

03 января 2025

Выгоды партнерства: бизнесу — рост, клиенту — комплексные решения

Технологическое партнерство позволяет предоставлять клиенту комплексные решения, выстраивать эффективную систему продаж, быстрее развивать бизнес, а зачастую даже становится условием выживания, считают эксперты. О ключевых ценностях и эффективности партнерства, о том, какую роль в его развитии занимает импортозамещение — в материале «Телеспутника».

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ КАК ДРАЙВЕР

В 2022 году российские компании вынуждены были заменять сразу несколько элементов инфраструктуры в сфере информационных технологий (ИТ), а комплексных западных экосистем на рынке не осталось, поэтому многие начали внедрять разрозненные ИТ—решения, которые плохо взаимодействовали между собой, пояснила руководитель отдела по работе с партнерами «DataRu» Ольга Москвитина. По ее словам, особо эта проблема коснулась компаний, которые были вынуждены заменять оборудование, потому что исторически в России мало кто из поставщиков задумывался о совместимости отечественного оборудования и программного обеспечения: российские разработчики создавали продукты для решения узких задач



конкретных заказчиков.

«Налаживание системы партнерств позволяет российским поставщикам предлагать рынку более комплексные решения, а клиентам — быстрее решать задачи, связанные с импортозамещением. Кроме того, производители, многие из которых только в 2022 году озаботились вопросом продвижения своих товаров, могут совместно с другими участниками рынка — интеграторами и дистрибьюторами — выстроить более эффективную систему продаж и быстрее развивать бизнес», — полагает Ольга Москвитина.

В условиях импортозамещения, когда клиенты выстраивают ИТ-инфраструктуру из множества разнородных цифровых инструментов отечественного производства, основной ценностью для заказчика стало умение ИТ—партнера комплексно решить его задачу, согласилась **партнер и заместитель генерального директора «КОРУС Консалтинг», основатель платформы Sellty Мария Бар-Бирюкова.**

Ни одна ИТ—компания не может быть лидером по всем продуктам и направлениям автоматизации. Более того, чем больше выражен фокус, например, на разработке конкретного продукта или на ИТ-консалтинге, тем сильнее экспертность. Именно поэтому грамотные ИТ—руководители формируют альянсы с другими участниками рынка. Совместными усилиями они могут полностью закрыть задачи клиента, не затрачивая ресурсы на запуск непрофильных продуктов и направлений. Заказчик, в свою очередь, получает набор продуктов, которые совместимы между собой, и комплексное обслуживание. Таким образом, ключевая ценность партнерств в том, какую конечную пользу от такого сотрудничества получит клиент. Например, когда мы выбираем партнеров в направлении электронной коммерции «КОРУС Консалтинг», мы обязательно тестируем продукты, обращая внимания на их качество и надежность.

Мария Бар-Бирюкова,
партнер и заместитель генерального директора «КОРУС
Консалтинг», основатель платформы Sellty

Эксперт также назвала важным наличие выбора предложений для клиента, поэтому по одному классу продуктов у компании может быть сразу несколько партнеров. Так, в направлении CRM «КОРУС Консалтинг» сотрудничает с «Битрикс», «Ланит Омни» (по BPMSoft), Elma. В направлении электронной

коммерции компания недавно заключила соглашение с Ensi — это новый в их портфеле продукт, с помощью которого можно запускать PIM—, OMS—платформы, а также маркетплейсы. Начали сотрудничать с Isource, разработчиком решений для сквозного управления снабжением в промышленности.

У «DataPy Технологии» тоже обширная партнерская сеть, и компания ведет свою коммерческую деятельность через авторизованных партнеров — дистрибьюторов и системных интеграторов, рассказала Ольга Москвитина.

