



Fabio Tolomelli - Xerity

## Xerity ha fiducia nella convergenza

Il Vad illustra la complessità tecnologica dei temi legati alla It security e confida nel canale per sostenere la diffusione di una risorsa strategica per i business aziendali

«La sicurezza informatica è un fenomeno vasto, complesso e in continua evoluzione». Fabio Tolomelli, marketing manager di Xerity, traccia il profilo nostrano della It security. «Si tratta di un tema di primaria importanza nell'ottica della business continuity - continua il marketing manager - che, pertanto, induce gli operatori di settore a proporsi ai clienti con una suite di soluzioni tecnologiche integrate».

Il Vad vicentino fornisce anche le istruzioni per muoversi con efficacia nel campo. «Il punto - argomenta Tolomelli - è venire incontro alle esigenze dell'utente finale, sempre più orientato, per motivi legati all'ottimizzazione dei tempi e dei costi aziendali, a rapportarsi con

un numero il più possibile ristretto di interlocutori che, al contempo, siano in grado di proporre, in un'unica soluzione, diverse funzionalità e applicazioni; in particolare, quelle relative alla sicurezza, al networking e al Volp».

Un obiettivo di sviluppo e incremento dell'offerta che la società intende realizzare lavorando di concerto con vendor e rivenditori.

«Avaya, Extreme Networks, Fortinet, PineApp, Radware e Stonesoft sono i brand che riforniscono il nostro portafoglio di sicurezza informatica, facendone una risorsa strategica del business - spiega il marketing

manager -. Del resto, è solo dal canale che possono arrivare gli input necessari alla maturazione del mercato della sicurezza, grazie alla capacità unica, da parte di Var e reseller, di svolgere un'opera di "evangelizzazione" nei confronti dell'alto numero di aziende clienti presenti in Italia».

In tale prospettiva, Xerity mette a disposizione dei partner vari strumenti, tra cui seminari tematici, roadshow e incontri one-to-one. «La nostra prerogativa, infatti - conclude Tolomelli -, è trasferire ai reseller le competenze utili a presentarsi al cliente con un'offerta competitiva sia rispetto alla tecnologia da implementare negli specifici progetti che in termini marketing. Il tutto completato da un efficiente servizio di assistenza tecnica».

**Giammaria Stefania**

## Bludis allarga il business della sicurezza informatica

*Fare di più con meno risorse. È questo il dilemma in cui, secondo Roberto Manfroni, responsabile marketing e comunicazione di Bludis, si dibatte la It security italiana. Spiega infatti il manager: «L'attuale situazione economica induce le aziende a definire budget limitati per la sicurezza informatica. In queste condizioni, i responsabili It devono però affrontare una tematica che rappresenta una priorità nell'80% dei casi, anche se spesso solo a posteriori, cioè ad attacco avvenuto». D'altra parte, al di là delle difficoltà economiche contingenti, un grande ostacolo alla soddisfazione dei bisogni di sicurezza del pubblico, «concentrati sulla protezione e sulla riservatezza dei dati sensibili» è, a detta del Vad romano, la tendenza del mercato a diffondere «infrastrutture eccessivamente costose e complesse».*

*Per ovviare al problema, allora, la società lavora alla semplificazione dell'offerta, proponendo ai clienti, innanzitutto, le soluzioni per la protezione di facile implementazione di Kaspersky Lab, Manage Engine, Safend, Portcolius e Swifel. Il resto degli sforzi, invece, è focalizzato sulla formazione del canale. «Il valore aggiunto dei nostri servizi - spiega Manfroni - ci permette di supportare i rivenditori in tutte le fasi di vendita del prodotto. Training gratuiti con cadenza mensile e seminari online sono infatti a disposizione di tutti quei reseller che intendono aumentare la qualità del proprio portafoglio in materia di It security attraverso la collaborazione con Bludis». □*

## Da Probiz un tris d'assi giocato con competenza

**W**ebsense, DeviceLock, Securstar.

Sono questi i brand che sostengono il business di Probiz nel campo della sicurezza informatica, un settore il cui andamento, spiega Simone Grandini, responsabile di canale del distributore bolognese, «nonostante l'attesa per la ricaduta della crisi internazionale, è al momento confortante. Per le aziende infatti - prosegue Grandini -, le applicazioni della It security sono fondamentali, soprattutto quelle in grado di risolvere i problemi di controllo del flusso dei dati,

di accesso alle periferiche e relative alle operazioni di crittografia».

Data, appunto, l'importanza della posta in gioco, il Vad sottolinea l'importanza della specializzazione tecnologica nell'approccio all'utente finale. «Troppo spesso - argomenta il responsabile di canale -, le aziende si limitano a scegliere il proprio fornitore solo sulla base dei costi vivi e immediati, senza pensare a quanto sia decisiva la competenza in materia del partner selezionato. Quest'ultimo, invece, se ben preparato, può realizzare la

soddisfazione non solo del cliente, ma anche del vendor, essendo esso l'unico capace di instaurare dinamiche di fidelizzazione».

Per non disperdere il potenziale rappresentato dai reseller, dunque, Probiz mette a disposizione del mercato tutto il valore aggiunto che ne caratterizza l'offerta.

«I nostri tecnici affiancano il personale dei rivenditori in fase di pre e di post vendita - conclude infatti Grandini -, approntando inoltre corsi di formazione e aggiornamenti periodici in ambito sia tecnico che commerciale». **gi.st.**