

'De simpelste weg leidt het snelst tot succes'

Yes Telecom verkoopt zijn maatoplossingen voor zakelijke vaste en mobiele telefonie uitsluitend via resellers. Volgens directeur Frank Caris proberen bedrijven die zowel direct als indirect verkopen de beste vriend van hun concurrent te zijn. "En dat is onmogelijk."

Frank Caris en Klaas Bottema kennen elkaar al vijftien jaar. Sinds vier jaar zijn ze samen managing director van het door henzelf opgerichte Yes Telecom. Hoe verdelen ze de taken? Caris: "Als dit een groter bedrijf zou zijn, dan was Klaas coo en ik

cco. Samen zouden we dan de ceo zijn. Ik houd me vooral bezig met de voorkant, terwijl Klaas de achterkant voor zijn rekening neemt, de contacten met leveranciers en dergelijke."

Het idee om samen een bedrijf te starten ontstond tijdens een evenement van een wederzijdse relatie. Bottema had zijn winkelketen Let's Talk net verkocht aan Orange en Caris speelde met de gedachte om distributeur Mobicall te verkopen. Toen ze samen filosofeerden over de toekomst, bedachten ze dat er behoefte was aan een provider voor mobiele telefonie die zich richt op de zakelijke markt. Voor hen beiden was het zonneklaar dat deze provider niet direct zou moeten verkopen, maar alleen via resellers. Bottema: "Wij vonden het allebei maar gek dat resellers zaken deden met operators die dezelfde klanten bedienen." Caris: "Die operators lopen voortdurend op eieren. Je kunt namelijk niet de beste vriend van je grootste concurrent zijn. Dat zou eigenlijk op een Delftsblauw tegeltje moeten staan, zo waar is het. Tijdelijk kan het wel werken, maar dan gaat er altijd wel weer iets mis. De resellers blijken zich ergens aan te storen en dan moet er een nieuw programma of een ander lapmiddel verzonnen worden."

FOTOGRAFIE: RUIJ JONKERS

FRANK CARIS (44, LINKS), KLAAS BOTTEMA (47)

Functie:

KB: Directeur

FC: Directeur

binnengehaald als klant

FC: Het verkrijgen van het officiële distributeurschap voor Nokia, dat heeft tot veel meer business geleid

Laatste werkgever

KB: Ik was eigenaar van winkelketen Let's Talk

FC: Eigenaar distributeur Mobicall, dat nu Brightpoint heet

Grootste blunder

KB: Toen ik als 26-jarige voor het eerst in Japan was, heb ik tijdens een meeting mijn neus gesnoten. Dat is daar not done

Auto

KB: Volvo XC90

FC: Range Rover Sport

FC: Ik hoorde dat MediaMarkt naar Nederland zou komen en regelde een afspraak met de verantwoordelijke. Ik kwam net op tijd aan in de goede straat, maar in de verkeerde stad

Telefoon

KB: Nokia Communicator E90 en Nokia 6300

FC: Sony Ericsson T700

Favoriete website

KB: Google en privé Windguru, een site met informatie voor watersporters

FC: Google en op vakantie Nu.nl voor het weer en kort beursnieuws

Laatst gelezen boek

KB: Joe Speedboot van Tommy Wieringa

FC: Een suf Amerikaans online-boekje, The Little Gold Book of Yes! Attitude

Beste deal ooit

KB: Toen ik bij Sony werkte, heb ik auto-importeur Pon

Laatst beluisterde cd

KB: (na kort overleg met zijn dochter) Amy Winehouse

FC: Rockferry van Duffy



'Je kunt niet de beste vriend van je grootste concurrent zijn'

it-resellers in de manier waarop zij zich aanpassen aan de veranderende markt. We zien dat het 'gaat vliegen' bij die partners die een specialist op het gebied van vaste of mobiele telefonie aannemen. Het is de grootste kans om convergentie in de realiteit te laten werken. Haal een vent binnen die de markt goed kent. Als je een goede verkoper hebt, heb je de slag al voor 80 procent gewonnen."

