

För att Sun Microsystems ska klara förändringen från traditionell server- och arbetsstationsleverantör till en strategisk partner när det gäller i it-infrastruktur, krävs en helt ny typ av partner och distributörer som kan hantera stora volymer.

Sun Microsystems, som kommer från servervärlden, har under de senaste åren breddat sitt sortiment samtidigt som företaget allt mera valt att fokusera på datalagringslösningar.

Efter det att Sun seglat upp som nummer ett på servermarknaden i Sverige är nästa steg att snabbt bli en av de ledande aktörerna även inom datalagring.

Tanken är att Sun ska växa med 50 procent årligen inom datalagring med ett helt nytt lagringskoncept och ett nytt, attraktivt partnerprogram.

-Det ingår i vår plan att vi ska ta oss upp i näringskedjan och bli en av de stora aktörerna när företag investerar i internetinfrastruktur, säger Sun Microsystems vd Rikard Wannerholt.

När Sun i den förflyttningen kommer med mera volymprodukter kräver det också distributörer med kunnskap på det området.

Meningen är också att Sun, som tidigare sålt omkring hälften av sin produkter indirekt, snart vara uppe i en indirekt försäljning på runt 90 procent.

Det nya datalagringskonceptet bygger på moduluppbyggda system som är öppna mot konkurrerande leverantörer och olika plattformar.

Företaget har också breddat sin återförsäljarskara rent geografiskt och har därmed kunnat täcka in tidigare vita fläckar på kartan, som till exempel Småland och övre Norrland.

I Sun Microsystems nya partnerstrategi CPI, Partner Development Provider, känner företaget redan en stark tillströmning av återförsäljare som man inte haft kontakt med tidigare.

-Det beror mycket att vi är klara och tydliga i vårt budskap och att vi har ett bra program. Dessutom har vi skapat oss ett namn på marknaden, säger Kristian Wifstrand.

Suns nya partnerkoncept är värdebaserat och styrs alltså inte av hur mycket som varje enskild partner säljer, utan det viktiga är utbildning och certifiering.

Helt enkelt ska Suns partner bli helhetsleverantörer av datalagrings- och serverlösningar.

När det gäller partner finns det tre olika nivåer.

Datacenter, som består av stora clustrade lösningar, bland annat datalagringslösningar. Enterprisesidan består av försäljning mot företag på olika nivåer och så slutligen Workgroup, som sysslar med volymförsäljning.

-I vår nya partnermodell ställer vi helt andra krav än tidigare på utbildning och certifiering. De partner som bara sålt servrar är helt borta ur bilden, säger Rikard Wannerholt.

I stället har Sun valt att jobba långsiktigt med till exempel gemensam affärsplanering samtidigt som man försöker stötta återförsäljarnas medvärde på marknaden.

Även om Sun satar hårt på datalagring för att bli en av de större aktörerna på den sidan, är det fortfarande serverdelen som växer snabbast av alla ben.

Det gäller även försäljningen av arbetsstationer, där man ser en stor volym- och intäktsstillväxt i just Sverige.

Tidigare befanns sig Sun någonstans i mittensegmentet med sina servrar, men idag har företaget flyttat sig nedåt åt volymsidan, men även uppåt i kedjan, där man nu också slåss i de traditionella stordatormiljöerna.

-På samma sätt har vi också breddat oss i kedjan när det gäller arbetsstationer, som även de går mot att bli mer och mer volymprodukter, säger Rikard Wannerholt.

Av den anledningen behövs det en ny sorts distributörer och återförsäljare, sådana som är vana att hantera stora volymer och som i ser förtjänsten i att sälja stora enheter.

Under innevarande år kommer Sun Microsystem i Sverige att omsätta cirka 2,5 miljarder kronor. Första halvåret växte omsättningen med 42 procent samtidigt som orderingången vuxit med 55 procent.

I höstas passerade Sun Compaq inom alla operativsystem på serversidan, och är den största serverleverantören också i Sverige, enligt analysföretaget Dataquest.