«При такой двухуровневой модели продаж партнеры играют ключевую роль в продвижении наших решений и лидогенерации, а также в развитии новых направлений и выходе на новые региональные рынки. От их успешной работы зависит непосредственно рост нашего бизнеса, а мы со своей стороны обеспечиваем для партнеров полный цикл поддержки на всех этапах взаимодействия, включая технические ресурсы. Кроме того, мы заключаем партнерства с другими продуктовыми компаниями и предлагаем клиентам уже готовые стеки ИТ—продуктов, которые можно внедрять без сложной настройки интеграций. Такие решения совместимы между собой и работают как единая экосистема, закрывая определенный пул задач клиентов. Это упрощает для наших заказчиков внедрение и эксплуатацию решений, а мы можем гарантировать, что наши разработки в рамках ИТ—инфраструктуры заказчика будут работать с прогнозируемой эффективностью — для этого мы проводим предварительное тестирование продуктов на совместимость», — заключила Ольга Москвитина.

Активное развитие технологических партнерств в первую очередь связано с тем, что в связи с импортозамещением меняется ландшафт на рынке: уходя из России, иностранные вендоры забирали не только софт, но и возможность интегрироваться с ним, в связи с чем уменьшился выбор программ и сервисов, а также катастрофически упала их связность, отметил директор по развитию бизнеса RooX Искандер Шестопал.

«Если поначалу на рынке распространялась информация об аналогах того или иного софта, то сейчас пришло время восстанавливать интеграции между разными его видами. Технологические партнерства разработчиков позволяют предлагать комплексные решения, способные заменить зарубежные аналоги. Это позволяет не только снизить зависимость от импорта, но и ускорить процесс адаптации бизнеса к новым реалиям», — пояснил Искандер Шестопал.

Он подчеркнул, что число интеграций — один из показателей зрелости продукта и важный аргумент при выборе определенного программного продукта. Особенно это касается крупных организаций, где требуется беспроблемная работа всей экосистемы. Технологические партнерства помогают продвигать продукты, которые предлагают разные разработчики. Это полезно и для продуктов со стажем, и при запуске новых. Через своих партнеров они могут заявить о себе и о том, что у них есть интеграция с более популярными системами. Это позволяет привлечь внимание потенциальных клиентов на продукт.

«Второй тип партнерств, которые сейчас тоже активно заключаются, это партнерства вендоров с дистрибьюторами и интеграторами. Причина, в целом, та же — из портфелей интеграторов исчезли многие позиции. У иностранных вендоров для подобных партнерств были выработаны стандарты: градации по типам сотрудничества, лесенки статусов, регламенты продвижения и внедрения. Все это облегчало и информирование рынка о возможностях ПО, и работу на проектах у заказчиков. Приятно видеть, как на глазах сейчас подобные серьезные партнерские программы создают многие российские вендоры», — заключил Искандер Шестопал.

ИНСТРУМЕНТ РОСТА И МАСШТАБИРОВАНИЯ

Партнерство — классический инструмент роста и масштабирования для любого бизнеса, но именно в ИТ—отрасли оно особенно важно, подчеркнул партнер и директор по развитию HRlink Дмитрий Махлин.

Он уточнил, что сейчас популярно несколько партнерских моделей.

«Первая — равнозначное сотрудничество между поставщиками ИТ—решений. Клиент российских продуктовых ИТ—компаний больше не

ожидает решения узкой задачи или предложения одного продукта — он надеется получить комплексное обслуживание по принципу единого окна. Так, пользователи нашей платформы кадрового электронного документооборота рассчитывают, что мы сможем не только перевести их кадровое делопроизводство в безбумажный вид, но и автоматизировать весь жизненный цикл сотрудника в компании — от найма до увольнения. Конечно, один поставщик не может быть центром экспертизы по всем ИТ-решениям для автоматизации бизнеса — для этого не хватит ни ресурсов, ни экспертизы. Да и чем больше разнородных продуктов в портфеле вендора, тем сложнее управлять ими и гарантировать одинаково высокое качество всех разработок. Логичным шагом в такой ситуации становится партнерство с другими участниками рынка — так клиент получает больше ценности, а поставщику не приходится «раздувать» производство», — пояснил Дмитрий Махлин.

