

# itm

ict trade  
magazine

12

LA RIVISTA PER GLI OPE

SETTORE

edizioni  
**SPLE**

## PROTAGONISTI

**Barbara Marcotti**

Business Unit Manager HP

**Renato Cosenza**

Design Software Division Director

Tech Data Italia

## SPECIALE

**Nuove soluzioni  
per finanziare il canale**

## PRIMO PIANO

**Toshiba cresce  
nel business B2B**

## TEST SOFTWARE

**Symantec EndPoint  
Protection 11.0**

# Tech Data porta valore anche nel software

**Con diverse iniziative particolari realizzate nel corso degli ultimi mesi, Tech Data Italia può essere considerato un distributore moderno, proattivo, capace di interpretare nuovi mercati, di lavorare in ambiti a valore come quello del Cad**

**C**ome si evince dalle diverse analisi del mercato It, la congiuntura economica spaventa meno l'area software, che ha continuato a crescere anche nell'ultimo periodo.

Un segnale importante che viene ribadito ormai da diversi trimestri e dimostra che con il software si può crescere e fare business, tanto che Tech Data non solo ha continuato e continua a sviluppare il software nelle aree più tradizionali - come il licensing Microsoft e le varie applicazioni software 'office' o il segmento della sicurezza e della grafica -, ma ha pensato di focalizzarsi anche su un'area specifica come quella del Cad, con una particolare attenzione sia verso il mercato del canale tradizionale, ma anche verso il segmento definito open channel. Con Yolanda Rios, Amministratore Delegato di Tech Data Italia, facciamo il punto sull'andamento della società e sulle relative iniziative di mercato, mentre con Renato Co-

senza, DSD Director, e Barbara Marcotti, Business Unit Manager

Hp, rispettivamente direttore della divisione Design Software e responsabile della Business Unit Hp in Tech Data Italia, entriamo nel dettaglio della struttura di business dedicata al Cad - la Design Software Division - e delle attività in corso con Hp.

**In un contesto economico non semplice come quello attuale come si contestualizza un distributore importante come Tech Data?**

**Yolanda Rios** - La situazione non è semplice, lo sappiamo noi, lo sanno i vendor, lo sa il canale. Noi però abbiamo un atteggiamento positivo e soprattutto siamo attrezzati per lavorare e crescere in un mercato difficile come quello attuale. Fortunatamente ci siamo riorganizzati prima di questo periodo turbolento e disponiamo delle armi giuste e della solidità finanziaria per affrontare con relativa tranquillità questo momento. Il nostro compito è accontentare i clienti, seguendoli bene, tempestivamente, con un servizio di alto livello e, ovviamente, siamo impegnati anche per garantire la giusta redditività agli investitori. Miriamo a una crescita di qualità.

**Cosa apprezza di Tech Data il vostro cliente?**

**Rios** - Diciamo che noi siamo trasparenti, nel bene e nel male. Quando diciamo che è Sì, vuol dire che è Sì, se diciamo che è No, è No. Questa linearità, che si traduce in serietà, viene apprezzata dal nostro cliente. Per

esempio, sappiamo quanto è importante la logistica e la puntualità nella consegna, per cui se diciamo che il prodotto verrà consegnato il tal giorno, questo effettivamente avviene. Così come siamo tempestivi in tutte le attività telefoniche per rispondere alle richieste dei nostri clienti, sia in entrata sia in uscita.

**Tech Data è quello che si dice in gergo un distributore broadline, però con alcune specializzazioni. Questo vi differenzia rispetto ai vostri competitor?**

**Rios** - Diciamo che noi siamo un grande distributore che ogni mese, in collaborazione con la struttura europea, valuta il mercato, i marchi, le proposte. Nel corso degli anni abbiamo sempre avuto cambiamenti nel mix dell'offerta di portafoglio. Questa è un'attività classica che fa ogni distributore che si rispetti, quello che però ci contraddistingue è anche una spiccata voglia di differenziarci, di affrontare nuovi mercati con la consapevolezza di avere le strategie commerciali per poter fare bene.

**Si riferisce alle diverse aree di mercato che avete approcciato nel corso degli ultimi mesi?**

**Rios** - Anche. Oggi abbiamo un'area ben definita per quanto riguarda il digital imaging, abbiamo anche una importante area Mac, una audio video, components, networking, software e Cad, di cui parleremo diffusamente dopo.



