

D-Link troca modelo comercial para linha de consumo

Contribuição de Redação
03 de março de 2010

Empresa unifica área de varejo e distribuição no País. Meta é crescer 45% no setor.

A D-Link criou uma nova área de negócios em sua operação brasileira, a Consumer Business Unit. De acordo com a empresa, a partir desta iniciativa, que consiste na unificação das áreas de varejo e distribuição, ela pretende aumentar em 45% suas vendas no mercado de consumo até o final de 2010.

Junto com o projeto, a nova área nasce com a linha de produtos voltada ao mercado de consumo atualizado. São novas versões de equipamentos 3G, câmeras IP, wireless, switches, servidores de impressão e firewall. Também chamada de "Volume", a nova unidade de negócios tem como metas oferecer apoio às revendas e distribuidores na geração de demanda e no abastecimento dos produtos D-Link, além de aproximar ainda mais a empresa ao consumidor final.

A nova área incrementará as ações de marketing da empresa e buscará fortalecer as parcerias já existentes para distribuição e revenda. Também está prevista a captação de novos parceiros de negócios durante o ano para promover a expansão geográfica da D-Link no segmento de informática, principalmente em regiões pouco exploradas.

Capacitação dos revendedores

Com a criação do novo canal de mercado, a D-Link também inicia uma série de treinamentos comerciais para capacitação, juntamente com atuação multicanal a partir da unificação da política de preços — que anteriormente era independente nas áreas de distribuição de varejo —, de modo a garantir a rentabilidade financeira para toda a base de parceiros. A Unidade Consumer Business Unit inicia a operação com uma base composta por quatro distribuidores da categoria Master (ATC, Alcatéia, CNT Brasil e Network 1) e nove distribuidores da categoria Associados (Handytech, Isonic, Local X, Martins, Mazer, N3, Nagem, Pauta e SND). Além disso, possui cem revendas da categoria Master e 200 revendas da categoria Specialist.

No comando

Para esse novo seguimento, Victor Proscurchin, que trabalha na D-Link desde 2002, irá comandar a nova área. Ele foi promovido de gerente de distribuição a diretor comercial da Unidade de Volume.

Ao todo, o executivo tem sob sua responsabilidade uma equipe de 25 colaboradores diretos, responsáveis pelo atendimento aos parceiros, treinamentos, logística de entrega de produtos e ações de marketing.

O executivo possui 13 anos de experiência profissional no mercado de Tecnologia da Informação, com passagens pelas empresas Cyclades (atual Avocent) e Telefonica. Proscurchin é graduado em Engenharia de Controle e Automação pela Escola de Engenharia Mauá e possui pós-graduação em Administração pela FAAP.