Вторая модель — партнерство между поставщиком и интегратором, уточнил эксперт. Интегратор может сформировать стек качественных, совместимых между собой ИТ—продуктов от разных производителей, которые будут закрывать значительный пул задач клиентов. Так он становится тем самым единым окном, через которое заказчик получает комплексное обслуживание, а также гарантии и поддержку.

«Третье направление — сделки по слиянию и поглощению. Такая стратегическая модель партнерства полезна, когда крупному бизнесу необходимо выйти на новые рынки, расширить свою экосистему или диверсифицировать предложение. Именно на ИТ—сектор в 2022-2024 годах

пришлось самое большое количество сделок по слиянию и поглощению компаний в России (M&A)», — резюмировал Дмитрий Махлин.

Партнерство — это относительно простой способ получить доступ к разнообразным технологиям и компетенциям и, если возможности другой компании хорошо дополняют наши, позволяют дать клиентам комплексное решение, то такое взаимодействие будет полезно, отметил руководитель группы разработки продуктов и решений Linx Cloud Евгений Макарьин.

В ОДИНОЧКУ В ЛИДЕРЫ НЕ ВЫЙТИ

Суть любого партнерства — создание некой бизнес-ценности, которую невозможно создать единолично, и в целом коллаборация ИТ-компаний — не новый тренд рынка, напомнил **коммерческий директор департамента аналитических решений ГК «КОУРС Консалтинг» Константин Смирнов.**

Он пояснил, что заказчики все чаще хотят получать комплексные решения, имеющие бизнес-ценность, а она возникает именно на стыке решений и технологий. Например, компании, которые выпускают системы для хранения и обработки данных кооперируются с теми, кто производит BI-системы.

Таким образом заказчик получает набор инструментов для комплексного решения задач: он может хранить, обрабатывать, анализировать данные и уже на основе этого анализа принимать управленческие решения. В такой схеме партнерство выгодно для всех участников рынка.

Сейчас мы разрабатываем систему цифрового управления результативностью, в нашей команде, которая профессионально занимается дизайном дашбордов, есть специалисты компании—партнера. Мы, в свою очередь, закрываем методологическую и технологическую часть. Так каждый занимается своим профильным направлением, и в итоге получается продукт с необходимой функциональностью и удобным интерфейсом. Партнерство ИТ—компаний с предприятиями других отраслей может быть выгодно с точки зрения обмена отраслевыми компетенциями.

Константин Смирнов,
коммерческий директор департамента аналитических
решений ГК «КОУРС Консалтинг»

Скорость изменений на рынке сегодня существенно превышает собственные возможности компании, а для сохранения лидирующей позиции нужно выстраивать сервис для клиентов, который позволит закрыть широкий диапазон его потребностей, отметил руководитель направления перспективных веб—сервисов «СКБ Контур» Антон Еликов.

«Еще 10—15 лет назад ИТ-компании считались своего рода элитой, их клиенты зачастую были вынуждены искать партнеров—интеграторов или самостоятельно выращивать функцию, которая бы сшивала разные сервисы для решения рабочих задач бизнеса. Сегодня ситуация иная: рынок насыщается, клиенты становятся все требовательнее. Формируются условия, в которых они стремятся максимально закрыть свои исключительные потребности. Это приводит к тому, что ни одна компания не в силах их удовлетворить, в особенности, когда речь идет о специфических бизнес—сценариях. Многообразие последних даже сложно подсчитать, в отличие от прежней ситуации, когда клиент довольствовался пакетным решением для той или иной сферы, например, ритейла, логистики. Сегодня пакеты не работают. Внутри любого бизнеса много подразделений, много функций, многообразие задач, что, по сути, создает условия для развития и укрепления партнерств», — считает Антон Еликов.

