



Вендоры и дистрибьюторы

Всегда в движении

АВТОР: ГРИГОРИЙ РУДНИЦКИЙ
ОПУБЛИКОВАНО 21 ИЮНЯ 2005 ГОДА

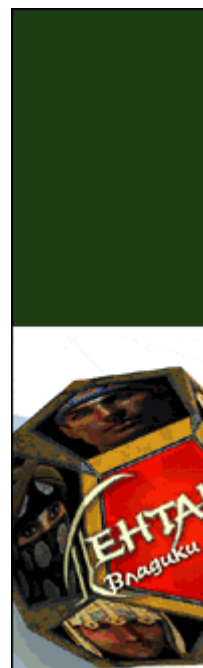
В середине июня под Москвой в Нахабино прошел второй международный форум [Digital Consumer Channel](#). Это достаточно новое для нашего ИТ-рынка мероприятие проводится в очень необычном формате. Оно ориентировано, в первую очередь, на неформальные встречи вендоров - высшего руководства ведущих ИТ-компаний и их российских партнеров, занимающихся продажей и продвижением продукции. Организаторы форума, компания Distree Events проводят два подобных мероприятия в разных странах. Первое из них, Digital Consumer Channel, ориентировано на потребительский рынок, а второе [Digital Business Channel](#) - на корпоративный.

Не секрет, что ИТ-отрасль является одной из наиболее быстро развивающихся на российском рынке. Одной из важнейших предпосылок этого развития являются личные контакты между представителями компаний, вплоть до высшего руководства. Цель форумов DCC и DBC как раз состоит в том, чтобы стимулировать эти контакты и дать возможность вендорам встретиться со своими партнерами в формате "один на один" для обсуждения текущих вопросов и планов на будущее. Программа форума, прежде всего, ориентирована на такие встречи. Каждый участник работает по собственному индивидуальному расписанию, а организаторы следят за его соблюдением и помогают всем участникам грамотнее и продуктивнее планировать время, проводимое на форуме.

В форуме Digital Consumer Channel приняли участие более 180 руководителей высшего звена, представляющих 145 крупнейших розничных компаний. В общей сложности, они представляют 3328 магазинов по продаже компьютеров, мобильных телефонов, фототоваров и бытовой электроники. При этом 80% участников приехали из регионов, а только 20% представляют Москву и Санкт-Петербург. Форум также получил поддержку более 60 компаний-вендоров, направивших на него свыше 200 своих представителей. Среди них можно назвать такие компании, как AMD, Apple, Acer, Dell, Epson, Konica-Minolta, Microsoft, Oki, Philips Consumer Electronics, Xerox, ZyXEL и многие другие.

Конечно, все эти компании регулярно проводят свои партнерские мероприятия, и тем не менее, они охотно приняли участие в работе данного форума. Причем, многие приезжают на Digital Consumer Channel уже во второй раз. По отзывам участников, их привлекает очень насыщенная рабочая программа, возможность неформального общения, уникальный представительский состав и возможность наглядно ознакомиться с опытом и продуктами других компаний, в том числе и своих конкурентов. Немаловажно и то, что большинство партнеров приезжают не из столицы, а из других регионов - общаться с такими людьми в другое время удается далеко не всегда.

Участникам форума и журналистам были представлены данные последних исследований компании GfK, которая была



КОНКУРС-ИГ

"ПОРТАЛ ДУ
НА ПЕНТАКОР

ИСПОЛЬЗУ
СВОЙ ШАНС

КОМПЬЮЛЕНТ

НОВОСТИ

- Новая студия спецэффектов Джорджа Лукаса оцифрует весь мир
- Обанкротилось одно из подразделений AOL
- Sony меняет бизнес-стратегию
- Европейские компании не торопятся закупать Windows XP без медиплеера
- Производители MP3-плееров заработали в 2004 году 4,5 миллиарда долларов
- RIM ответит на патентные претензии Inpro в суде Великобритании
- Sony и Warner Brothers создадут игры по мотивам DC Comics
- У Mozilla Foundation проблемы с торговыми марками
- Аудиокассеты скоро станут раритетом
- Intel поможет Вьетнаму создать ИТ-инфраструктуру

TERRALAB



Motorola RAZR V3:
средство связи или
демонстрация статуса?



64-разрядность - есть!
На очереди -
многоядерность



Почти КПК: проба
MP3-плеера на
жестком диске iRiver
H10



Потребности и рынок



подробности о новом поколении Centrino (Sonoma)



Широкоформатный бизнес: проба ноутбука Asus W3N

ПАРТНЕР СООБЩЕСТВА CIO 

InfraStruXure™
DATA CENTERS ON DEMAND

- "Программа поддержки клуба CIO"
- "Волна дошла и до нас"

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОГРАММЫ

[07.06.2005] Компания AXOFT объявляет о проведении партнерской акции

[01.09.2004] День знаний с DVM Group и Toshiba!