“ Con l'Amministratore Delegato Yolanda Rios affrontiamo le tematiche di ordine generale del mondo della distribuzione e del ruolo che ha oggi Tech Data. Con Renato Cosenza,

DSD Director, e Barbara Marcotti, Business Unit Manager Hp, andiamo invece a declinare le strategie del software Cad della Design Software Division e dell'apporto di Hp ”

**Ma quali sono i vostri mercati di riferimento?**

**Rios** - Tech Data si confronta con diversi mercati: dal retail al corporate, a quello che viene definito SMB e che in Italia si traduce nel mercato delle piccole e medie imprese. Se questi sono i mercati posso dire che vogliamo continuare a crescere, e molto, in quello SMB, così come stiamo già facendo con successo di risultati da anni. Ma non vogliamo trascurare nemmeno l'area corporate, anche se ritengo che sarà proprio questa a trovarsi in maggiori difficoltà in questo 2009.

**Quanto valgono questi segmenti di mercato per Tech Data Italia?**

**Rios** - Il retail è importante e oggi vale il 30% dell'intero fatturato Italia. Nel retail non facciamo solo attività di box mover, ma forniamo anche servizi all'insegna operando con una nostra struttura focalizzata. Per quanto riguarda il mercato SMB abbiamo una mission che è quella di crescere a due cifre e continuare in questa direzione anche i prossimi anni. Oggi siamo molto impegnati su questo segmento di mercato: abbiamo investito in risorse, programmi e attività. In generale vogliamo crescere nella numerica dei clienti attivi e incrementare il loro fatturato. Purtroppo tutta questa positività oggi non la troviamo nel segmento corporate, dove il gran movimento determinato da fusioni, concentrazioni, aziende in pieno assestamento fa sì che questo mercato soffra più degli scorsi anni.

**Per l'anno in corso cosa vi aspettate dalle diverse aree di prodotto?**

**Rios** - Pensiamo che i segmenti storage e sicurezza realizzeranno anche per il 2009 buone performance, così come tutto quello che arriva dal mondo digitale e si integra con altri dispositivi digitali. Siamo convinti che anche il segmento dei proiettori, dei televisori, del mondo Mac ci darà soddisfazioni, così come il software Cad. Siamo positivi sul settore della mobility e del mobile Pc.

**L'attività di vendita oggi è un mix di varie proposizioni. Oggi si dispone di strumenti di vendita via Web che si affiancano alle vendite più tradizionali. Come si integrano le vendite online e le vendite offline in Tech Data?**

**Rios** - Per noi l'acquisizione degli ordini attraverso lo strumento online è una attività fondamentale. Con la nostra soluzione di ecommerce InTouch siamo convinti di offrire ai nostri clienti un'ottima opportunità da sfruttare e da utilizzare al meglio. Abbiamo un team di sviluppo europeo che lavora settimana dopo settimana al continuo sviluppo della piattaforma, che già oggi ci garantisce una percentuale intorno all'85% di righe d'ordine on line. Un progetto che viene sempre migliorato anche grazie al feedback dei nostri clienti.

**Avete un rapporto così ravvicinato e dialettico con i vostri partner?**

**Rios** - Sì. Ogni mese conduciamo una survey a campione per sentire il polso dei nostri clienti. Per raccogliere le lamentele, quan-

do ci sono, ma anche i suggerimenti come quelli che poi vengono implementati nella piattaforma InTouch. Abbiamo registrato un elevato indice di soddisfazione da parte dei nostri clienti nei confronti delle attività di Tech Data e questo ci fa molto piacere e ci stimola a migliorare ulteriormente.

**Vendor, addetti ai lavori, media spingono l'acceleratore sul tema del Green. Come si declina un'attività del genere per un distributore?**

**Rios** - Diciamo che il distributore è un tramite, visto che non crea prodotti. E' un abilitatore di soluzioni, di prodotti, di messaggi. Quello che può fare un distributore è diventare cassa di risonanza verso il mercato sulle tematiche Green. Sappiamo che è un argomento importante e vogliamo anche noi contribuire ad accrescere la sensibilità verso il risparmio energetico, ver-

so le problematiche di salvaguardia dell'ambiente. Un tema che ci tocca non solo come azienda ma anche come cittadini del mondo.

