

Computer Dealer & Var

Eventi

Strategie

- » Tech Data corteggia ...
- » Offerte su misura pe...
- » Tecnocael allarga la...
- » LaCie amplia il ragg...
- » Cresce l'indiretta d...
- » Zyxel accelera il bu...
- » Pico apre al busines...
- » Magirus presenta la ...
- » Un mix di prodotto p...
- » Hp Software: "Nel mi...
- » Pmi focus di Trend M...
- » Una "nuvola" più sic...
- » In aumento i ricavi ...
- » Nel listino Bestit i...
- » Ca presenta un progr...

Tecnologie

Accordi

Turnover



▲ Strategie

04 Giugno 2010

Tech Data corteggia i Var e punta all'Smb

A colloquio con il presidente europeo Néstor Cano e il country manager italiano Ernest Quingles Blasi sulle strategie del distributore, che schiaccia l'acceleratore sul valore aggiunto

"Vogliamo incrementare la nostra share sia a livello europeo, sia locale". E' con determinazione che Néstor Cano, presidente Europa di Tech Data, illustra gli obiettivi per il 2010 del distributore, facendosi forte già sui risultati worldwide del primo trimestre, in crescita del 12,6% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

"Ci siamo preparati per tempo ad affrontare la crisi non appena abbiamo intravisto i primi segnali – commenta Cano -, e in questo modo siamo riusciti, nonostante il periodo sfavorevole, a crescere in margini ed efficienza, aumentando di tre punti la nostra share di mercato in Europa e incrementando del 13,5% il fatturato nel Continente nel primo quarter (9% su base euro). La crescita è stata in tutta Europa, anche se stiamo notando due diverse velocità di crescita tra i vari Paesi, con, in genere, quelli del Nord che viaggiano a una velocità maggiore rispetto a quelli dell'area mediterranea, e

questo dipende molto da quanto hanno fatto i relativi governi per arginare gli effetti della crisi. **Anche l'Italia ha avuto una crescita**, perchè c'è una grande richiesta delle tecnologie che trattiamo nella nostra offerta, anche se molte aziende al momento hanno sospeso gli investimenti, e credo che il risultato reale sia la metà di quanto sia la reale potenzialità del mercato".

"In Italia, nel primo quarter la crescita è in linea con quella avuta nel resto d'Europa – interviene Ernest Quingles Blasi, country manager per l'Italia di Tech Data -, anche se in Italia la situazione è diversa rispetto agli altri Paesi, non essendo i numeri uno tra i distributori. Stiamo avendo una importante trasformazione in Italia, stiamo investendo per migliorare la nostra situazione di mercato, e pensiamo che la situazione del nostro mercato resterà positiva anche per il resto dell'anno. L'Italia ha un forte debito pubblico, che è invece molto basso tra le famiglie e le aziende, e questa è una delle ragioni che ha messo l'Italia più al riparo dal picco della crisi rispetto ad altri Paesi".

"Abbiamo investito molto per migliorare i nostri sistemi di Crm, Business Intelligence e a rafforzare e ottimizzare la nostra forza vendita da indirizzare sul target Smb e sui rivenditori a valore – riprende Cano -. **C'è stata una forte crescita nel retail**, anche se non è sempre e ovunque così profittevole, generando poco cash ed essendo penalizzato dai bassi margini e dai tempi di pagamento che, specie nel Sud Europa, sono molto ampi. Riteniamo, ovviamente, molto importante questo canale di vendita, ma il nostro focus vuole, comunque, essere quello sui rivenditori a valore aggiunto e sull'Smb".

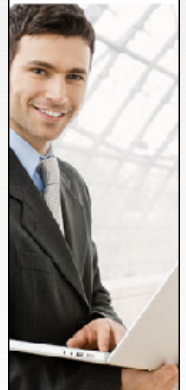
"Si tratta di un settore che affrontiamo attraverso la divisione Tech Value-Azlan, costituitasi a seguito della partnership con Tech Value e sulla quale stiamo investendo anche in termini di persone dedicate – fa eco Quingles Blasi -, dedicata proprio al supporto per l'offerta a valore delle soluzioni midrange server e storage, aree che si affiancano in maniera naturale agli ambiti di networking e di virtualizzazione fino alla unified communication e videocomunicazione. Lavoriamo, infatti, con Ibm, Hp, Vmware, Cisco, ma grazie alla crescente convergenza delle tecnologie si coinvolgono sempre più anche Avaya o Tandberg Data. **La nostra strategia è di focalizzare la nostra offerta in divisioni**: ovviamente la parte che tratta l'offerta broadband rappresenta ancora la maggior fonte di business, ma oggi le nuove divisioni a valore rappresentano già il 30% delle entrate, con una crescita costante giorno per giorno".

"Questa organizzazione della nostra offerta ci consente di metterci in grado di competere con molti dei distributori specializzati – conclude il presidente europeo -, avendo, oltre ad Azlan, che opera nel settore dei data center, anche Datech, che opera nel mercato Cad focalizzata su Autodesk. Quindi abbiamo stretti rapporti con Brightstar, che si occupa di smartphone e mobility in generale cui si aggiunge Maverick, che tratta l'offerta audio video, professionali e per l'educational. E su questi ambiti cerchiamo di indirizzare il business dei nostri clienti dealer, convinti che vi siano grandi, crescenti, opportunità. Trasversale all'organizzazione per ambiti tecnologici vi è, poi, il nostro sito di e-commerce sul quale stiamo investendo molto. Già oggi veicola l'86% del venduto, ma vorremmo che i nostri rivenditori ne incrementassero l'uso".

Loris Frezzato

KROLL ONTRACK

Entra nel nostro programma di canale



NO vincoli

FUJITSU

ROADSHOW
DI CANALE 2010
TECH4GREEN

[Clicca qui per iscriverti all'Evento](#)

2010 © Mat Edizioni - P.IVA 06538170967 - Tutti i diritti riservati

contatti