

## МЫ ВЫТЯНУЛИ счастливую карту

Рассказывает генеральный директор ООО "АйПиМатика" **М.Е.Усов**

DOI: 10.22184/2070-8963.2017.63.2.4.9



**Михаил Ефимович, как возникла компания "АйПиМатика", какие этапы ее деятельности вы считаете знаковыми и как охарактеризовали бы нынешний?**

Компания была создана в 2008 году, но ее возникновению предшествовала определенная история. В 1994 году три офицера, уволившись из армии, решили организовать собственный бизнес. А так как все мы были радиоинженерами, дело основали на продаже оборудования радиосвязи. Зарегистрировали ЗАО "УМД Проект", и в последующие 10 лет компания очень хорошо росла. С развитием мобильной связи потребность наших основных заказчиков в радиосвязи заметно снизилась. Нужно было искать новые

Не всем компаниям, стоявшим у истоков бума IP-телефонии на российском рынке, повезло так сильно, как "АйПиМатике", которая, начав с продажи USB-телефонов китайского производителя, выросла до поставщика систем класса UC&C того же вендора – компании Yealink. За последние несколько лет Yealink вышел на одно поле конкуренции с известными американскими брендами и, похоже, имеет хорошие шансы их потеснить. По крайней мере, в России, где дистрибьютором и стратегическим партнером Yealink традиционно выступает "АйПиМатика".

Об истории создания компании и ее становлении, принципах работы и задачах, вызовах и перспективах рассказывает генеральный директор ООО "АйПиМатика" Михаил Усов.

перспективные для компании направления, изучать основные тренды и векторы развития рынка связи в целом. Мы посещали ключевые для отрасли международные выставки оборудования, присматривались, делали выводы. Тогда, в 2005 году, как раз начал развиваться Skype, вызывая большой интерес во всем мире. Мы решили открыть в компании новое направление VoIP, фокусируясь на оборудовании для Skype. Начали с продажи USB-телефонов китайского производителя Yealink, который эти устройства и разработал. За три года новое направление выросло настолько, что решено было выделить его в самостоятельный бизнес. Так в 2008 году была создана компания "АйПиМатика", которая вскоре стала в России дистрибьютором номер один по оборудованию для IP-телефонии.

Можно сказать, что выбрав в свое время компанию Yealink, мы вытянули из колоды счастливую карту, поскольку этот вендор не останавливается в развитии своей продуктовой линейки: сначала были простые USB-телефоны для Skype и аналоговые телефонные адаптеры, потом IP-телефоны различных модификаций (в настоящее время компания входит в ТОП-2 производителей IP-телефонов в мире), а сейчас и системы ВКС. Соответственно, как дистрибьютор Yealink "АйПиМатика" предлагает эти продукты на рынке, и все важные этапы развития компании связаны с этапами нашего основного поставщика. Для нас это очень удобно, поскольку можно без вложения больших инвестиций шаг за шагом расти параллельно с якорным партнером.

Сейчас основная доля в бизнесе нашей компании

принадлежит традиционному направлению VoIP. В то же время быстро развиваются и новые перспективные направления: видео-конференц-связь, видеонаблюдение, сетевое оборудование. Все оборудование: телефоны, АТС, шлюзы, IP-камеры – поддерживает протокол SIP, что позволяет предлагать заказчикам комплексные решения под девизом "All-over-SIP!".

**Вторым китайским партнером "АйПиМатики" стала компания Yeastar. Как произошел этот выбор? Какова ваша доля в объеме экспортных поставок этих двух вендоров?**

Компанию Yeastar мы выбрали благодаря Yealink. Они тесно сотрудничают, находятся в одном городе, в одном технопарке. Как и с Yealink, с Yeastar наши отношения развивались поступательно: сначала были только интерфейсные платы для использования в IP-телефонии, потом – гибридные IP-АТС, VoIP-шлюзы. Соответственно, и мы расширяли ассортимент предлагаемой продукции. Для Yeastar мы – дистрибьютор номер один в мире, с самыми большими объемами продаж продукции вендора. Для Yealink мы входим в ТОП-5 дистрибьюторов. Но в нашем бизнесе доля этой компании по-прежнему доминирует. Мы постоянно работаем над развитием других направлений. Но какой бы ни был у них рост, продажи Yealink также пропорционально возрастают (в чем заслуга и нас, и вендора). Так что в относительных цифрах доля Yealink примерно постоянная, что не говорит о неуспешности других продуктов на российском рынке.

