



Pieter Verbrugghe nieuwe sales- en marketing directeur van Dean One

## ‘Als onze partners succesvol zijn, zijn wij dat ook’

**Sinds 10 februari is Pieter Verbrugghe aan de slag als Sales en Marketing Directeur bij Dean One. Bij de telecom- en internetprovider voor de zakelijke markt wil hij de banden met de partners nóg verder aanhalen, om zo samen groei te realiseren en succesvol te zijn.**

Pieter Verbrugghe loopt al flink wat jaren mee in de telecom. Afkomstig uit Brugge startte hij zijn carrière bij Proximus. “Vervolgens werd ik gebeld of ik een klus kon doen voor een start-up in Nederland, BEN genaamd. Ik ben toen met mijn koffertje in de auto naar Scheveningen gereden. Doel was om in een half jaar tijd een partnerkanaal op te zetten. Maar dat is een beetje uit de hand gelopen. We startten als een echte challenger, hadden een goede tractie en in vier jaar tijd waren we de grootste partij in het kanaal.”

Daarna werkte hij in diverse senior sales managementposities bij onder meer T-Mobile, Liberty Global en Tele 2. Bij T-Mobile deed hij onder meer de merger met de retailorganisaties van Orange. “Een waanzinnig leuke klus. En bij Liberty Global heb ik ook veel met partners gewerkt.”

Kortom, een brede achtergrond op het

gebied van distributie en commercie, bij challengers en gevestigde corporates.

### Vol ambitie

Pieter is net anderhalve week binnen bij Dean One als we hem spreken, maar voelt zich al direct als een vis in het water. “Het lijkt alsof ik op een soort van HSL-trein ben gesprongen. Daarbij is het geweldig om weer terug te zijn in het partnerkanaal, waar ik ooit begonnen ben. En Dean One is natuurlijk ook een echte challenger met een heel sterk moederbedrijf achter zich; het Britse beursgenoteerde Gamma Communications. “ Bij Dean One wacht hem een mooie uitdaging, met sterke groeiambities voor de komende jaren. “Dean One is een prachtig bedrijf dat laat zien hoe een volledige focus op het partnerkanaal en eenvoud in product en proces voor succes in deze competi-

tieve markt kan zorgen. Ik zie het als een geweldige kans om samen met de partners onze positie in de markt de komende tijd verder te gaan versterken”, aldus de telecom-veteraan.

### Challenger

“Uitdagend”, omschrijft hij de branche. “De markt is enorm in ontwikkeling en we willen Dean One neerzetten als dé challenger. We willen de snelste groeier zijn in de markt. Je ziet bij Gamma Communications dat het kan. Op hun thuismarkt is het ze gelukt om ruim 20 procent marktaandeel te realiseren in een sterk competitieve markt.”

Dat gaat niet vanzelf. “Dat betekent dat we nieuwe klanten gaan binnenhalen. Maar met name willen groeien met onze bestaande partners. Door ze nog beter te helpen in sales en support. Het is onze ambitie om samen te groeien. Dat doen we door het aanbieden van relevante producten en diensten en door de manier van samenwerken te verbeteren en verfijnen. De nadruk ligt daarbij op het ontwikkelen van een gezamenlijke sales strategie.”



## Simpele communicatie

Dat betekent onder meer anders communiceren richting de eindklant. “Je ziet dat er heel veel over de techniek wordt verteld. Dat moet een simpel verhaal worden, met focus op de benefits voor de eindklant. Ja, we leveren tools, dat klopt, maar dat doen we om een bedrijf beter in te richten, waardoor ze in staat zijn om meer omzet en winst te maken. Dat moet de boodschap zijn.” Binnen die aanpak speelt segmentatie een voorname rol. “Ook partners die zich specialiseren in een vertical, willen we optimaal ondersteunen. Zodat hun communicatie aansluit bij de doelgroep. Ieder marktsegment is immers anders. “Een markt als de zorg is bijvoorbeeld veel meer versnipperd dan het onderwijs. Dankzij een goede samenwerking tussen Dean One en de partners zijn we in staat om met specifieke oplossingen voor een bepaalde sector te komen.”

