

Hitachi Data Systems rilancia sul canale

LA SOCIETÀ DEL GRUPPO HITACHI, CREATRICE DELLE SERVICES STORAGE SOLUTIONS, HA MIGLIORATO IL PROGRAMMA TRUENORTH DESTINATO AI PARTNER DI CANALE DELL'AREA EMEA

Più collaborazione con la società, nuovi benefici finanziari, opportunità di business. Per Hitachi Data Systems il canale indiretto è una cosa tremendamente seria oltre che un crocevia fondamentale nell'approccio ai mercati di riferimento. La conferma solenne, e importante in un momento in cui il mercato è alla ricerca di punti fermi, arriva dalla viva voce di Dario Pardi, regional vice president southern Europe and benelux di Hitachi Data Systems. Il manager ha infatti recentemente annunciato il miglioramento e il rilancio dello storico programma Emea TrueNorth riservato ai partner di canale del colosso tecnologico.

«Contiamo molto sui nostri partner di canale e cerchiamo costantemente di ampliare le loro opportunità di business - ha infatti spiegato Pardi -. I nostri partner ci chiedono incentivi sempre più flessibili e ritagliati sul loro specifico business, e questi sono i principi dai quali siamo partiti per lo sviluppo del programma Hitachi TrueNorth. Questa stretta collaborazione si è tradotta in un programma che riflette un'offerta di soluzioni in continua crescita e aiuta i partner a realizzare

i loro obiettivi di business. I Partner trarranno infatti nuovi vantaggi da una collaborazione ancora più stretta con Hitachi Data Systems, ricevendo strumenti aggiuntivi, benefici finanziari e opportunità di business che sono state pensate per garantire ad ogni Partner uno sviluppo commerciale a medio e lungo termine».

Nello specifico i nuovi incentivi si basano sul programma TrueNorth di Hitachi per offrire strumenti più completi e flessibili.

«Il programma di reward - spiegano dalla società -, che parte dal business plan annuale concordato all'inizio di ogni anno fiscale, comprende livelli di reward flessibili. La nuova formula di incentivazione è basata sulla crescita incrementale del fatturato dei partner di canale: maggiore è il tasso di crescita, maggiori sono i premi previsti dal programma». Non solo, i partner possono oggi accedere a tre metodi di assegnazione di fondi aggiuntivi e di premi basati sul tasso di crescita dei partner, sul livello di partnership e sulle performance:

Si parla innanzitutto di fondi co-op, che garantiscono al partner qualificato l'opportunità di finanziamenti estremamente flessibili dei fondi marketing, basandosi sul livello di fatturato incrementale che ciascun partner definisce e supporta all'interno del proprio processo di pianificazione: più alto è l'impegno anno su anno e più alto sarà il livello di assegnazione dei fondi.

I fondi per lo sviluppo del mercato danno poi ai partner qualificati una ulteriore fonte di risorse economiche e premi sulle performance per supportare le varie attività.

Infine, i rebates a posteriori rappresentano un ulteriore premio per le performance ottenute che aiuta a incrementare la profittabilità oppure a permettere di investire in risorse aggiuntive.



DARIO PARDI,
REGIONAL VICE PRESIDENT SOUTHERN EUROPE
AND BENELUX DI HITACHI DATA SYSTEMS