По его словам, в «СКБ Контур» в начале 2024 года занялись поиском сильных технологических партнеров, в сотрудничестве с которыми можно было бы закрыть максимальный круг потребностей клиентов. Тем самым из разряда ответственного поставщика отдельных решений компания переходит на новый этап, получая возможность закрыть все нужды клиента в максимально широком спектре. В явном виде развиваются не только внутриотраслевые партнерства, но и кроссотраслевые, когда компании традиционного физического бизнеса вступают в партнерства с технологическими и финансовыми компаниями. И цель та же — закрыть все более сложные клиентские сценарии, число которых также растет, заключил Антон Еликов.

ЦЕЛЬ — УСКОРИТЬ ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ

Департамент промышленной автоматизации «Рексофт» работает в нише базовой автоматизации — автоматизированной системе управления технологическими процессами (АСУ ТП) и занимается, начиная с установки датчиков, переходя на уровень контроллеров (ПЛК) и в визуализацию на SCADA, отработывая все, что нужно оператору технологического процесса, уточнила руководитель департамента промышленной автоматизации компании «Рексофт» Ольга Макова. Она добавила, что в портфеле предложения класса системы усовершенствованного управления технологическими процессами (СУУ ТП) есть оптимизация работы технологической установки на базе цифровой модели в реальном времени или же автоматизация всего комплекса, оптимизация работы технологического процесса на базе цифровой модели в реальном масштабе времени (Real-Time Optimization, RTO). Основной фокусный заказчик департамента — промышленные предприятия со сложными технологическими процессами и человекоемкими производствами: ТЭК, нефтехимия, горнодобывающая, металлургическая, пищевая промышленности. Но системы класса АСУ ТП нужны на всех производствах.

«В структуре “Рексофт” мы действуем по модели системного интегратора. У нас нет своих продуктов, и это осознанный подход. Мы не разрабатываем отечественный контроллер или SCADA, но отлично знаем, у кого на рынке эти решения и оборудование есть. Сегодня у нас более 30 партнерских



соглашений с российскими вендорами, наши специалисты прошли обучение и сертификацию и могут дорабатывать эти продукты или программировать на них. Уровень команды такой, что из любых существующих продуктов мы можем сделать законченную систему управления технологическим процессом. Мы не привязаны к вендорам и можем сделать проект как на существующих на многих предприятиях иностранных продуктах Schneider Electric, Siemens, Yokogawa, так и с отечественными решениями компаний «Прософт», «Нефтеавтоматика», «Текон», «АтомикСофт». И знаем, как их проектировать, запускать, обслуживать. Состав проекта зависит от ситуации и потребности конкретного заказчика», — рассказала Ольга Макова.

По ее словам, ИТ—проекты все более усложняются, а с уходом западных вендоров на рынке промышленной автоматизации не оказалось решений, которые могут закрыть все потребности заказчиков. Для качественного результата в таких проектах каждый игрок ИТ—рынка должен заниматься своим сегментом работы.

«Продуктовая компания не может заниматься и развитием продукта, и обследованием, и внедрением, и интеграцией, и поддержкой. Именно для этого нужны партнерства. Компании знают продукты друг друга, квалификацию инженеров, умение работать в заказчике, другие сильные и слабые стороны. Сейчас только партнерский подход позволяет делать серьезные проекты на нужном уровне», — убеждена Ольга Макова.

Время, когда ИТ—компании фокусировались исключительно на своих бизнес—процессах, продажах и финансовых или маркетинговых стратегиях,

осталось позади, сегодня акцент смещается к активному развитию таких направлений, как технологическое партнерство, создание собственных продуктов, интеграции и межотраслевое взаимодействие, считает руководитель отдела по работе с партнерами производителя общесистемного и прикладного ПО ALMI Partner Светлана Плахтиева.

