар за първото тримесечие на 2004 г. (по данни на IDC)

Компания	Пазарен дял (%)
Dell	18,6
Hewlett-Packard	15,6
IBM	5,5
Fujitsu Siemens Computers	4,6
Acer	3,3
Други	52,4





Фиг. 1. Иновации чрез стандартизация

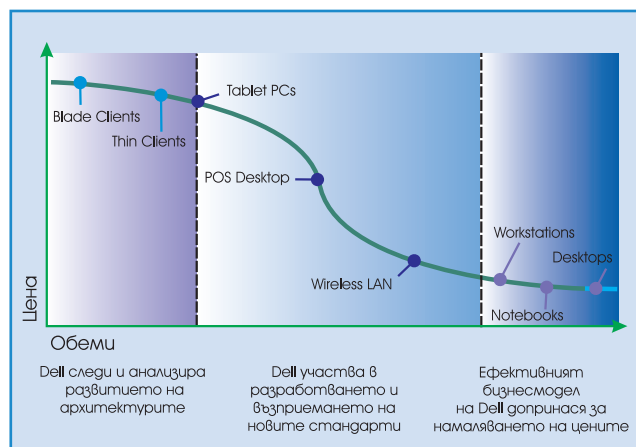
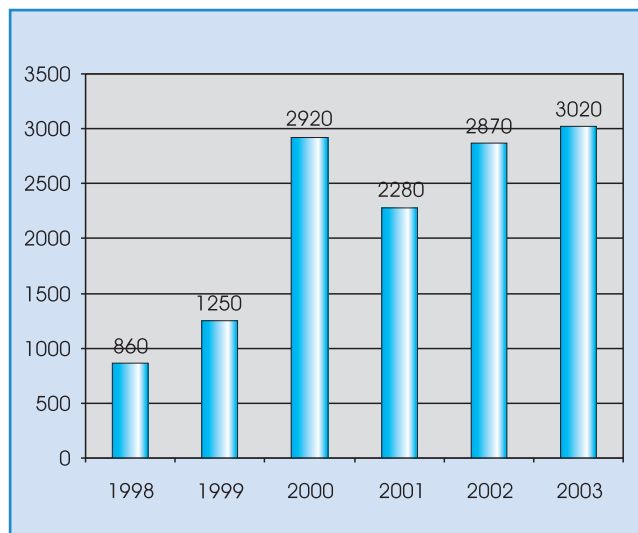
По време на семинара неколкостранно бе изтъкнато, че и като позиция (№4), и като пазарен дял (5,6%) представянето на Dell в България не подхожда на позицията на компанията като световен лидер. Амбициите са оборотът още тази година да скочи със 100%, а в следващите 3 години Dell да се нареди сред Top 3 на българския пазар. Съществена роля в това отношение трябва да играе и „Индекс-България“, която трябва ежегодно да осигурява ръст, по-голям от средния за страната, а той за 2003 в сравнение с 2002 г. е 15,3%.

Ангажимент в тази връзка пое и управителят на „Индекс-България“ Л. Атанасов, когато формулира непосредствените задачи пред българската фирма:

- ❖ Ежегодно увеличаване на обема на продажбите на продукти на Dell с над 20%.
- ❖ Ръст на продажбите на компютри, който да е по-висок от средногодишния за страната.

Финансови резултати на „Индекс-България“ за последните 6 години (оборот към крайни клиенти)

Година	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Оборот (хил. USD)	860	1250	2920	2280	2870	3020



Фиг. 2. Единна продуктова стратегия

- ❖ Основен приоритет на фирмата продължават да са големите корпоративни клиенти и проекти.
- ❖ Увеличаване дела на продажбите на продуктите на Dell, предназначени за корпоративни клиенти.
- ❖ Увеличаване обема на извършваните услуги, в това число организиране на извънгаранционно сервизно обслужване на компютри на Dell, системна интеграция и обучение на сервизни инженери на клиентите.
- ❖ Разширяване на мрежата от дилъри. Тези цели са продължение на развитието на „Индекс-България“ като фирма, реализирала на базата на продуктите на Dell редица големи проекти на обща стойност над 5,5 млн. USD в държавната и местната администрация и едрия бизнес:
- ❖ В Министерски съвет и областните администрации (над 600 настолни и преносими компютри и сървъри).
- ❖ В Министерството на финансите (над 70 сървъра и над 1200 персонални компютъра).
- ❖ В Министерството на вътрешните работи.
- ❖ Солвей Соди (над 600 настолни и преносими компютри).
- ❖ Алианц България.

„Индекс-България“ ООД е оторизирана да обслужва и глобални клиенти на Dell. В тази група са: Солвей Соди, Алианц България, Honeywell, Sanofy, Nestle, Coupre Schneider, „Златна Панега“ (Хајделберг Цимент) АД, Wrigley, General Electric, BASF, Emerson Process, Johnson & Johnson, Motorola, Legrand, Nokia, Anglo American, IKEA, Shering Plough, Идеал-Стандарт и др. Във фирмата е внедрена система за управление на качеството ISO 9001:2000 за всички извършвани дейности, в това число и за търговия с ИТ продукти, системно и техническо поддържане. Тя има 35 високкоквалифицирани сервизни инженери, които общо са притежатели на 118 (!) сертификата за поддръжка на продуктите на Dell. Собствената ѝ сервизна мрежа в градовете София, Пловдив, Варна, Русе, Бургас, Габрово, Севлиево, Девня и Троян е основа за качествено обслужване на нейните клиенти.