

Emc accelera con la formazione

L'AZIENDA VUOLE PORTARE L'ATTUALE INCIDENZA NELL'INDIRETTA - CHE OGGI È NELL'ORDINE DEL 40 PER CENTO - AL 60-70 PER CENTO DEL FATTURATO NELL'ARCO DEI PROSSIMI TRE ANNI

La strategia dell'attesa non paga; in un momento di crisi bisogna investire e ciò vale soprattutto in ambito commercial, un segmento che si mostra un po' meno colpito dall'attuale momento economico.

È quel che ha affermato Michele Ferrara, recentemente nominato director sales regional partners & commercial-Pal di Emc Italia, la nuova organizzazione dell'azienda dedicata al canale indiretto in cui sono state riunite le responsabilità di sviluppo del canale indiretto della direzione vendite relativi ai segmenti mid-market, Pubblica Amministrazione locale e sanità.

«Il canale dei partner - ha dichiarato Ferrara - rappresenta già una quota significativa del fatturato Emc nelle piattaforme hardware/software e servizi correlati, ma grazie all'estensione del portafoglio a iniziative mirate e a un accresciuto supporto di marketing e commerciale vogliamo portare l'incidenza nell'indiretta, che è attualmente dell'ordine del 40 per cento del fatturato, al 60-70 per cento nell'arco dei prossimi tre anni. Quest'obiettivo, in linea con gli altri mercati europei, esprime obiettivi di crescita dell'ordine del 25 per cento annuale, superiore e molto accelerata rispetto a quella del resto dell'azienda nel suo insieme».

«Nelle infrastrutture IT - ha continuato Ferrara - la domanda della clientela business è più stabile e quella delle soluzioni di "Information management" più resiliente di altri settori industriali agli effetti della congiuntura, come del resto indicano le previsioni di Idc e di altri analisti di mercato. Sempre di più, del resto, le aziende puntano alla riduzione dei costi e alla massimizzazione dei propri investimenti in infrastrutture; ciò si declina in consolidamento dello storage, impiego di soluzioni per garantire e migliorare la sicurezza e protezione del trattamento delle informazioni, oltre che assicurare la continuità del business.

Soprattutto, sono sempre più numerose le aziende che

puntano alla virtualizzazione dei server come strumento per ridurre i costi, migliorare la gestione, abbassare i consumi energetici».

Per poter raccogliere le sfide proposte dal mercato, Emc - che offre un ampio portafoglio di soluzioni (arricchito tra l'altro dalle numerose acquisizioni effettuate dall'azienda) - continua a puntare sulla formazione.

«Il nostro obiettivo - ha spiegato Ferrara - è far sì che i nostri partner abbiano al loro interno persone più brave dei dipendenti Emc stessi! Vogliamo sostenere la qualità per mostrare il "valore in più" delle soluzioni Emc. Rafforzeremo, dunque, l'intenso programma di formazione che permetterà ai partner di portare le nuove soluzioni Emc sul mercato, abilitandoli a erogare servizi a supporto delle soluzioni».

In particolare, la proposizione di soluzioni per l'Information Management necessita di una forte preparazione, soprattutto nella fase di pre vendita e di disegno del progetto che meglio dovrà soddisfare le esigenze dell'utente. È per questo che, accanto a programmi già avviati come l'Emc Velocity program, Emc affianca un consistente programma di supporto marketing e training per il proprio canale.



MICHELE FERRARA,
DIRECTOR SALES REGIONAL PARTNERS &
COMMERCIAL-PAL DI EMC ITALIA