**Какова фокусная аудитория компании, в каких регионах заказчики наиболее активны?**

На первом этапе, когда мы продавали USB-телефоны для Skype, основными покупателями были физические лица. В то время мы сотрудничали со многими торговыми сетями ("Евросеть", "Связной"

и крупные компании, в том числе операторы связи.

Об активности регионов можно судить по географии запросов макрорегиональных филиалов одного из наших крупнейших заказчиков – "Ростелекома", который продвигает облачный сервис "Новая телефония".

## Наша задача – сделать интернет-коммуникации простыми и удобными для пользователей

и др.). Когда вывели на рынок IP-телефоны и IP-АТС, изначально предназначенные для корпоративных пользователей, – клиентская база, конечно, изменилась. Сначала это были компании среднего и малого бизнеса. Мы приложили немало усилий, чтобы популяризировать в корпоративном сегменте российского рынка бренд Yealink, убедить пользователей в надежности и качестве продукции, обеспечить ее локализацию, дать дружелюбный интерфейс. Своей задачей мы считаем сделать интернет-коммуникации простыми и удобными для пользователей. Локализация подразумевает не только получение необходимых сертификатов, но и русификацию инструкций, экранного меню и веб-интерфейса, клавиатуры, упаковки и т.д. В немалой степени благодаря этому мы завоевали сначала рынок SMB, а потом на предлагаемую "АйПиМатикой" продукцию стали обращать внимание

Наибольшим спросом предлагаемая нами продукция пользуется в МРФ "Центр", "Урал", "Юг".

При этом мы, как дистрибьютор, не работаем с заказчиками напрямую, с ними сотрудничают наши партнеры – реселлеры. Всего их больше тысячи, но очень активных – около двухсот по всей России. Есть еще так называемые наши субдистрибьюторы, которые имеют свои каналы продаж и отвечают за бизнес в конкретных регионах, где наблюдается повышенный спрос на оборудование и требуется держать склад локального поставщика.

**"АйПиМатика" присутствует в странах ближнего зарубежья. Какова специфика "территориальной экспансии" компании?**

Поскольку мы изначально занимались локализацией продукции, логично было предлагать ее не только в России, но и в других русскоговорящих странах. Поэтому в 2011 году был

открыт офис в Киеве и основано ООО "АйПиМатика-Украина". Сейчас, несмотря на сложную политическую ситуацию, этот офис достаточно успешно функционирует и даже укрепил свои позиции в силу того, что некоторые конкуренты ушли с рынка Украины. А с открытием Таможенного союза нам стали интересны и другие регионы, в первую очередь Казахстан, где очень хорошо развиваются телекоммуникации. В 2013 году было основано ТОО "АйПиМатика-Казахстан", и сейчас по объемам наших продаж в странах ближнего зарубежья оно занимает первое место. Следующим шагом стало открытие в 2016 году офиса в Минске, а в нынешнем году планируем открытие представительства в Киргизии (Бишкек).

Наша цель – присутствовать во всех странах Таможенного союза, предлагая ту же продукцию, что и в России. Исключение, пожалуй, составляет только продукция компа-

особый случай. Gigaset предложил нам стать дистрибьютором в России именно потому, что ценит созданную по всей стране дилерскую сеть, подходы к маркетинговому продвижению и реализации товаров, системы технической и сервисной поддержки.

### **Кстати, как построена система технической и сервисной поддержки поставляемого компанией оборудования?**

Создание службы технической поддержки пользователей любого уровня – не только наших реселлеров, но также и конечных пользователей – стало одним из ключевых факторов успеха нашей компании. Такого уровня поддержки другие бренды IP-телефонов не имеют, и зачастую людям просто некуда обратиться с какой-то своей проблемой. Между тем IP-телефон – это достаточно сложное оборудование, его нужно уметь правильно настроить и сконфигурировать. Именно этим занимается наша служба техподдержки.

нашего оборудования, куда можно обратиться с техническими проблемами. Надо сказать, долгое время нам было очень трудно создать такую службу, потому что качество оборудования и его надежность достаточно высоки, а процент брака очень низкий, менее 0,4%. Сервисные центры не хотели заниматься нашим оборудованием, потому что им нужно было обучать людей, создавать сервисные зоны для ремонта и обслуживания телефонов, а загрузки для них не было. Потребность в таких центрах появилась с ростом объемов продаж и, соответственно, обращений. Причем, как выяснилось, большое количество обращений связано не с поломкой оборудования или браком, а с тем, что пользователь не смог правильно настроить и сконфигурировать телефон. Мы пошли на создание и поддержку сервисных центров, которым платим, в том числе за обработку этих ложных обращений. Это необходимо для поддержания имиджа компании и бренда оборудования, которое мы продаем.

