

العملاء تحتاج لطول البال خاصة عندما يتعلق الأمر بشراء منتجات تقنية المعلومات.

يقول غاري هوبوود من (صن مايكروسيسستمز)، والذي يزور السوق الليبية على نحو دوري، ويشرف على تطور أعمال الشركة مع الشركاء والعملاء: «إن إجراءات تقديم العروض وغيرها من الإجراءات التقليدية الشائعة في أسواق الشرق الأوسط تبدو حديثة على هذه السوق. ولهذا فإن الزمن المطلوب لإنهاء عملية ما يستغرق مدة أطول نتيجة لعدم اعتمادهم على إجراءات تقديم العروض والاختيار بينها».

وكانت استراتيجية (صن) منذ مطلع العام² هي التحالف القوي مع شركات تصنيع عملاقة مثل (أوراكل)، والتي تتميز بكونها إحدى الشركات الأمريكية القليلة التي تتواجد بشكل دائم من خلال موظف محلي في السوق الليبية - وذلك لضمان تبادل الخبرات والمعرفة المحلية. وقال (هوبوود): «تزرخ السوق الليبية بالعديد من الفرص، إلا أن الارتقاء بمستوى استيعاب العملاء لبعض التقنيات التي نقدمها إلى مستوى معين يبدو مهمة تحتاج لبعض الوقت، كما هي الحال مع الارتقاء بالشركاء إلى مستوى يشعرنا بالرضى للعمل معهم على تنفيذ مشاريع من هذا النوع».

وكما تسير الأمور مع عدد من شركات تقنية المعلومات التي تسعى إلى حجز موطئ قدم لها في السوق الليبية، فقد تبنت (صن) استراتيجية شراكة من مستوى واحد لتقديم حلول الفئة العليا، ووقعت كل من (الوصل) و(سي آي إس) و(جي آي تي) كشركاء مبدئياً. كما تعتمد الشركة على شريك التوزيع الذي يتخذ من دبي مقراً له (شركة أبتك) وذلك لتوفير المنتجات الابتدائية التي تعتمد معالجات (إنتل) و(إيه إم دي) وتقديمها إلى شريحة من العملاء المسجلين في السوق الليبية يصل عددها إلى حوالي 25 معيد بيع.

علامة (سي آيه CA) هي الأخرى تعد علامة تجارية لشركة حلول وبرمجيات بادرت الشركة المالكة لها إلى اتخاذ خطوات مبكرة نحو تطوير قنوات التوزيع الليبية. وقال (كونتين كورناليوس) رئيس المبيعات للشركة في قنوات التوزيع: «لقد قمنا بالتوقيع مؤخراً مع أول شريك لنا في قنوات التوزيع الليبية، شركة (ITS Canada)، ونحن نعمل الآن على تدريبهم ومنحهم الشهادات الاحترافية المطلوبة. كما أننا قمنا بتعيين مدير لحسابات القنوات الليبية، ونحن بصدد استيعاب وتقييم احتياجات هذه السوق وطبيعة قنوات

تعيينها مجموعة من المهندسين المختصين لخدمة السوق المحلية.

من جهتها فإن شركة (إف في سي)، والتي تضم قائمة المنتجات التي تقدمها علامات مثل (Tippin-Point) و(Polycom)، كانت حريصة هي الأخرى على طرق أبواب هذه السوق من خلال مساعدة عدد من شركائها في السوق المصرية على التوسع محلياً في الأسواق الليبية، ومن بينها وحدة الاتصالات وتقنية المعلومات لدى مجموعة (الخان). وهو ما منح (إف في



سي) ضماناً بأنها تتعامل مع معيد بيع يمتلك الخبرة والمهارة المطلوبة تقنياً. وقال (ك. س. باراغ)، الرئيس التنفيذي لدى (إف في سي): «لقد أثبت هؤلاء الشركاء قدراتهم لنا سابقاً، وحققوا نجاحات كبيرة في الأسواق المصرية، كما لمسوا فرصاً لنمو أعمالهم في السوق الليبية بالنظر إلى العلاقات القوية التي تربط البلدين سواء من الناحية التجارية أو العلاقات المشتركة. وقد عمدت هذه الشركات إلى افتتاح فروع لها، كما أقامت شراكات وتحالفات في السوق الليبية، ثم عملت على نقل المعرفة والخبرة التي امتلكتها في السوق المصرية إلى أسواق ليبيا».

كما أن شركات أخرى مثل شركة (إس تي إم إي)، إحدى شركات إعادة البيع المتخصصة في قطاع التخزين، وعملق صناعة الهواتف الجواله - (نوكيا) والتي افتتحت مؤخراً مكتبها في القاهرة - تعتمدان على مكاتبيهما في مصر للعمل على تلبية احتياجات العملاء في السوق الليبية، في حين يتوقع تأثير أعمال السوق المصرية أن يسجل ارتفاعاً في قنوات توزيع المنتجات التقنية، لا سيما أن الحركة بين البلدين لا تحتاج إلى استخراج تأشيرة دخول. ولهذا، وبعد سنوات الانتظار على هامش الأسواق، يبدو أن الفرصة قد حانت أمام الشركات الساعية إلى طرق أبواب السوق الليبية بشرط أن تفهيا حقها من التركيز والاهتمام، ذلك أن عملية ضبط وتضهم مستوى النضوج لدى