Een van de wapens in de strijd om de klant is het focussen op verschillende type eindgebruikers. “De ene gebruiker zit de hele

dag achter zijn bureau, een ander reist de wereld rond of werkt veel op flexplekken. Zij hebben andere behoeftes en onze diensten sluiten daar op aan. In overleg met de partner zorgen we ervoor dat onze productontwikkeling en boodschap naar de klant overeenkomt met waar de markt om vraagt.

## Portfolio als wapen

Dean One kan daarbij terugvallen op een breed dienstenportfolio. “Want onze zakelijke partners willen op hun beurt ook ontzorgd worden. Door samen te werken kun je samen met je partner naar de eindklant kijken en niet als partner en leverancier naar elkaar.

Die breedte biedt nog wel meer voordelen. De een is goed met mobiel, die kunnen we helpen met verbindingen. De ander is sterk in VoIP, die kun je laten groeien in mobiel.

We zijn heel succesvol met onze mobiele propositie. Dat willen we versterken. En we willen onze clouddiensten wat steviger in de markt zetten.”

Verbrugge gelooft sterk in de doorontwikkeling van voice naar IT. “Alles is data aan het worden. Denk aan de groei van video. UC is dan ook de volgende stap waar we op gaan inzetten.

## Succes van partners

Bij veel providers zie je dat er relatief veel aandacht uitgaat naar grote klanten en partners, en dat de kleinere partners worden verwaarloosd. “Bij Dean One krijgt iedereen evenveel aandacht. In alle aspecten, waaronder sales én klantbehoud. Daar hebben we mensen voor aan boord en dat kunnen we verder voor ze professionaliseren. En meer inspringen op de sterktes van de partner. Zodat we een échte businesspartner zijn en ze op alle mogelijke manieren kunnen helpen om te groeien: waar haal je nieuwe klanten vandaan, welke tools heb je daarvoor nodig. Dat deden we al, maar we gaan daar steeds verder in. Alle energie is erop gericht om de partner nóg succesvoller te laten zijn. Zodat we de opbouw van zijn klantenbase optimaal kunnen ondersteunen, meer diensten kunnen aanbieden aan bestaande partners en nieuwe klanten kunnen werven met onze partners.

Want net als Dean One wil elke partner groeien. “Maar ze lopen vaak vast in

wurgcontracten. Daar zijn wij niet van. Als onze partners succesvol zijn, worden wij dat vanzelf, en niet andersom.”

En tot slot de vraag; waarom koos Verbrugge voor Dean? “Dean One doen het anders dan de anderen. Puur indirect en gefocussed op het partnerkanaal. Ambitueus, een beetje rebels, gezellig. Daarbij, de combinatie van mijn ervaring met corporates en de ambitie om te ondernemen, komen hier helemaal tot zijn recht.”

## Feest!

Op 25 maart van 13.00 tot 20.00 uur organiseert Dean One voor haar relaties het event ‘Dean Accelerate’ in Het Louwman museum in Den Haag. Er zijn zeker vijf redenen waarom je dit event niet kan ontbreken:

1. Maak als eerste kennis met de nieuwe cloudtelefonie propositie en ontdek welke groeikansen dit te bieden heeft.
2. Laat je inspireren door dé trendwatcher en erkend bestseller auteur Steven van Belleghem. In zijn keynote vertelt hij hoe je de relatie met je klanten versterkt in de nieuwste fase van digitalisering.
3. Krijg voorrang om als eerste (ongelimitteerd) gebruik te maken van nieuwe tools om jouw bedrijf te laten groeien.
4. Leer inzichten en tips van verschillende experts (o.a. T-Mobile) waarmee jij je kunt onderscheiden in de markt.
5. Netwerk met oude bekenden en nieuwe contacten tijdens het walking dinner.

**Kortom:** nieuwe diensten, nieuwe tools, nieuwe inzichten en nieuwe contacten. Zeker weten dat jij 's avonds vol energie en met nieuwe business ideeën voor de volgende dag naar huis gaat!