### **Как сегодня меняются требования к бизнес-коммуникациям конечных пользователей продвигаемых вами решений?**

Основное требование – использование IP-телефонии как бизнес-инструмента, ее интеграция с другими корпоративными информационными системами и платформами. Это требование отражено в концепции унифицированных коммуникаций (Unified communications, UC) и уже выполняется, но возможности IP-коммуникаций постоянно расширяются. Сейчас мы ожидаем от Yealink выпуска новой линейки телефонов

## Основное требование заказчиков – использование IP-телефонии как бизнес-инструмента

нии Gigaset, с которой в прошлом году мы подписали дистрибьюторское соглашение на продажу линейки профессионального оборудования для микросотовых сетей на основе протокола DECT. Gigaset дал нам право продавать это оборудование не во всех странах нашего присутствия. Но это, наверное,

Кроме этого, во многих городах России действует сервисная служба. По мере необходимости, когда накапливается критическое количество запросов из того или иного региона, мы открываем в региональном центре службу сервисного обслуживания и гарантийной поддержки

на ОС Android, которая позволит разрабатывать и быстро устанавливать в них приложения для интеграции с различными платформами в зависимости от требований заказчика.

В настоящее время понятие UC дополнилось актуальной темой организации совместной работы (Collaboration) на базе виртуальных рабочих групп и систем мультимедийных конференций. Yealink движется в этом же направлении. Сначала компания выпустила персональные и групповые ВКС-терминалы, а в феврале этого года на выставке ISE в Амстердаме анонсировала новые продукты линейки VC, включая Yealink Meeting Server (распределенное облачное решение для инфраструктуры VC) и новую систему VC800 Room System, которая обладает

встроенным 25-точечным MCU. Таким образом, у Yealink появилась собственная полноценная коммуникационная платформа для решения задач Collaboration. Участники сеанса многоточечной видео-конференц-связи могут выводить на отдельный экран документы, презентации и совместно их редактировать, обсуждать, принимать решения. К слову, в системе ВКС могут использоваться и IP-камеры, чтобы во время совещания выводить на экран изображение происходящего в данный момент в том или ином месте. Соответственно, мы теперь сможем предлагать не только окончательное оборудование, но полноценное решение - инструмент для деловых коммуникаций, который позволяет повысить эффективность бизнеса.

Надо сказать, появление в нашем портфеле решений ВКС стало для "АйПиМатики" определенным вызовом. Это для нас был совершенно новый вид продукции, бизнес-процессы по продаже этого оборудования отличаются от бизнес-процессов по продаже IP-телефонов; реселлеры, которые продавали IP-телефоны, не были готовы к продаже систем ВКС. Поэтому мы расширили партнерскую сеть профессиональными продавцами ВКС-систем; выделили внутри компании департамент, который фокусируется на развитии этого направления бизнеса, поиске новых партнеров и решении маркетинговых задач по продвижению оборудования видео-конференц-связи. Это для нас новые рынки и новые перспективы роста, потому что

направление потенциально очень емкое. К слову, экономическая и политическая ситуация в определенной степени сыграла нам на руку в развитии ВКС-систем Yealink. Во-первых, из-за роста курса доллара продукция традиционных вендоров стала очень дорого стоить. Даже заказчики, которые уже использовали их оборудование ранее, теперь переходят на более бюджетные решения. Во-вторых, по понятным причинам, госструктуры и крупный бизнес теперь предпочитают американским брендам китайские, поскольку нет российских аналогов такого оборудования.

**Вы предлагаете широкий модельный ряд абонентских терминалов Skype for Business. Как вы оцениваете перспективы использования Skype в бизнес-коммуникациях?**

Yealink разработал специальное ПО, позволяющее телефонам работать со Skype for Business, получил сертификаты от Microsoft, а мы помогли русифицировать оборудование. Решение вызвало большой интерес со стороны крупного бизнеса, использующего Skype for Business. И если раньше компаниям были интересны телефоны от американских поставщиков, то сейчас они все больше внимания уделяют телефонам Yealink, что подтверждают и наши продажи.