[31.08.2004] «Комстар объединенные телесистемы» начинает новую маркетинговую акцию

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

Новости науки

Все про железо

Ноутбуки

Бизнес идеи

Наука и техника

Разместить свою ссылку

приглашена на DCC в качестве аналитического партнера. Согласно ее данным, спрос на цифровую технику в России растет примерно на 30% в год, причем он не ограничивается только столичными городами, а распространяется на все регионы.

Мы попросили поделиться впечатлениями о работе Digital Consumer Channel одного из участников, генерального директора российского представительства компании iRiver Дмитрия Бергельсона. Его компания впервые принимает участие в форуме:

"Результат, честно говоря, лучше, чем я ожидал. Единственное, что не со всеми людьми удастся встретиться из-за очень сжатого формата. Приятно видеть интерес к собственному стенду, к собственным продуктам.

Понятно, что это не формат, для того чтобы о чем-то конкретном договариваться, это, скорее, для знакомства и подтверждения каких-то текущих договоренностей. Тем не менее, все организовано очень удачно.

Мы здесь встречаемся с разными партнерами, но поскольку уникальность мероприятия состоит в том, что собрали всех вместе, наиболее ценны встречи с региональными компаниями, ведь с москвичами мы всегда можем встретиться".

Ольга Савина, руководитель отдела брендинга дистрибьюторской компании "Алион" тоже прокомментировала результаты форума:

"Благодаря уникальному формату форум Digital Consumer Channel является одним из самых эффективных мероприятий для нас как для дистрибьютора и для наших вендоров. Для наших партнеров-вендоров исключительно важным было общение в рамках форума DCC-CIS с руководителями региональных ритейлеров. Приятно, что эти компании большое внимание уделяют маркетинговым поддержкам продаж в своих магазинах. Мы оказываем им содействие, со многими компаниями уже достигнуты договоренности о совместных акциях и программах. Прислушиваясь к пожеланиям ритейлеров и их клиентов, мы корректируем стратегию продаж и продвижения нашей продукции, максимально учитывая интересы потребителей и специфику каждого региона. Обработав результаты переговоров, мы готовим для своих партнеров новые бизнес-предложения, которые повысят эффективность работы и прибыльность их магазинов".

На наши вопросы также согласился ответить один из главных организаторов форума Digital Consumer Channel - директор DCC Алекс Розенфельд.

- Форум уже проводится во второй раз, и какие тенденции ИТ-рынка, произошедшие за этот год нашли отражение в его работе?

- На эту тему у нас запланирован круглый стол, на который мы пригласили ведущие розничные компании, очень интересных людей. Там представлены несколько retail-компаний, использующих в своей работе абсолютно различные концепции. Именно в этом и заключается идея круглого стола, чтобы познакомить участников нашего форума с этими концепциями. Туда будут приглашены и вендоры. И, наверное, в результате этой дискуссии будут получены наиболее исчерпывающий и авторитетный ответ на ваш вопрос.

Что касается нас как организаторов, то мы наблюдаем очень

Что касается нас, как организаторов, то мы наблюдаем очень интересную тенденцию. Поскольку формат нашего форума внесен в Россию впервые и был ранее незнаком на российском рынке, то в первый год было очень трудно объяснить, что же все-таки мы предлагаем. Все думали, что это просто очередная пьянка, пирушка или катание на катере по Москве-реке, или же скучная конференция, которую нужно отсидеть, чтобы получить какой-то приз. Но поскольку это ни то, ни другое, ни третье, было очень трудно объяснить, что здесь нет мышеловки. Ведь такое, хоть редко, но бывает.

Второй год люди, столкнувшись с тем, что это реально работает, что их не обманывают, что их приглашают, и к ним на встречу приглашают очень интересных людей, вы сегодня могли убедиться в уровне докладчиков, они проникаются все большим доверием к нам, как к организаторам, они больше привыкают к такому формату. Здесь очень напряженный темп и ритм, и люди вечером к нам подходят и говорят, что устали и вымотались, но, тем не менее, они на форуме провели день потрясающе продуктивно. Мы к этому привыкли, мы этим занимаемся, и тот форум, который мы устраиваем - это нейтральная бизнес-платформа, в ходе которой идет обширный обмен мнениями между вендорами и их ритейлерами. Эти три дня часто бывают для многих вендоров и их партнеров решающими в плане того, что дальше делать. Так что пришло понимание нашей концепции и принятие ее.