«Важно грамотно планировать партнерства: согласованность действий и бизнес—процессов будет служить гарантией получения необходимого результата для заказчика. Мы как производитель программного обеспечения планируем занять свою нишу на рынке. В этом нам помогают неотъемлемые принципы развития партнерского канала. Во—первых, это создание и развитие партнерского сообщества, где ключевым инструментом являются партнерские продажи. Во—вторых, развитие партнеров, как партнеров по бизнесу. В—третьих, обучение партнеров специфике продуктов, клиентов и техникам продаж. Мы готовы к диалогу с партнерами, созданию спроса совместно с ними, формированию ценностных предложений для заказчиков, совместным маркетинговым кампаниям. Наши программные продукты — это экосистема решений, с которыми хотят иметь совместимость все больше производителей», — рассказала Светлана Плахтиева.

В условиях активного развития технологий и процессов импортозамещения партнерства становятся одним из драйверов изменений, способствуя ускорению внедрения инноваций, повышению качества услуг и созданию высокоинтеллектуальных продуктов, что, в свою очередь, способствует укреплению конкурентных позиции всех участников, считает руководитель направления «Т ИИ» ИТ—холдинга «Т» Сергей Голицын.

«Партнерства в сфере искусственного интеллекта (ИИ) позволяют создавать решения, которые смогут конкурировать на мировой арене. Пример — Альянс в сфере ИИ, созданный в России для объединения усилий компаний, вузов и исследовательских центров. Его цель — разработка совместных стандартов и ускорение внедрения ИИ в ключевые отрасли, включая промышленность, медицину и образование. Эффективность партнерства для нашего холдинга заключается в синергии знаний и технологий, что позволяет разрабатывать инновационные проекты и адаптировать их к потребностям и задачам компаний из различных отраслей. Партнерское сотрудничество осуществляется по технологическому, научному и коммерческому направлениям. Так, например, в рамках научного сотрудничества с Национальным медико-хирургическим Центром имени Н.И. Пирогова проводятся исследования в области анализа клинических больших данных и способствуем развитию медтех—рынка в России. Совместный проект с ВГИК нацелен на внедрение технологии ИИ в процесс кинопроизводства, что открывает новые возможности для индустрии. Партнерство между T1 и T2 объединяет экспертизы компаний в области больших данных и технологий машинного обучения для разработки инновационных решений», — рассказал Сергей Голицын.

Соглашения и партнерства с отраслевыми ассоциациями — Ассоциацией блогеров и агентств (АБА), Ассоциацией Брендинговых Компаний России (АБКР), Ассоциацией лабораторий по развитию искусственного интеллекта (АЛРИИ) — предоставляют нам доступ к ресурсам и возможностям, которые невозможно приобрести за деньги, подчеркнул операционный директор

«Рейтинга Рунета» Анатолий Денисов.

«Через партнерские отношения мы устанавливаем связи с ключевыми игроками на рынках, на которых пока недостаточно присутствуем. Это позволяет быстрее и более качественно знакомиться с особенностями этих рынков, а также знакомить их участников с нашими решениями и услугами. Одним из наиболее популярных форматов является партнерство, при котором компании обмениваются клиентами. Чаще всего такие альянсы формируют организации, предлагающие разные, но при этом комплементарные услуги. Это позволяет существенно снизить издержки на поиск новых клиентов для каждой из сторон. Кроме того, все более актуальным становится партнерство с образовательными учреждениями, позволяя ИТ-компаниям эффективно решать задачи в области HR», — рассказал Анатолий Денисов.

Партнерства будут развиваться, но выстраивание договоренностей — сложный на российском рынке процесс, мы исторически не так сильны в них, как представители других стран, для нас это зона роста, полагает Антон Еликов.

«Помимо прочего, у партнерств есть организационная составляющая: каждое соглашение влечет транзакционные издержки. Приходится решать юридические вопросы, вести учет, обрабатывать закрывающие документы, распределять агентские вознаграждения. Значит, рост количества партнерств породит новые технологические и финансовые модели взаимодействия. Представляется, что новые возможности к развитию партнерств откроют

смарт—контракты, позволяя заключать партнерства более массово и с более низкими издержками. Конечно, это не случится завтра, но в ближайшем время можно ожидать роста объема транзакций в партнерствах, а значит, возникнут и новые организационные формы для более эффективного взаимодействия», — предположил Антон Еликов.