**Tornando all'andamento delle vostre attività, quanto conta il segmento software all'interno di Tech Data Italia?**

**Rios** - L'area software pesa nel totale fatturato per il 15%. Al già citato Cad, con una specifica divisione, stiamo operando in modo soddisfacente anche nell'area del licensing e delle certificazioni Microsoft, ma anche con il software Adobe, Symantec, McAfee e diversi altri. Trattare software e trattarlo bene non è banale: noi vogliamo farlo bene.

**È per questo che avete realizzato il Team Eccellente Software?**

**Rios** - Sì. Non si tratta solo un team di vendita, ma anche di marketing e di consulenza per il canale. Promuove attività



sulle differenti certificazioni, sul licensing. Così come promuove attività sull'importanza del software originale.

### Le divisioni Design Software e HP

Dalle linee guida di business di Tech Data Italia passiamo con Renato Cosenza, Design Software Division Director e Barbara Marcotti, Business Unit Manager Hp, a prendere in esame la soluzione completa del software Cad-Autodesk e dell'hardware Hp a esso collegato.

### In questo contesto di eccellenza operativa come si configura l'attività della Divisione Design Software?

**Renato Cosenza** - Un team di 15 persone completamente focalizzate allo sviluppo del business in ambito di progettazione, visualizzazione e animazione legato al software Autodesk che può contare, oltre che sulla conoscenza ventennale di questo mercato e un'alta specializzazione e competenza in ambito vendite, marketing e tecnica, anche sugli strumenti e sulle economie di scala che Tech Data può offrire.

### Come si delinea la Business Unit e su quali mercati?

**Cosenza** - Lavoro in questo mondo dal lontano 1989, siamo distributori dei software Autodesk dal 1995 e un po' di esperienza in questo campo pensiamo di averla accumulata. Abbiamo un'offerta molto vasta in grado di coprire vari livelli di progettazione in bidimensionale e tridimensionale. I nostri mercati di riferimento sono la progettazione architettonica e strutturale, la visualizzazione, il rendering, l'animazione e il gaming. La Business Unit ha al proprio interno account manager dedicati, commerciali, tecnici specializzati ed esperti di marketing in grado di dare un alto livello di servizio ai nostri partner.

### Come si declinano le attività e le peculiarità della Divisione Design Software?

**Cosenza** - Abbiamo due anime: l'organizzazione è pensata per offrire il massimo del supporto ai nostri partner - circa 70 in tutta Italia - che sono certificati e quindi autorizzati per la proposizione, l'offerta e la rivendita dei prodotti Autodesk, ma ci distinguiamo da

qualsiasi altro concorrente perché siamo gli unici in grado di dare servizi e supporto anche a tutti i nostri clienti nel mercato open channel. In quest'area infatti siamo il primo distributore in Italia di AutoCAD LT che, a differenza degli altri software, è di libera commercializzazione da parte dei rivenditori e non necessita di una certificazione specifica.

### Ci può fare qualche esempio di supporto e servizio che offrite ai vostri partner?

**Cosenza** - Abbiamo una relazione molto stretta con loro. Conosciamo a fondo le persone che le compongono, il tipo di organizzazione, i loro skills e conoscenze in ambito vendite, marketing e tecnico, il loro modo di proporre i prodotti e le soluzioni. Lavoriamo sui loro punti di forza per massimizzarne i risultati e sulle loro debolezze per rendere più efficienti le loro organizzazioni. Per farle un esempio, l'anno scorso abbiamo lanciato 'TD Trusted Advisor': un programma sales&marketing che fornisce, tra gli altri, gli strumenti per migliorare i loro risultati di vendita at-



Yolanda Rios

traverso una gestione delle forze vendite più attenta e strutturata e una migliorata capacità di fare delle previsioni di vendita basate su azioni specifiche e programmate. Il tutto dopo una precisa analisi consulenziale.

