

Por Scott Campbell, CRN EUA
(Tradução: Erika Joaquim)

O SURGIMENTO DO PROVEDOR DE NUVEM

Conheça o movimento atual das revendas norte-americanas quando o assunto é tornar-se um provedor de cloud computing; estudo da Everything Channel mostra alguns perfis de canais e suas visões sobre o tema. Veja onde se encaixa a sua empresa

Dave Rice soube que era hora de mudar a cara da revenda à moda antiga e começar um negócio de serviços em nuvem quando começou a brincar com o criativo e místico jogo interativo online "World of Warcraft" com seu filho.

Quando Rice percebeu o poder do "World of Warcraft", um aplicativo baseado em nuvem que pode se gabar de ter mais de 10 milhões de assinantes online, sabia que a internet já estava pronta para dar conta de aplicativos de negócios mais complexos.

Esta epifania do "World of Warcraft" foi o impulso para, em 2008, Rice e seu sócio fundarem a TrueCloud, que está em alta na computação em nuvem tendo a robusta suíte de aplicativos de negócios como serviço NetSuite como produto principal. De Scottsdale, no estado do Arizona, a missão da companhia é fornecer o sistema integrado de gestão empresarial (ERP) baseado em nuvem para pequenas e médias empresas.

"Não há escassez de clientes", disse Rice, um veterano há 35 anos na área de TI e an-

tigo CIO da Insight Enterprises, uma gigante que está na lista da Fortune 500. "Tudo que sei é que estamos indo de encontro com a pior economia dos últimos anos e temos como base uma das áreas que foi menos atingida no país e estamos vendo um crescimento de três dígitos nestes setores. Minha expectativa é que isto não vai parar até pelo menos 2015 e que cada vez mais clientes irão descobrir o valor incrível que está associado aos negócios na nuvem."

Rice geralmente se vê brigando com as revendas mais antiquadas que vendem soluções instaladas, mas disse que os clientes estão escolhendo parceiros de nuvem porque percebem um contraste muito grande entre as duas soluções. Muito grande, na verdade. A TrueCloud é uma empresa da nova onda, que o pai da CRN EUA, a Everything Channel, está chamando de provedores de serviços em nuvem "transformadores", definidos assim por não terem faturamento vindo de soluções on-premise e com a maior parte das vendas vindas de receitas recorrentes - que estão invadindo



RECEITA 150% MAIOR SOBRE O ANO PASSADO E
INTERESSE DOS CLIENTES EM SOLUÇÕES EM
NUVEM 400% ACIMA DE 2010

DAVE RICE, DA TRUECLOUD

Anúncio

o mercado de vendas tradicionais. Estas empresas "transformadoras" estão ganhando clientes e aumentando as vendas em uma velocidade vertiginosa.

A pesquisa da Everything Channel demonstrou que um terço de todas as vendas têm a expectativa de alterar seu modelo de negócio nos próximos três anos. Isto porque os canais anteciparam que 36% de suas vendas virão de soluções off-premise em 2013, segundo a pesquisa da Everything Channel.

Robert Faletra, CEO da Everything Channel, disse que as novas vendas "transformadoras" estão desafiando o status quo de vendas "clássicas", que obtêm grande parte de sua receita de gastos em projetos de TI on-premise com pouca receita recorrente, e vendas "progressivas", que possuem uma certa quantia de receita recorrente vinda de serviços off-premise e estão investindo pesado para conseguir mais receita recorrente baseada nas vendas de nuvem/serviços gerenciados.

As vendas "progressivas" atualmente constituem a grande parte do mercado norte-americano (62%), com os players "transformadores" constituindo 20% e, finalmente os players "clássicos", que somam 18%, analisou

Faletra. Ele observou ainda que a revolução da computação em nuvem pede que os canais "refaçam seus negócios", lidando com as mudanças tanto tecnológicas quanto de negócio, ao mesmo tempo.

"Nunca vi algo parecido," comentou Faletra em uma palestra na conferência XChange, da Everything Channel, em agosto. "É algo real e todos [no canal] vão ter que analisar muito seriamente isto. Você terá que tomar muitas decisões de tecnologia e sobre os fabricantes. Você terá que analisar se o fabricante que lhe trouxe até aqui é o mesmo que lhe levará aonde você precisa estar. Devo ser parceiro de empresas de telefonia? Devo fazer white-label dos serviços de alguém? Tudo isto se refere a mudar de um venda transacional on-premise para uma receita recorrente off-premise", disse o executivo, que acompanha os negócios das vendas há 25 anos.