**Программное обеспечение – это отдельное направление бизнеса "АйПиМатики"?**

ПО не является для нас каким-то отдельным направлением. Все программное обеспечение, которое мы сейчас предлагаем или планируем предлагать в будущем, является

сопутствующим основному бизнесу. Например, в IP-АТС есть Центр приложений, в который разработчики могут загружать свои приложения. Сейчас мы предлагаем программные продукты, разработанные самой компанией Yeastar для работы с АТС и приглашаем сторонние компании разработать специальные приложения, которые позволят АТС интегрироваться с популярными корпоративными информационными системами. Также дополнительно продаем приложение VC Desktop для систем ВКС (мобильное приложение VC Mobile предоставляется бесплатно).

**Примерно год назад ваша компания начала продвижение на российском рынке коммутаторов PoE. Какие первые итоги можно подвести?**

Дополнить свой ассортимент PoE-коммутаторами мы решили для удобства заказчиков, поскольку практически все предлагаемые нами телефоны и камеры поддерживают Power over Ethernet. Надо сказать – что немаловажно – изначально они были не очень популярны в России. Считалось, что это дорого. Но разница в стоимости обычного коммутатора и PoE постепенно сокращается. В результате тщательного выбора поставщика сейчас мы продвигаем новый бренд TG-NET. Наравне с PoE-коммутаторами компания выпускает коммутаторы различного уровня. Многие пользователи уже их протестировали и дают нам очень хорошие отзывы, подтверждающие, что это оборудование из Китая очень высокого качества; оно совпадает или близко подходит к тем возможностям, которые дают дорогостоящие продукты

американских брендов. Эта же компания предлагает специализированные решения – коммутаторы для видеонаблюдения и контроллеры, которые позволяют удаленно централизованно настраивать, обслуживать, поддерживать и контролировать работоспособность большого парка различных коммутаторов этого бренда. Это очень интересное решение для крупных бизнес-центров, гостиниц и других зданий с многочисленными пользователями большого количества сетевого и IP-оборудования. Причем контроллер управляет работой не только "своих" коммутаторов, но также и оборудования, которое к этим коммутаторам подключено. Если обнаружены проблемы с подключенным устройством, отключением питания на этот порт, можно как минимум дать возможность окончному устройству просто перезагрузиться. Зачастую этого бывает достаточно, чтобы вернуть его в работоспособное состояние. Также можно задать расписание работы подключенных устройств.

Появление в портфеле "АйПиМатики" таких контроллеров дает нам толчок для освоения нового сегмента потребительского рынка, поскольку с их помощью возможно построение бесшовных сетей Wi-Fi, востребованных в сфере HoReCa. Мы начали заниматься этим направлением – и тут же выяснилось, что в большинстве своем предлагаемые нами продукты в той или иной степени могут быть использованы в тех же гостиницах. Просто важно предложить комплексное решение и показать, как это оборудование может использоваться,

как оно может повысить эффективность их бизнеса. Мы считаем этот сегмент рынка очень перспективным.

**Недавно в вашем портфеле появились решения и от ведущих производителей из Германии и Швейцарии. Это стратегия партнерской политики компании?**

Дело в том, что работа с вендорами из Юго-Восточной Азии всегда связана с большими объемами закупок, поскольку необходимо соблюдать их требования по минимальному заказу. А если нужно небольшое количество специализированного оборудования, работать с китайскими производителями становится не всегда целесообразно. И как раз в этих случаях нас выручают компании из Европы, у которых мы покупаем малыми партиями и поставляем на российский

рынок оборудование, предназначенное не для массового спроса, но позволяющее решить конкретные задачи пользователей, закрыть потребности тех или иных проектов.

**Как вы находите таких вендоров? Или они находят вас?**

С одной стороны, при подготовке решения задач по тому или иному проекту или при анализе обратной связи от наших реселлеров с оценкой поступающего спроса со стороны их конечных пользователей мы определяем потребность в конкретном оборудовании и начинаем искать его производителей. Бывает и по-другому, когда вендоры сами обращаются к нам и предлагают включить их оборудование в наш портфель, поскольку "АйПиМатика" уже имеет на международном рынке достаточно

высокий авторитет надежного партнера в России. Кроме того, мы по-прежнему посещаем основные международные выставки телекоммуникационного оборудования – отслеживаем тренды, изменения на рынке, а также новые решения, новое оборудование новых производителей. Если видим что-то интересное и, на наш взгляд, перспективное, стараемся добавить в свой портфель. Потому что иногда идеи, которые приходят от производителей, еще не востребованы рынком просто в силу того, что опережают спрос. А мы, поняв новые интересные возможности и предлагая сотрудничество, этот спрос порой сами формируем.

**Спасибо за интересный рассказ.**  
С М.Е.Усовым беседовала  
Л.В.Павлова