

## Al Forum di Achab formazione e rapporto diretto tra vendor e trade

L'ottava edizione dell'Open Forum organizzato dal distributore diventa occasione per illustrare le novità negli strumenti di supporto al canale e attivare di un filo diretto con i vendor, vecchi e nuovi, a listino di Achab

Una due-giorni di lavoro all'insegna della concretezza e della formazione sulle tecnologie che compongono il proprio portafoglio d'offerta.

È con questo spirito che si è svolta sulle rive del Lago di Garda l'edizione di quest'anno dell'**Achab Open Forum**, l'incontro che il distributore milanese dedica al confronto diretto tra i propri dealer e i rappresentanti dei vendor a listino, prevalentemente realtà della sicurezza IT che con Achab hanno un rapporto di esclusiva per la rappresentanza sul mercato italiano.



**Andrea Veca** - amministratore delegato di Achab

"Cerchiamo di ottimizzare il tempo che ci dedicate dandovi informazioni utili ad accrescere il vostro valore - ha esordito **Andrea Veca**, amministratore delegato di Achab -, attraverso un contatto diretto con i nostri vendor per i quali può essere particolarmente utile avere il vostro contributo in termini di richieste, consigli, opportunità e problematiche".

Una interazione tra i 120 dealer presenti e gli executive di vendor quali Kaseia, MailStore, Cortex I.T., Webroot, Alt-N Technologies e le new entry Scale Computing HC3 e RapidFire Tools, resa possibile sia dai vari momenti di [networking](#), sia attraverso colloqui one to one su richiesta o, anche, attraverso un sistema social che ha consentito di porre domande in diretta, visualizzabili in tempo reale sullo schermo alle spalle del palco dove a turno i responsabili del distributore hanno intervistato i rappresentanti dei brand su temi commerciali e tecnologici.



Vendor storici e nuovi nomi che vanno ad arricchire l'offerta del distributore, da sempre attento, nella sua opera di scouting di soluzioni nuove, specifiche e alternative ai grossi brand presenti sul mercato italiano, per offrire nuove opportunità di business ai propri partner e funzionalità innovative ai loro clienti.

"Achab è nata nel 1994, da sempre specializzata sul mercato della sicurezza, e ora i nuovi trend di mercato ci "costringono" a evolvere per riuscire a rispondere in maniera più completa alle esigenze dei clienti e dei nostri partner - dichiara Veca -. Un'evoluzione che punta a migliorare il rapporto con i nostri partner, a partire dall'argomento che più li vede sensibili: i margini di guadagno".



"E i margini si migliorano o aumentando i ricavi o abbassando i costi. Sul fronte dell'aumento dei ricavi cerchiamo di individuare prodotti sempre nuovi che possano distinguere i nostri dealer dalla concorrenza e che consenta loro di proporsi ai clienti con soluzioni efficaci, innovative ed economiche. Per abbassare i costi, invece, possiamo contribuire lavorando su lead generation, supporto tecnico e una migliore e maggiore comunicazione".

Su questi obiettivi, il distributore sta lavorando per la realizzazione di un nuovo sito Web e a una razionalizzazione delle informazioni che vi risiedono.

"E i margini si migliorano o aumentando i ricavi o abbassando i costi. Sul fronte dell'aumento dei ricavi cerchiamo di individuare prodotti sempre nuovi che possano distinguere i nostri dealer dalla concorrenza e che consenta loro di proporsi ai clienti con soluzioni efficaci, innovative ed economiche. Per abbassare i costi, invece, possiamo contribuire lavorando su lead generation, supporto tecnico e una migliore e maggiore comunicazione".

Su questi obiettivi, il distributore sta lavorando per la realizzazione di un nuovo sito Web e a una razionalizzazione delle informazioni che vi risiedono.

"Un sito che già attualmente genera un grande traffico e che vogliamo trasformare in contatti utili per il nostro canale" spiega Veca, che riprende: "A questo si aggiungono poi iniziative congiunte, come Tandem, dei webinar a basso costo che proponiamo ai clienti dei reseller: noi ci mettiamo i contenuti e le presentazioni, il compito dei dealer è invece di organizzare i contatti e gestire il follow up sui clienti. O, ancora, la Web [TV](#) su vari argomenti di taglio didattico, con l'obiettivo di creare una sorta di evento a costo zero, che i reseller possono sfruttare coinvolgendo i propri clienti".



Attività che si aggiungono alle azioni di lead generation diretta, come partecipazione a eventi con l'obiettivo di entrare in contatto con potenziali nuovi clienti da "girare" al canale; un nuovo, potenziato, supporto tecnico, arricchito di una live chat, con un tecnico in tempo reale per risposte gratuite a richieste semplici.