Rice, da TrueCloud, disse que sua decisão de romper com o modelo antigo de venda transacional está resultando em um crescimento de venda astronômico. A receita da TrueCloud é 150% maior com relação ao ano anterior e o interesse dos clientes em soluções em nuvem aumentou inacreditáveis 400%

Anúncio

baseados no NetSuite da empresa com "demonstração de produto, implantação, visitas de consultoria em nuvem e questionamentos diretos de clientes", disse.

O sucesso da TrueCloud no mercado valida a visão de Rice de que o canal não está prestando serviços adequados para o mercado de pequenas empresas (menos de 200 posições), porque não havia modelo de negócio que gerasse receita suficiente. Parecia que a nuvem iria mudar tudo isto. Até as pequenas empresas teriam dinheiro suficiente para se aproveitarem do SaaS e terem suporte das vendas.



“ A NUVEM FAZ TOTAL SENTIDO. NÃO HÁ MAIS INVESTIMENTOS COM A INFRAESTRUTURA. TODA A DOR DE CABEÇA ACABOU. O FOCO DEVEM SER OS NEGÓCIOS ”
PAUL HILBERT, DA NETWORK DOCTOR

"Desenvolvemos nosso negócio em torno da nuvem pública e demos suporte aos clientes - para os pequenos do SMB, para ser sincero", explica Rice. "Mas não podemos nos esquecer de que a nuvem vai começar a mudar para o mercado de empresas maiores e se tornar muito importante, e podemos usar os mesmos conhecimentos para auxiliar quem quiser adotar a nuvem."

A pesquisa da Everything Channel demonstra que pequenas e médias empresas são as que adotaram mais rapidamente os serviços em nuvem, com uma estimativa de 33% das médias companhias terem a expectativa de utilizarem pelo menos algumas das soluções em nuvem neste ano.

"Estamos tentando ser um balcão único para pequenas empresas que não querem trabalhar com a perspectiva tradicional de TI," comentou Rice. "Se você ainda não se deparou com este grande investimento de TI, você deve ter outras alternativas. Você pode adquirir um conhecimento de TI para serviços e podemos ajudá-lo com este portfólio e com oportunidades de produtos e serviços e ainda fornecer suporte contínuo. Esta foi nossa base durante três anos e meio."

A visão do cliente sobre a nuvem mudou dramaticamente desde que a TrueCloud foi fundada, segundo Rice. "Há três anos e meio, as pessoas olhavam para mim como se eu tivesse três cabeças e meia quando eu falava sobre cloud", disse. "Agora, os clientes entendem a nuvem, mas não sabem como começar a trabalhar com ela."

A REVENDA "PROGRESSIVA"

Se a TrueCloud representa a revenda "transformadora" sem limites, então a Network Doctor, de Englewood Cliffs, New Jersey, é a revenda clássica "progressiva". A empresa iniciou como uma revenda padrão de manutenção há nove anos e fez a transição vagarosamente, oferecendo serviços cobrados por hora, com prazos estipulados e, então, para serviços gerenciados de receita recorrente por um valor Fixo mensal.

Há cerca de dois anos, começou a ofertar soluções em nuvem, depois de garantir mais espaço no data center, para auxiliar a construir soluções em nuvem privada com uma VPN exclusiva para cada cliente, disse Paul Hilbert, CEO. "Qualquer que seja a infraes-

trutura que tenham, daremos a mesma coisa, dedicada para eles", disse Hilbert.

Desastres naturais, como grandes quedas de energia, na costa Leste causadas pelo Furacão Irene ratificam que as soluções em nuvem beneficiam até mesmo as pequenas empresas, disse Hilbert. "Temos um cliente que ainda não migrou totalmente para a nuvem. Mas eles ainda tinham servidores em seu escritório. Ficaram sem sistema por quatro dias. Peguei os servidores segunda-feira pela manhã, trouxe até nosso escritório e rodaram no Citrix. Agora, estão implorando para a gente, perguntando como podem adquirir o data center e que não podem mais passar por outra tempestade. A nuvem faz total sentido. Não há mais investimentos com a infraestrutura. Toda a dor de cabeça acabou. O foco devem ser os negócios."

Hilbert teve a idéia de entrar com força total na nuvem há cerca de dois anos, após participar do evento da Everything Channel, XChange, em Los Angeles, disse. "Estávamos em reunião com a diretoria discutindo as tecnologias em nuvem e como você provavelmente pode conseguir mais dinheiro, sem mudar nada do seu negócio, apenas colocando na nuvem. Onde há mistério, há lucro", disse.