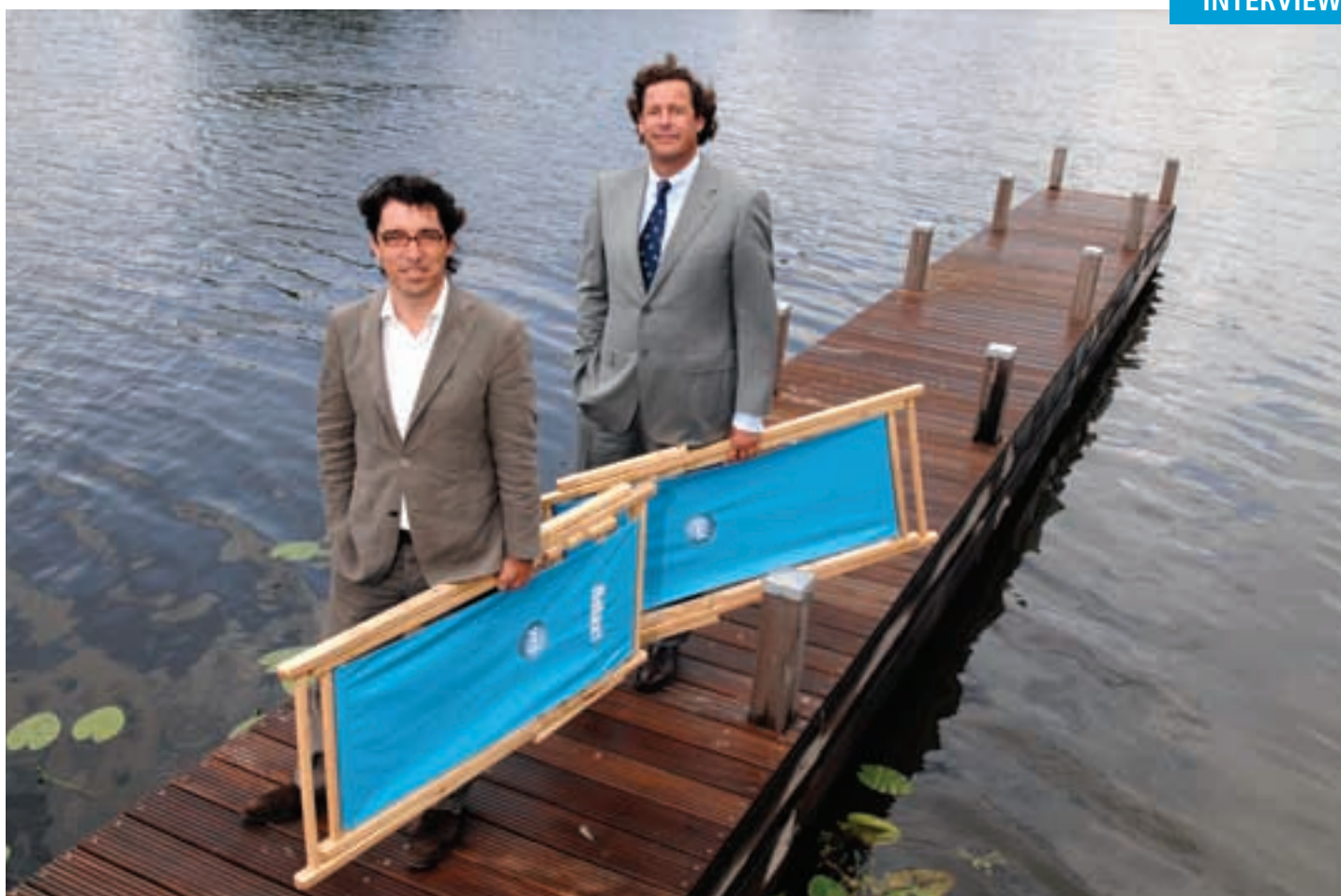
De tweede stap is zorgen dat er een goede back-office komt. "En dan ben je klaar. Je medewerkers praten automatisch wel met elkaar, wisselen ervaringen uit en zo komt de convergentie binnen je bedrijf vanzelf tot stand. Resellers die te ingewikkeld doen, zelf personeel opleiden en technisch en functioneel alles proberen te integreren, hebben minder kans van slagen. Vaak zetten directeurs de ontwikkeling wel in gang, maar blijven verkopers hun ding doen. Een it'er die telecom erbij doet, werkt trager. Er wordt niet snel genoeg gescoord en mensen worden bevestigd in hun idee dat telecom lastig is."

Volgens Caris is het op dit moment nog wel moeilijk om goede telecom-verkopers te vinden. "Maar daar komt op niet al te lange termijn verandering in. In de consumentenretail gaat het op dit moment niet geweldig. Waarschijnlijk sluiten er wel winkels en komen er mensen los."