Realizziamo attività per promuovere l'ecosistema delle soluzioni Autodesk, spesso in stretta sinergia con Hewlett Packard; recenti iniziative come il Made Expo di Milano e il Saie di Bologna ne sono la dimostrazione. Certificiamo i nostri dealer dal punto di vista tecnico e curiamo il





Barbara Marcotti

loro aggiornamento. Organizziamo training sia vendite sia marketing per lo sviluppo delle loro competenze, progettiamo eventi ad hoc di demand generation sugli end users.

**Mi sta dicendo che andate anche verso l'utente finale?**

**Cosenza** - Certamente, se questo significa pensare alle esigenze degli architetti, dei geometri, degli ingegneri, delle società di progettazione, delle case di produzione, dei designer, per sviluppare le nostre attività volte a creare opportunità per i rivenditori e non solo a raccogliere come il distributore classico normalmente fa. Per citare un esempio attuale, a fine febbraio con Autodesk e un nostro partner certificato in Campania abbiamo tenuto un seminario tecnico sul tema 'Progettazione e pianificazione del cantiere edile' con il patrocinio dell'Ordine degli Architetti di Napoli e presso la loro sede. Un'occasione importante, da un lato per gli architetti per conoscere in maniera più approfondita le norme che regolano la sicurezza nel cantiere e le soluzioni progettuali con i prodotti Autode-



Renato Cosenza

sk, dall'altro per il nostro partner un momento di grande visibilità su utenti interessanti e interessati a una proposta a valore.

**Un ambito diverso e stimolante, con una percezione di mercato di nicchia ...**

**Cosenza** - Vorrei sfatare il luogo comune che il mondo del Cad e della progettazione in tutte le sue sfaccettature sia un mercato di nicchia, un mercato minore. Ovviamente non può avere i numeri del mondo office o della sicurezza, ma è un mercato im-

portante, fatto di vendite significative, che ancora oggi garantisce una buona marginalità al rivenditore. Ovunque ci sia un plotter o una workstation c'è qualcuno che progetta. Spesso molti rivenditori dell'open channel non uniscono alla loro proposta hardware anche l'offerta di un prodotto Autodesk come AutoCAD LT, perché non lo conoscono e non si sentono in grado di supportare il loro cliente in maniera adeguata.

**E a questi rivenditori cosa potrebbe suggerire ?**

**Cosenza** - Direi che avere una soluzione completa in ambito progettazione grafica significa distinguersi e che Tech Data, con la sua Divisione Design Software, è in grado di aiutare i rivenditori che decidano di investire in questo settore con formazione personalizzata, con supporto tecnico on line, con un merchandising studiato appositamente e con un marketing qualificato.

Un'area dedicata nel portale Tech Data dove il nostro partner trova attività di promozione di prodotto, case history di successo di alcuni end users, ma an-

che proposte di formazione con strumenti di webcasting. Abbiamo inoltre una serie di programmi che hanno il preciso scopo di aiutarlo nella proposizione e nella vendita e scegliere noi significa investire per il futuro.

Come Tech Data siamo in grado di offrire una soluzione completa sia hardware sia software, in grado di dare una risposta esauritiva a tutti i rivenditori che desiderino avere un partner qualificato e di fiducia che si differenzi in maniera sostanziale dagli altri distributori che hanno la vocazione di puri box mover.

**Per quanto riguarda le sinergie con altri vendor, per esempio realtà importanti come Hp, come si configura la partnership all'interno del mondo Tech Data?**

**Barbara Marcotti** - Come responsabile della business unit Hp all'interno di Tech Data, e per quanto riguarda questa specifica attività rivolta al mondo del Cad, abbiamo il compito di valorizzare e far conoscere al canale le soluzioni Hp nel contesto del mondo della progettazione.

Per esempio sfruttiamo nel modo migliore e più produttivo le sinergie interne ed esterne tra il mondo Hp e quello Autodesk, con partecipazioni a eventi dove possiamo mostrare al rivenditore, ma anche al cliente finale, le potenzialità delle soluzioni Hp abbinata alla realtà delle soluzioni software Autodesk.

Inoltre mettiamo a disposizione del partner i programmi Hp di Trade-in e di dimostrazione delle facility dei prodotti Hp, come i plotter, le workstation grafiche e quelle mobile, i monitor di grande formato e le soluzioni storage.

Francesco Merli