Um ano depois, Hilbert participou novamente do XChange e os serviços em nuvem agora somam cerca de 30% da receita de serviços da Network Doctor. "Daqui a dois anos, teremos pelo menos 60% de serviços. Temos muitos clientes no pipeline para migrarem para a nuvem. Nossas operações que estão diminuindo a velocidade", disse Hilbert.

"Também dependemos de eventos mais convincentes. Quando estiverem prontos para atualizar os servidores ou fazer uma grande atualização de rede, será que querem gastar 100 mil dólares ou utilizar este serviço pagando uma taxa mensal?", disse.

Hilbert acredita que ainda há tempo para as revendas iniciarem com o negócio em nuvem. "Não acho que seja tarde demais. O produto necessita ser ofertado para todos os clientes de todos os VARs, mesmo se os VARs estiverem procurando por outra revenda que faça isto, se não quiserem fazer eles mesmos", disse Hilbert. "Acho que querem terceirizar,

mas fazem isto perdendo o controle do suporte. Atualmente, temos nossa própria infraestrutura de nuvem, mas quero mudar isso. Há mais flexibilidade e menos investimento da minha parte. Mas um dos grandes problemas é a necessidade de manter tanto controle quanto possível no ambiente. Algumas empresas estão se promovendo para o MSP e fornecendo de tudo, mas isto não concede ao MSP espaço para providenciar seu suporte."

AJUDANDO OS PARCEIROS A INICIAREM COM A NUVEM

Muitas revendas estão com dificuldades para mudar do modelo de revenda "clássica", vendendo ainda hardware, software e serviços on-premise e integrando suas soluções. Uma estatística preocupante levantada no estudo da Everything Channel demonstra que cerca de 33% das revendas "não veem" os serviços em nuvem como oportunidade. A chave para saber se estes parceiros serão bem sucedidos ao fazerem esta transição para a nuvem pode estar em iniciar investimentos em cloud ou fazer parcerias com outras empresas para ter a nuvem.

A pesquisa demonstra que 46% das revendas estão expandindo suas ofertas de tecnologia fazendo parcerias com outras empresas. É onde uma empresa como a IndependencelT, de Allentown, Pennsylvania, entra em cena. A empresa espera atrair provedores de serviço que não tenham recursos ou infraestrutura para tentar oferecerem sozinhas soluções em nuvem aos clientes.

A IndependencelT, de fato, tem sido tão bem sucedida transformando seu negócio em um modelo em nuvem, que está tentando sair do negócio de VAR e revender suas soluções em nuvem por meio de outras revendas.

Até agora, a companhia atraiu cerca de 15 a 20 parceiros de canal, mas espera aumentar este número rapidamente, disse Seth Bostock, diretor de desenvolvimento de negócio da IndependencelT. "Lançamos um programa de canal para vender soluções já prontas para auxiliar os MSPs a acelerarem o ritmo. Nós tiramos a responsabilidade de conseguirmos clientes diretos", disse. "Nossa meta é deixar de ser um provedor de serviço

Anúncio

direto para servir estritamente ao canal. Já começamos a dar nossa força de vendas diretas para os parceiros MSP que temos atualmente."

A IndependencIT nasceu como um MSP tradicional, em 1999, com a missão de fornecer renovação de serviços e aplicações. No ano 2000, replicar ambiente on-site em um data center instalado era o principal serviço que ofereciam e, em 2004, era o único.

O grande jogo para ela e para todas as revendas de nuvem é integrar aplicações em nuvem contrastantes em um painel consistente, disse Bostock. "O cliente deve ter o Salesforce.com, o Dynamix ou o QuickBooks, mas não são integrados. Você também tem o custo de ter dois sistemas de nuvem com mais apps sofisticados", disse. "Nossa perspectiva

desafio para decolarem."

DANDO UM SALTO VERTICAL

As revendas que estão investindo na nuvem, também estão expandindo agressivamente nos mercados verticais. A pesquisa da Everything Channel demonstra que 44% das revendas estão crescendo nos mercados verticais na sequência da revolução da nuvem.

A DataCorp, uma revenda de Pembroke Pines, da Flórida, por exemplo, recentemente lançou um spinoff, a HealthCore, para fornecer soluções em nuvem para clientes de assistência médica. Comemorando seu 10º aniversário no mês que vem, a companhia possui um modelo focado em serviços desde o início, centrando nos projetos de consultoria de continuidade de negócio.

para a Flórida [para se aposentar], então é algo que nos interessa. Além disso, a assistência médica e TI têm se conversado há algum tempo, mas isto tem que mudar para algo mais substancial", disse Perez.

