

Nabízíme produkty s dobrou pověstí a silnou pozicí na trhu

MICHALA BENEŠOVSKÁ

Zoltán Csecseödi, obchodní ředitel pro Českou republiku ve společnosti Flowmon Networks, nám prozradil, jaké plány a výhledy mají pro rok 2019 ve společnosti, jež je stále tuzemskou jedničkou ve flow monitoringu. Podělil se s námi také o to, jak se Flowmonu daří v zahraničí, a prozradil, že společnost pro své partnery chystá řadu zajímavých novinek.

Podle finančních výsledků za rok 2018 jste ve všech sledovaných parametrech zaznamenali dvouciferný růst. Jak se Flowmonu zatím daří v roce 2019? Máte ambice udržet stejné tempo růstu?

V České republice stabilně rosteme už řadu let. Globální expanze samozřejmě akceleroje naše výsledky, ale Česká republika je naše domácí hřiště a i to je důvod, proč jsme zde v minulém roce získali nejvíce nových zákazníků ze všech zemí. Potvrzuje to jednak skutečnost, že trh ještě není plně saturován a že poptávka po našich nástrojích má pořád kam růst. K našim tradičním odvětvím, jako jsou datová centra, poskytovatelé datových služeb nebo finanční instituce, loni přibyla řada výrobních a retailových firem nebo institucí z akademické sféry. Obchodní výsledky za první kvartál dávají tušit, že ani letos tomu nebude jinak, a my tak můžeme úspěšně pokračovat v nastaveném směru, který představil před rokem Jiří Tobola. Tedy že během tří let zdvojnásobíme svůj obrát i počet zaměstnanců.

Kam se bude Flowmon jako firma vyvíjet v dohledné době? Které cíle jste si vytyčili pro rok 2019 a dál?

Samozřejmě že chceme dále zvyšovat tržby. Rosteme stále organicky, ale je pravdou, že zásadní růst očekáváme do budoucna v zahraničí. Díky tomu se můžeme více věnovat zákazníkům v České republice. V loňském roce jsme pro český trh zřídili novou pozici inside sales, která uvolnila ruce našim obchodníkům, a ti se tak více věnují vybrané zákaznické klientele. Chceme, aby zákazník intenzivně cítil péči ze strany výrobce. Stejně tak jsme nově alokovali pre-sales specialistu jen pro tuzemský trh. Toto rozhodnutí je už nyní pro naše zákazníky citelným přínosem. Abych to shrnul, v ČR se více zaměříme na své stávající i potenciální zákazníky a obchodně vidíme největší potenciál růstu v zahraničí.

Jakou máte v současné době pozici na českém trhu?

Stále jsme jasnou jedničkou na českém trhu. Začínali jsme totiž s flow monitoringem před dvanácti lety jako jedni z prvních. Dokonce i z celoevropského pohledu, pokud budeme brát flow monitoring jako hlavní produkt, a ne jako součást vedlejších funkcí. S ohledem na tuto skutečnost mi dnes přijdou úsměvné některé reakce IT trhu z tehdejší doby, že v této technologii nevidí žádný obchodní potenciál. Takže ano, na českém trhu si stále užíváme pozici lídra.

Kromě českého trhu, kde ve světě se Flowmonu podařilo prorazit?

Neskutečně dobře se nám daří například v Japonsku. Přičemž tamní trh patří vůbec mezi ty nejnáročnější. Naše řešení Flowmon si ale v Japonsku nachází stále více zákazníků již několikátý rok po sobě. Japonsko je navíc skvělá reference, která nám otevírá dveře v dalších regionech. Ať už jde o Jižní Koreu, nebo země z asijsko-pacifického regionu, kde jsme v uplynulém roce zaznamenali výrazný růst. Konkrétně je řeč o Malajsii, Filipínách a Vietnamu. Rozšiřujeme zde nejen počet zákazníků, ale také distribuční síť i počet lokálních zaměstnanců.

Ve kterých segmentech se vaše řešení nejvíce uplatňují? Můžete uvést i nějaké zajímavé reference?

Jsou to především oblasti, kde se klade velký důraz na bezpečnost, tedy finanční a státní sektor. Obecně se ale dá říct, že bez ohledu na to, čím se zákazníci zabývají, naši technologii potřebuje každý. Jsme klíčovou součástí síťového a bezpečnostního monitoringu. Zatímco dříve firmy řešily převážně zabezpečení perimetru a koncových stanic, dnes musejí být aktivní i v dalších oblastech. Velký zájem zaznamenáváme u výrobních podniků, kde také vidíme další potenciál pro růst. Mezi naše zajímavé reference patří například Československá obchodní banka a Český statistický úřad jako zástupci zmíněných segmentů nebo třeba Thomayerova nemocnice a UPC Česká republika za ty ostatní.

Sledujete růst nebo změnu poptávky v některém ze zákaznických segmentů?

V posledních letech jsme zaznamenali zvýšený zájem o aplikační monitoring, tedy o svůj produkt Flowmon APM. Pro celou řadu zákazníků je totiž provoz kritických aplikací zásadní pro jejich fungování a je velmi důležité, aby měli nástroje, kterými toho mohou docílit. Opět jde ve velké míře o subjekty z finančního a státního segmentu, ale důležitý je také pro



další – typicky třeba e-shopy nebo online služby. Co se týče růstu v některém novém segmentu, můžeme obecně zmínit školství. Jen v uplynulém roce jsme zaregistrovali značný nárůst zájmu o své řešení ze strany základních, středních a vysokých škol.

Jak vás vnímají partneři a co jste si pro ně v rámci partnerského programu připravili?

Pro své partnery jsme zajímaví především z obchodního hlediska, jsme na trhu už dvanáctým rokem a za tu dobu jsme trh dostatečně evangelizovali, za což patří dík našemu produktovému a marketingovému oddělení. Mimochodem nevěřím tomu, že by v ČR existoval ředitel IT, který by nikdy o naší společnosti nebo produktech neslyšel. Naši partneři mají díky tomu snadnější přístup k zákazníkům a nabízejí produkt s dobrou pověstí a silnou pozicí na trhu, je důležité i to, že jsme česká firma, a není zde tedy jazyková bariéra.

Nejen partnerům již brzy představíme zcela nový portál. Tomu původnímu chyběl např. responzivní design pro prohlížení na mobilech, a proto jsme ho od základu změnili. Historicky máme dobrou odezvu na formu, se kterou chráníme obchodní zájmy partnerů při rozvoji projektu. To zůstane zachováno. Ne u každého výrobce je právě toto dobrým zvykem.

Přibudou i další funkce, jako širší viditelnost na registrované projekty v reálném čase včetně stavu projektu a dalších informací důležitých pro kompletaci projektu. Partneři získají lepší viditelnost na produkty zakoupené zákazníky, které spadají pod jejich správu, na získané certifikáty včetně data expirace a řadu dalších. Pod jedním loginem budou mít nově přístup na E-learning, Issues nebo Tickets. V průběhu května začíná probíhat testování s prvními vybranými partnery. ■