

CANAIS SE TORNAM ESTRATÉGICOS AOS CLIENTES CORPORATIVOS COM INTELIGÊNCIA DE MERCADO E CAPACITAÇÃO DA VMWARE

EDUARDO DE SOUSA



RODRIGO MIELKE
Head of Systems Engineering da VMware Brasil

EDUARDO DE SOUSA



KLEBER OLIVEIRA
Head of Alliances and Partner Sales Organization da VMware Brasil

Mapeamento de oportunidades, desenhos de soluções multivendedor, contextualização da tecnologia a cada interlocutor na companhia, e conhecimento das peculiaridades de cada negócio aceleram e maximizam os resultados de parceiros e clientes

Foco pode ser uma grande distração. Altamente comprometidos com as entregas em seus projetos e com suporte orientado a resultados, um grupo de grandes parceiros acumula reputação e conhecimento do ambiente de cada companhia. Contudo, no momento em que a transformação digital permeia todos os segmentos das empresas, esses canais podem fazer bem mais pelos clientes. Para atender essas lacunas, a VMware Brasil, dentro da estratégia global Partner Readiness, montou um programa para alavancar a produtividade desse relacionamento.

“Mesmo os profissionais mais experientes tendem a conversar muito sobre produtos e TI. Nem sempre é fácil, principalmente para quem vende infraestrutura, sair do argumento técnico e mostrar os benefícios, de forma tangível, a cada área”, reconhece Rodrigo Mielke, Head of Systems Engineering da VMware Brasil. “Mas essa nova abordagem que promovemos só funciona com os canais que já têm perfil de apoio ao cliente na transformação digital. São parceiros acostumados às demandas de governança, segurança, agilidade e eficiência, que estão na agenda de qualquer CIO. O que buscamos é uma

compreensão maior das oportunidades de inovação tecnológica, seja com nossos produtos ou com outras ofertas do canal”, pondera.

Um dos componentes centrais do programa é o Account Planning, voltado aos gerentes de contas estratégicas dos canais. “É uma boa forma de recuperar receita na base de clientes e também uma facilidade para as companhias, porque a conversa não começa do zero”, menciona. “Em alguns casos, o NSX (plataforma de virtualização de redes) endereça perfeitamente às demandas de conectividade e segurança e o desenho da solução abre portas para outros produtos. Em outros, identificar um gargalo na força de vendas pode abrir ao canal e à TI uma oportunidade de fazer diferença ao negócio com uma solução de mobilidade”, exemplifica.

A abordagem global da VMware, compartilhada e aprofundada com esse grupo de parceiros, é hoje fortemente sustentada em alguns Business Outcomes (sinalizadores de transformações efetivas no negócio), que traduzem as prioridades objetivas dos líderes de TI e negócios. Premissas como eficiência; suporte a aplicações críticas; continuidade, segurança e compliance; mobilidade; visão

“Essa nova abordagem que promovemos só funciona com os canais que já têm perfil de apoio ao cliente na transformação digital. São parceiros acostumados às demandas de governança, segurança, agilidade e eficiência, que estão na agenda de qualquer CIO.”

financeira; e automação são o ponto de partida, que facilita, inclusive, as contas de trás para frente. Kleber Oliveira, responsável pela organização de Alianças e Canais, observa que hoje vale insistir nos argumentos de eficiência operacional e retorno de investimento. “Quando a disponibilidade de recursos aperta, paradigmas mais conservadores são colocados de lado. É quando fica evidente a necessidade de plata-

formas disruptivas para evoluir no mercado”, constata.

Oliveira lembra que mesmo disciplinas normalmente mais restritas à discussão técnica, como automação do provisionamento dos serviços para determinada aplicação (data center, segurança etc.), podem ser traduzidas de forma tangível a outros executivos. “Uma mudança no e-commerce ou nas apps, principalmente se for uma reação ao concorrente, não pode demorar semanas para ser implementada. Isso é competitividade”, exemplifica.

Mielke explica que a VMware compartilha informações específicas sobre cada vertical da indústria e busca chegar às áreas internas na companhia. “Tem muita gente nos departamentos de vendas, marketing e outras áreas com problemas ou ideias que nossos parceiros têm tecnologia para resolver. É uma forma de chegar à TI com ofertas que vão fazer diferença, em soluções valorizadas pelas áreas de negócios”, diz. Ele esclarece que o apoio a esses parceiros mais próximos aos clientes, até por isso mesmo, não se restringe às ofertas da VMware. “Ajudamos os gerentes de conta a contextualizar qualquer tecnologia que leve benefícios ao negócio”, enfatiza. ♦