O filho de Perez, que atualmente estuda medicina, recentemente questionou se dois iPads poderiam transferir de forma segura informações sobre um paciente de um médico para outro. "Isto é o que a geração de médicos do meu filho espera. Querem informações rápidas e de forma eletrônica" observou.

Melhor que oferecer utilização dos tradicionais registros médicos eletrônicos on-premise, Perez acredita que a nuvem trará aos médicos as melhores soluções no futuro. "Há muitas pessoas que fazem EMR (electronic medical records,

em termos de integração app-to-app entre serviços em nuvem para juntar um Salesforce.com com um NetSuite. Quanto mais a nuvem começa a ocupar a vizinhança, mais equipamos nosso negócio para isto", afirmou Rice, da TrueCloud.

As revendas "transformadoras" também estão propensas a desenvolver relacionamentos mais estreitos com ISVs para o mercado vertical, disse. "Enquanto as ISVs aceleram suas ofertas de nuvem, precisarão de auxílio para conseguir razoavelmente os serviços verticais para o mercado e chegar aos consumidores finais. Acredito que o lugar certo para o VAR é estar focado verticalmente. O conhecimento não é de criar habilidades; trata-se de desenvolver as capacidades para um cliente final para um ISV, não como uma empresa de telefonia. Elas fornecem serviços, mas ainda há uma última caminhada para o cliente. Esta pode ser uma fronteira significativa, uma vez que a nuvem começa a ganhar força" observou Rice.

Para Perez, da DataCorp, o futuro significa conseguir mais espaço na nuvem em empresas como a Terremark, da Verizon, e vender soluções em nuvem aos clientes que simplesmente querem TI de um jeito seguro e barato. "Eles não se importam com a computação em nuvem. Nossa ideia é adaptar o negócio na nuvem e, se a DataCorp ganhar novo nome (HealthCore), que seja assim", disse.

Enquanto isto, Bostock, da IndependencIT, enxerga mais vídeo no avanço da nuvem. "Já começamos a fazer pesquisa e desenvolvimento com arquivos de vídeo maiores. Ainda precisamos de mais potência local agora, mas podemos fazer isto com alguns aceleradores", afirmou.

PODEMOS ENTRAR NO CLIENTE E, POR MENOS DO QUE A MAIORIA DOS CONTRATOS DE SERVIÇOS GERENCIADOS, CONSEGUIMOS OFERECER UMA SOLUÇÃO COMPLETA DE TECNOLOGIA NA NUVEM

é uma migração rápida e contínua para os serviços em nuvem. Hoje vemos o mercado um pouco mais fragmentado. O que estamos vendo é que haverá uma grande migração nos próximos três a cinco anos de trabalhadores especializados. Podemos entrar e, por menos do que a maioria dos contratos de serviços gerenciados, oferecer uma solução completa de TI na nuvem e, imediatamente, não teriam mais o capex e diminuiriam o custo que estavam pagando", disse Bostock. "Muitas empresas estão há quatro ou seis anos no mercado e chegaram a um ponto onde necessitam de dinheiro. Possuem espaço, mas não podem comprar o equipamento para expandir. Há um

Mas Hugo Perez, diretor de gerenciamento, sabia que sua companhia tinha que mudar para garantir o sucesso a longo prazo e que a receita baseada em projetos não era a melhor forma de garantir o futuro. "Sempre haverá a espaço para as empresas que são tradicionalmente VARs, que podem sobreviver à tempestade: CDW, Dell, Dimension Data. Mas e as Datacorps do mundo? Se elas não se reinventarem para criar um modelo de receita recorrente além do tradicional MSP, não consigo imaginar como elas vão se sustentar", disse Perez.

"A Flórida sempre será um grande estado onde a assistência médica é notável. A maioria do pessoal vai

ou registros médicos eletrônicos, em português). Isto, por si só, parece com um buraco negro te puxando para dentro", apontou Perez. "Vamos construir nuvens privadas. Nos transformar para o segmento vertical e continuarmos com o nosso negócio principal."

CHEGOU A HORA

O que o futuro guarda para a nuvem e para as revendas "transformadoras"? Assim como muitas tecnologias tradicionais, existe espaço para diferentes cenários e diferentes nichos. Mas o momento de agir é agora. "Para onde isto está indo é para onde as empresas como as nossas irão para serem mais ágeis