Persbericht

JABRA ZIET 2010 MET VERTROUWEN TEGEMOET

Nieuwe strategie van Jabra zal in 2010 zijn vruchten afwerpen

Breda, 25 maart 2010 – Na de publicatie van het jaarverslag over 2009, ziet Jabra 2010 vol vertrouwen tegemoet. Vorig jaar heeft het bedrijf een agressieve strategie geïmplementeerd waarvan Jabra dit jaar verwacht de vruchten te kunnen plukken. De CEO van het bedrijf, Mogens Elsberg, voorziet in 2010 een groei als gevolg van de voortdurende aandacht voor de ontwikkeling van de beste technologie, maar ook door de investering in en ontwikkeling van gebruiksvriendelijke en intuïtieve producten. De producten worden geproduceerd door GN Netcom onder de merknaam Jabra, wereldwijd aanbieder van innovatieve headsetoplossingen.

"De verwachting voor 2010 is een stabiele maar vooral ook een platte markt. Dankzij de proactieve stappen die wij reeds het vorige jaar hebben gemaakt om ons bedrijf te stroomlijnen, zijn wij voorbereid op groei in het komende jaar," zegt Mogens Elsberg, CEO bij GN Netcom. "De nieuwe strategie biedt ons de mogelijkheid om sneller en ook agressiever te reageren, waardoor wij ons marktaandeel kunnen vergroten."

Strategische samenwerkingen

Vooraanstaande analisten voorspellen dat de Unified Communications (UC) markt ter waarde van $302 miljoen in de aankomende vijf jaar met 1400 procent zal toenemen naar de astronomische waarde van $4,2 miljard. Om te kunnen profiteren van deze groeiende markt, heeft Jabra reeds proactief stappen ondernomen om ervoor te zorgen dat het bedrijf binnen deze categorie als innovator voorop loopt. Jabra maakt gebruik van nieuwe kansen in deze markt en werkt hiervoor samen met partners om ervoor te zorgen dat alle producten gecertificeerd zijn en voldoen aan de eisen van UC-oplossingen. Samenwerkingsverbanden met vooraanstaande aanbieders zoals Microsoft, Cisco en Avaya, wereldwijd de grootste leverancier van call center en UC-oplossingen, bieden bijvoorbeeld een opening voor de Jabra sales teams naar het consumentenkanaal.

"Een goede samenwerking met een partner is gebaseerd op vertrouwen. Dit vertrouwen verdient men door te doen wat men belooft zoals de levering van kwalitatieve producten, voldoen aan de verwachte hoeveelheden, en het bieden van marketingondersteuning," zegt Elsberg. "Om dit vertrouwen op te bouwen, hebben wij vanaf het begin van onze samenwerking openlijk gecommuniceerd met onze partners over bijvoorbeeld de producten roadmap en introductieplannen. Samen met onze partners hebben wij aan plannen gewerkt die voor beide partijen voordelig uitpakken. Daarnaast delen wij ook best practices en interne onderzoeken om onze partners van waardevolle marktinzichten te voorzien."

Groei per categorie: UC, mono, stereo & speakerphones

"Hoewel de traditionele mono headset categorie qua verkoop redelijk plat is, zien wij nog steeds groei in de categorieën stereo en speakerphone," zegt Elsberg, met betrekking tot de business-to-consumer markt. "Dankzij onze innovatie en marketing alliances hebben wij ons dusdanig gepositioneerd dat wij kunnen profiteren van deze groei. Wij zullen voort blijven bouwen op het succes van onze producten zoals de Jabra HALO en Jabra CRUISER door gerichte sales initiatieven voor elke markt."

Analisten uit de industrie verwachten dat de inkomsten rondom Bluetooth® stereo headsets in 2010 met een percentage van vijf procent zullen groeien. De stereo headset en speakerphone categorieën zijn nog altijd opkomend en bieden goede vooruitzichten voor de groei van Jabra.

Binnen de groeiende Unified Communications markt, heeft Jabra ook reeds een mooi marktaandeel weten te bemachtigen door de introductie van onder andere: de Jabra GO™ 6400 en Jabra PRO™ 9400 series, de eerste draadloze headsetoplossingen met een basisstation met intuïtief touchscreen die de softphones, vaste en mobiele telefoons met elkaar verbindt. Door baandoorbrekende innovatie en ontwerpen kan Jabra headsets en speakerphones leveren die stijl, functionaliteit, gebruikersgemak en betaalbaarheid met elkaar combineren.

Een gestroomlijnde aanpak

Het afgelopen jaar heeft Jabra verschillende veranderingen doorgevoerd binnen het business model om ervoor te zorgen dat het bedrijf 2010 vol vertrouwen tegemoet kan zien. De drie belangrijkste initiatieven zijn:

- **Goederenstroom en toevoerketen:** om meer flexibiliteit in de productie te creëren en het bedrijf concurrerend te positioneren, zijn er belangrijke veranderingen doorgevoerd met betrekking tot het supply chain proces. Door middel van outsourcing zijn Jabra en haar partners beter voorbereid op het beheer van de inventaris en de productie.
- **Business model:** een tweeledig business model aan de Contact Center & Office (CC&O) zijde van het bedrijf, maakt het mogelijk om exclusief met distributeurs en resellers te werken waardoor vertrouwen in het kanaal wordt gecreëerd en loyaliteit naar de partners toe wordt gegarandeerd.
- **Productenportfolio:** Ook in 2010, een tijd waarin de concurrentie snijdt in onderzoeks- en ontwikkelingskosten, investeert Jabra in innovatie. Het bedrijf heeft het productenportfolio aan zowel de mobile als CC&O zijde vernieuwd. Daarnaast wordt er geld geïnvesteerd in productintroducties met ondersteuning van R&D, verkoop en marketing.

Voor meer informatie bezoekt u Jabra www.jabra.com

Over GN Netcom
GN Netcom is met het merk Jabra wereldwijd marktleider op het gebied van innovatieve headsetoplossingen. Met ongeveer 1100 medewerkers en verkoopkantoren over de hele wereld ontwikkelt en produceert GN Netcom een uitgebreid aanbod aan draadloze headsets voor mobiele gebruikers, en draadloze en draadgebonden headsets voor zakelijke professionals op kantoor en in Call Centers. GN Netcom´s zakelijke activiteiten omvatten ook original equipment manufacturing (OEM). GN Netcom is onderdeel van GN Store Nord A/S. Voor meer informatie kunt u terecht www.jabra.nl