Maatwerk

Toen ze zich oriënteerden op de kansen voor een indirect werkende provider, spraken Bottema en Caris met verschillende operators. Bottema zegt hierover: "We hadden weinig overredingskracht nodig om hen te overtuigen van de behoefte aan het bedrijf dat wij voor ogen hadden. Wij bieden maatwerk dat de mastodonten, die de operators nu eenmaal zijn, niet kunnen realiseren. Een reseller zei laatst tegen me: 'Met olietankers kun je moeilijk manoeuvreren.' Hij noemde ons daarna een speedboot, en daar was ik erg blij mee. Wij vinden dat je door gewone dingen heel goed te doen al een voorsprong hebt op je concurrenten."

Caris vult hem aan: "Neem een simpel voorbeeld als het aannemen van de telefoon. Bij ons wordt daar geen interactive voice response-systeem voor ingezet, zoals gebruikelijk is bij de operators. Wie ons belt, krijgt gewoon een medewerker aan de lijn. En omdat we een klein bedrijf zijn, is de kans groot dat je de volgende dag dezelfde persoon weer aan de lijn krijgt. Dat vinden onze partners ►



FOTOGRAFIE: RUUD JONKERS

prettig. We groeien snel, maar als je je bedrijf goed structureert en automatiseert, heb je geen honderden medewerkers nodig.”

Uit het handjevol operators dat Bottema en Caris in de opstartfase van hun bedrijf spraken, kozen ze KPN als exclusieve partner. Bottema: “We hebben gekozen voor KPN omdat dat technisch, zeker in de perceptie van klanten, het beste netwerk heeft. Wij maken het beste netwerk beter door de service die we eromheen bieden. Normaal gesproken kan het onderlinge verkeer tussen mobiele bellers alleen collectief afgekocht worden. Via ons kan het

‘Met olietankers kun je moeilijk manoeuvreren. Wij zijn een speedboot’

per sim-kaart. Als er binnen een bedrijf vijf mensen zijn die veel onderling bellen, kunnen alleen die vijf op Onnet aangesloten worden. Het is zelfs zo dat mensen van verschillende bedrijven, bijvoorbeeld makelaars die veel met elkaar overleggen, onderling gratis kunnen bellen.”

Avontuur

Bottema heeft de afgelopen tien jaar verschillende ondernemingen opgestart, maar vindt Yes ‘het leukste avontuur’. “Er zit zoveel potentie in deze markt. Kijk bijvoorbeeld naar voice-over-ip, waar we druk mee bezig zijn. De wereld van it, vastnet en mobiele telefonie is volop in beweging. Daarmee vergeleken is zelfs de autobranche maar een saaie bedoening. Wat ik ook heel leuk vind, is

dat we nu nadenken over stappen in het buitenland. We hebben heel serieuze plannen om de Duitse markt op te gaan.”

Volgens Bottema hebben Caris en hij Yes nadrukkelijk niet gestart om het ‘na een paar jaar te kunnen verpatsen’. “Als je een bedrijf dat je zelf hebt opgezet hebt kunt verkopen, kan dat financieel gezien de beste deal zijn die je ooit gemaakt hebt. Daar hebben we allebei een paar jaar geleden ervaring mee opgedaan. Maar er zitten ook nadelen aan als je een bedrijf dat je hebt opgericht moet loslaten. We vinden het allebei veel te leuk om iets te doen waar mensen echt behoefte aan hebben. Daar word je niet alleen zelf blij van, maar je medewerkers en klanten ook. Dat is volgens mij het mooiste wat er is.”

Caris knikt instemmend. Hij vertelt dat Bottema en hij vanuit hun verleden samen honderden resellers kenden. “Het is grappig dat ik op onze eigen borrels nu resellers tegenkom van wie ik nog nooit van gehoord had. En dat terwijl ik al vijftien jaar in het vak zit. Er melden zich wekelijks nieuwe partners. Ik begrijp wel dat it-specialisten bij ons aankloppen, want die zien dat ze met telecom nog goed geld kunnen verdienen terwijl de marges in de it-sector onder druk staan.”

Als je als ondernemer aan iets nieuws begint, is er altijd een gezonde spanning. Caris: “We hebben ons niet onbezonnen in een avontuur gestort, maar toch is zoiets een beetje eng. Het is prachtig dat het blijkt te werken. We houden vast aan ons concept, laten ons niet verleiden tot zijsprongen. Er wordt vaak aan ons gevraagd waarom we niet toch met eigen winkels gaan werken, maar daar beginnen we niet aan. Als je een succesformule gevonden hebt, moet je daar niet van afwijken.” ■

MIREILLE SAMPIMON
 REDACTIE@CHANNELWEB.NL