- Digital Consumer Channel регулярно проводится не только в России, но и на Западе. Какие, на ваш взгляд, особенности характерны, в первую очередь, для российского ИТ-рынка?

- Первая отличительная особенность состоит в том, что компании на самом высшем должностном уровне, на уровне генеральных директоров по российской ментальности просто не привыкли к такому темпоритму. Им по вполне уважительным причинам кажется, что, если они посетили одну или две презентации, то этого уже достаточно. Поэтому нужно сломать этот стереотип, и дать понять людям, что если мы предлагаем 64 темы презентации, и у нас 900 встреч одни на один, то, конечно, можно найти те интересные темы и тех интересных вендоров с которыми можно пообщаться. Но мы все-таки немножко подталкиваем людей, у нас все по графику идет очень строго. Это главная отличительная особенность.

А на Западе больше к этому привыкли, там генеральные директора самых крупных компаний, если они согласились на участие, то они привыкли к такому ритму, привыкли к обязательности. Они воспринимают это абсолютно нормально, и им не кажется, что пытаются ущемить их свободу. Люди сюда приезжают для работы, а мы лишь стараемся стимулировать их и направлять.

- Возможно вам, как организаторам, в будущем хотелось бы что-то подкорректировать в работе форума, возможно, есть и какие-то глобальные задумки на будущее?

- Задумки, конечно, есть, и мы не просто как на словах приняли, что, мол, подумаем и что-то исправим. Напротив, у нас организаторская работа проходит в таком же ритме, в каком мы проводим и сам форум. Это означает, что не только после каждого форума подводятся итоги, они подводятся после каждого часа. Мы смотрим, что идет, что не идет, и тут же поправляем. Это то, что называется "в живом режиме". Уже в процессе этого форума мы увидели, что есть еще ряд очень интересных вещей, которые можно сделать. Мы пообщались с ритейлерами, и они сами высказали ряд пожеланий, некоторые из которых достаточно интересны и

пожелания, некоторые из которых достаточно интересны, и мы их обязательно рассмотрим. Мы не можем себе позволить стоять на месте и каждый год делать одно и то же даже в плане подбора людей и выбора презентаций. Да, разумеется, некоторые компании принимают участие в форуме уже во второй раз, значит, они это ценят.

Мы устраиваем семь форумов в год в пяти странах мира. Так что у нас раз в месяц-полтора что-то происходит. Мы делаем один форум, а уже одновременно готовимся ко второму и третьему. Так что, в каком ритме мы просим работать вендоров и их партнеров, в таком же ритме работаем и мы сами.


[Версия для печати](#) | [Обсудить](#) | [Послать другу](#) | [Написать в редакцию](#)

 **[TimePhone - партнерские программы по IP-телефонии.](#)**

Программы для Web-мастеров и агентов. Скидки от 10 до 35%. Звонок в Москву - 0,03\$/минута. Звонок по России - 0,10\$/минута. [[\\$0.08](#)]

 **[Партнерская программа Bride.Ru](#)**

Никаких процентов с продаж! Оплата за клики. От 10 центов за клик. Платим вперед! [[\\$0.06](#)]

 **[AudioMarket.ru - крупнейший магазин аудиотехники. Бесплатная доставка в срок!](#)**

Более 500 наименований портативной аудиотехники. MP3, MD, CD, кассетные плеера, диктофоны, радиоприёмники, наушники, микрофоны. Аксессуары и принадлежности к ним. Широкий выбор и доступные цены. Консультации. Доставка по России без предоплаты [[\\$0.05](#)]

 **[В интернет-магазине OZON: iRiver IMP-550 SlimX \(серебристый\) + FM-тюнер](#)**

Это самый тонкий MP3CD плеер в мире. Его толщина всего 13.7 мм. iMP-550 оборудован новым мультичастотным эквалайзером Xtreme EQ и антишоком на 15 минут. С помощью линейного и оптического выходов вы можете подключить плеер к любой аудио системе. А... [[\\$0.05](#)]

[Разместите здесь ваше рекламное объявление за 0.09 \\$!](#)

Купите посетителей этой страницы при помощи Бегуна - новейшей системы размещения рекламы с оплатой за результат. Начните рекламную кампанию прямо сейчас!

Сотрудничество
| Партнеры

© ИД
"Компьютерра",
1997-2004
При
цитировании и
использовании
любых
материалов
ссылка на
портал
Компьютерра
онлайн
обязательна
(для
Интернет-
изданий -
гиперссылка:
www.computerra.ru).
Редакция
сайта:
site@computerra.ru
Редакция
журнала:
inform@computerra.ru
Отдел
рекламы:
reklama@computerra.ru
Телефон:
(095) 232-22-
61, (095) 232-
22-63

