

# Hi Touch crea il canale per le soluzioni Aton

Il system integrator trevigiano propone al trade italiano la propria soluzione per la mobility, creando ad hoc un nuovo distributore

L'esperienza e la focalizzazione ci sono e allora perché non proporle anche alla concorrenza? È questo il pensiero che è venuto ad Aton, system integrator della provincia di Treviso specializzato in soluzioni per la mobility, che ha deciso di comportarsi da vendor, offrendo ad altri colleghi/concorrenti le proprie soluzioni da vendere a un ampio target di utenza.

«La nostra specializzazione è focalizzata sulla mobility - spiega Giorgio De Nardi, presidente di Aton, nonché di Hi Touch -, e vogliamo proporci in maniera complementare a quei system integrator e Var che hanno dei "buchi" nella loro offerta di mobility. Un'attività che, però, deve essere percepita nella maniera più trasparente possibile dal mercato e dal canale. Per questo abbiamo deciso di creare un'azienda indipendente, che si occupi della distribuzione delle nostre soluzioni e che si attivi per la creazione di una rete di partner, cui noi offriremo tutto il supporto e l'expertise necessario».

Prende così vita Hi Touch, un vero e proprio distributore che tra gli obiettivi ha, oltre alla commercializzazione e supporto dell'offerta Aton, anche, nel prossimo futuro, di scovare nuovi brand asiatici da proporre in esclusiva sul mercato nostrano. «Ai nostri partner offriamo la possibilità di presidiare un settore per il quale non devono investire in ricerca e sviluppo o in supporto - interviene Gianluca Palmisano, channel director di Hi Touch -. In tal modo possono completare la propria offerta ai loro clienti anche all'ambito mobility, con pro-

lizzazione e supporto dell'offerta Aton, anche, nel prossimo futuro, di scovare nuovi brand asiatici da proporre in esclusiva sul mercato nostrano. «Ai nostri partner offriamo la possibilità di presidiare un settore per il quale non devono investire in ricerca e sviluppo o in supporto - interviene Gianluca Palmisano, channel director di Hi Touch -. In tal modo possono completare la propria offerta ai loro clienti anche all'ambito mobility, con pro-

poste indirizzabili dal mobile worker fino alle piattaforme più complesse, soluzioni "preconfezionate" da Aton, ma con ampie possibilità di personalizzazione, se si vuole, e l'opzione di offrirle sia in modalità licenza, sia in pay per use». Per questo Hi Touch si rivolge anche a software house o a partner con capacità di sviluppo, che, volendo, possono plasmarle le soluzioni in base alle esigenze dei propri clienti. A oggi sono una ventina i partner con cui l'azienda sta collaborando, al fine di delegare loro la parte medio-piccola del mercato e, come



Gianluca Palmisano - Hi Touch

Aton, di mantenere i contatti diretti con le grandi aziende enterprise. L'obiettivo dichiarato è di arrivare, entro il 2014, ad avere metà del fatturato generale (stimato in 50 milioni di euro) derivante da Aton e l'altra metà da Hi Touch, ossia dalla vendita indiretta. Allo scopo contribuirà anche un sito apposito, operativo da quest'estate, che metterà in contatto i vari partner tra di loro con lo scopo di promuovere la comunicazione e collaborazione, oltre a dare visibilità al mercato per iniziative di lead generation.

Lois Frezzato

## Norman allarga il business di netWork

Antonella Camisasca

Della sua esperienza quindicennale come rivenditore attivo nella progettazione di sistemi informatici per l'Smb netWork ha cercato di ottenere qualcosa in più. Così la società, nata a Firenze nel 1995, ha accettato l'invito di Norman divenendo, in sei mesi, distributore delle soluzioni antivirus del vendor norvegese. «Sia chiaro, però, che anche se l'azienda rimane una sola, si tratta di due organizzazioni completamente separate» tiene a precisare Andrea Bettoni, amministratore di netWork, che si occupa della distribuzione di Norman in qualità di responsabile commerciale.

Il plus offerto consiste in quel valore aggiunto «che spesso si perde nel passaggio fra chi distribuisce e chi porta la soluzione ai clienti finali». Non a caso, alla trentina di rivenditori al momento attivi, netWork assicura anche «un costante aggiornamento e formazione» sulle soluzioni dell'unico brand a portafoglio «che - sottolinea il manager - non riguarda solo gli antivirus, ma anche software per la protezione dei computer, dei server e delle reti». Un'offerta completa e d'appeal che, secondo il manager, non farà fatica a far raggiungere l'obiettivo prefissato di un centinaio di rivenditori in

Nata come rivenditore specializzato nella progettazione di sistemi It per le Pmi la società di Firenze è diventata anche distributore ufficiale degli antivirus del vendor

tutta Italia: «Per riuscirci - conferma Bettoni - stiamo facendo un lavoro di telemarketing e Web marketing che ci assicuri una comunicazione capillare. Se, mediamente, la vita di un antivirus si aggira sui 12 mesi, il nostro primo obiettivo è quello di far convertire a ogni nuovo rivenditore tutte le licenze di altre marche di cui è in possesso. L'altro obiettivo, a 24 mesi, è di chiudere il cerchio con almeno un rivenditore in ogni zona anche per mantenere fede all'impegno che si è, per il momento, presa Norman di non distribuire il prodotto attraverso la Grande distribuzione».

E il rischio di entrare in conflitto con gli altri distributori ufficiali di Norman in Italia, vale a dire Alias e Strhold, pare non esserci: «Quando abbiamo adottato le soluzioni Norman non pensavamo di diventare loro distributori - conclude -. Cercavamo una situazione nella quale ci venisse affidata una rivendita esclusiva per la zona di Firenze. Ora per loro stiamo sviluppando il mercato delle Pmi e degli studi professionali». □



Giorgio De Nardi  
Aton