Con la garanzia di avere risposte in giornata alle richieste effettuate via e-mail. Per le richieste complesse, invece, verrà attivato un "caso", attraverso il portale, con la compilazione di un form con campi obbligatori.

Infine, sul fronte della comunicazione, altro punto su cui Achab intende focalizzarsi, è stata realizzata "Achapp" , una app, appunto, sui cui far convergere le informazioni, con sezione offerte, comunicazioni e gestione dei casi di supporto, senza andare ad appesantire la casella di posta elettronica, con il vantaggio aggiuntivo di non passare inosservata nella grande quantità di email che quotidianamente si ricevono.

## Vendor sul palco

Vendor che in stretta successione si sono prestati a rispondere ai quesiti sollevati dal pubblico e dall'intervistatore, a cominciare da **Arvel Hathcock**, co-ceo di **Alt-N Technologies**, il quale ha tenuto a ribadire le opportunità di business offerte dal sistema di mail server MDAemon, ma non solo, visto che l'offerta dell'azienda si compone anche di RelayFax, SecurityGateway, e i plug-in SecurityPlus e [Outlook](#) Connector. È fin dal 1997 che Achab ha MDAemon a portfolio, vendendo 50.000 licenze per 2.000.000 di installazioni portate sul mercato da oltre un migliaio di rivenditori, a riprova che la posta elettronica rimane uno tra gli strumenti più utilizzati in ambito lavorativo, sia per la comunicazione, sia come repository di informazioni, e va da sé che ormai dalla sicurezza delle e-mail non si può più prescindere, rischiando di mettere a repentaglio contatti ma soprattutto informazioni che assumono sempre più importanza per la definizione delle strategie di business delle aziende.

**Steven Chua**, business development manager di **Cortex I.T. Labs**, è salito sul palco per sottolineare i trend in atto sui big data, sulle grandi quantità di dati che sempre più devono essere archiviati e gestiti in maniera sicura. E su questo aspetto il loro prodotto BackupAssist viene in soccorso di dealer che intendono proporre sistemi di archiviazione senza intoppi e senza ingenti investimenti ai propri clienti. Dal 2005, anno in cui BackupAssist è entrato nell'offerta di Achab, sono state vendute 22.000 licenze, per 8.000 installazioni, da oltre 600 dealer.

Sempre 8.000 installazioni, da 500 le licenze, sono i dati relativi alle vendite in Italia di **MailStore**, dell'omonima società tedesca, da pochi mesi nel listino di Achab, ma che ha già sollevato l'interesse di oltre 200 rivenditori. **Philip Weber** è il COO della società, ha enfatizzato le opportunità che nascono dalla necessità di archiviare le e-mail, pratica obbligatoria oltre che necessaria per garantire la sicurezza in azienda.

È poi toccato a **Charles Tomeo**, VP worldwide channel & technical sales di **Webroot** parlare di SecureAnywhere e di Web security service, da quest'anno nell'offerta di Achab, e in pochissimo tempo i 50 dealer che vi sono dedicati hanno venduto 200 licenze su 5.000 installazioni, a riprova che di sicurezza il mercato continua ad avere sempre più bisogno e che i dealer che offrono tali servizi possono continuare a ricavare interessanti opportunità di business.

4.000 le licenze di **Kaseya** vendute in Italia a partire dal 2006, da quando cioè Achab ha incluso nella propria offerta la soluzione del vendor statunitense per l'automazione nella gestione dell'IT, consentendo il monitoraggio delle infrastrutture distribuite in maniera centralizzata attraverso un'unica piattaforma Web integrata. **Don LeClair**, EVP product management di Kaseya ne ha sottolineato gli aspetti di opportunità del prodotto che, assicura, consente di ottenere marginalità interessanti grazie anche alla semplicità di utilizzo da parte del canale.

Oltre a quelli ormai consolidati, spazio è stato riservato alle new entry in casa Achab: **Scale Computing H3C** e **RapidFire Tools**. **Doig Howell**, director of worldwide channel sales di Scale Computing HC3 ha presentato la propria appliance hardware, che propone come piattaforma unica per la virtualizzazione, racchiudendo funzionalità di storage, [server](#) e software per la virtualizzazione, in maniera scalabile e flessibile in base alle crescenti necessità dell'azienda. Mentre di RapidFire Tools è stato presentato Network Detective, uno strumento per effettuare l'analisi dell'intera rete aziendale, con report dettagliati che evidenziano le aree che necessitano di interventi, andando a scandagliare la parte networking, security e i sistemi basati su Exchange e SQL Server.