

EASYSHIELD DI HITACHI DALLA COMPLIANCE ALLA CYBER SECURITY

La sicurezza IT nella nuova offerta che unisce le competenze del team italiano con la knowledge base e i Managed Security Service dei SOC Hitachi Systems e le best practice di Above Security, acquisita lo scorso agosto. pag.4

EDSLAN PASSA A ESPRINET E SI UNISCE A V-VALLEY

Nasce una nuova realtà nel panorama italiano della distribuzione dopo l'annuncio dell'acquisizione da parte del Gruppo Esprinet delle attività distributive di EDSLan, che opera nel segmento del networking, cabling, Voip e UCC. Il Gruppo Esprinet grazie a questa operazione guadagna una struttura commerciale dedicata di oltre 150 persone, con un fatturato proforma 2015 segnalato dalla società di circa 300 milioni di euro.

Il modello distributivo che verrà avviato vede V-Valley sempre concentrata sulle



tecnologie per data center, mentre EDSLan sarà impegnata nella distribuzione di tecnologie per impiantistica IT. «Non possiamo che essere soddisfatti dell'accordo con EDSLan perché da un lato ci permette di ampliare il nostro portafoglio di soluzioni e competenze in ambito networking, dall'altro di garantire ai nostri attuali partner tecnologici anche l'accesso a mercati contigui a quello dell'IT» ha commentato Luca Casini, Direttore Commerciale di V-Valley. **L'articolo completo a pag.3**

ICECAT: IL CANALE ONLINE CRESCE DEL 69% NEL 2015

I risultati dell'ultimo trimestre e il consuntivo dell'intero 2015 che chiude ancora in negativo (-1,0%), ma in ripresa rispetto al 2014. pag.7



n° 171
mercoledì 24.02.2016

I partner italiani premiati da Oracle pag.9

Centro Computer premiata da Juniper Networks pag.9

G Data protegge il Ducati Team nella MotoGP 2016 pag.11

Bludis cresce e investe nella qualità pag.11

Achab trasforma i partner in venditori pag.11



DE gustare

alla scoperta dei sapori d'Italia



**giornalisti,
enologi,
chef,
nutrizionisti,
esperti alimentari
vi promettono
un'esperienza
nuova**



Alla corte del RE

www.de-gustare.it

EDSLAN PASSA A ESPRINET E SI UNISCE A V-VALLEY

Il Gruppo Esprinet ha acquistato tramite la sigla di un accordo vincolante le attività distributive di EDSLan.

L'equity value dell'operazione ammonta a 6,44 milioni di euro



Luca Casini - V-Valley

Nasce una nuova realtà nel panorama italiano della distribuzione dopo l'annuncio dell'acquisizione da parte del Gruppo Esprinet delle attività distributive di EDSLan, società presente in Italia dal 1988 che opera nel segmento del networking, cabling, Voip e Unified Communication & Collaboration. Il Gruppo Esprinet grazie a questa operazione guadagna una struttura commerciale dedicata di oltre 150 persone, con un fatturato proforma 2015 segnalato dalla società di circa 300 milioni di euro.

Tra i principali fornitori di EDSLan vi sono Hewlett Packard Enterprise Networking, Aruba Networks, Huawei Enterprise, Brocade Networks, Alcatel-Lucent Enterprise, Watchguard, Allied Telesis Panduit, CommScope, Audiocodes e Panasonic. Il ramo d'azienda oggetto dell'operazione ha servito l'anno scorso oltre 2.900 clienti rappresentati da "VAR-Value Added Reseller", system integrator, reseller di

telefonia e Telco, oltre che da installatori e impiantisti. In base ai dati di preconsuntivo riportati nel 2015 le attività acquisite hanno sviluppato un giro d'affari di circa 72,1 milioni di euro.

Per Esprinet l'operazione fa parte della strategia di presidio del mercato di tecnologie 'a valore', avviata a partire dal 2011 con la creazione di V-Valley, una "legal entity" progettata per soddisfare e anticipare le esigenze del mercato che rappresenta anche un player di riferimento nel mondo del data center. Il modello distributivo che verrà avviato vede V-Valley sempre concentrata sulle tecnologie per data center, mentre EDSLan sarà impegnata nella distribuzione di tecnologie per impiantistica IT. Altre soluzioni definite come 'applicazioni' saranno invece disponibili per i clienti sia in Esprinet/V-Valley sia in EDSLan.

L'acquisizione rappresenta un vantaggio per i clienti di EDSLan dal momento che Esprinet ha comunicato di voler preservare le stesse

strutture organizzative, procedure e condizioni commerciali in vigore ma con un portafoglio prodotti più ampio. L'intenzione è quella di mantenere una parte rilevante delle attività di EDSLan separate e autonome in modo da salvaguardare il modello di business sviluppato negli anni che le ha permesso di servire un segmento di mercato non presidiato da Esprinet. Dall'altra parte anche i fornitori di EDSLan potranno avere maggiori garanzie grazie alla solidità finanziaria del Gruppo Esprinet e a un più ampio bacino di clienti.

Per quanto riguarda il cambio di sede operativa, Esprinet fa sapere che il personale verrà trasferito nella sede di Vimercate tranne per la parte commerciale che resta dislocata sul territorio. Il magazzino e il pick & pay di Vimercate verranno mantenuti fino all'attivazione del servizio nel magazzino di Esprinet a Cavenago.

«Non possiamo che essere soddisfatti dell'accordo con

EDSLan perché da un lato ci permette di ampliare il nostro portafoglio di soluzioni e competenze in ambito networking, dall'altro di garantire ai nostri attuali partner tecnologici anche l'accesso a mercati contigui a quello dell'IT. Tutto ciò rappresenta un'ulteriore conferma nonché un'accelerazione della strategia V-Valley per conseguire la leadership nel mercato del data center», ha commentato **Luca Casini**, Direttore Commerciale di V-Valley.

Rodolfo Casieri, managing director & sales manager di EDSLan ha dichiarato: «Entrare a far di Esprinet è per EDSLan e per i collaboratori che ci lavorano motivo di prestigio, orgoglio e grande soddisfazione. Sono certo che tutti i clienti che fino ad oggi si sono rivolti a EDSLan trarranno grandi vantaggi dall'integrazione della stessa in Esprinet, avendo di fatto a disposizione per mezzo delle sinergie commerciali un portafoglio di soluzioni e una competenza molto più ampia». **P.S.**

EASYSHIELD DI HITACHI DALLA COMPLIANCE ALLA CYBER SECURITY

La sicurezza IT nella nuova offerta che unisce le competenze del team italiano con la knowledge base e i Managed Security Service dei SOC Hitachi Systems e le best practice di Above Security, acquisita lo scorso agosto

«La sicurezza non dipende dalla tecnologia, ma dalla conoscenza», afferma **Denis Cassinerio**, Security BU & Sales North Italy Director di Hitachi Systems CBT, che aggiunge: «La sfida non consiste nell'aggiungere ulteriore tecnologia per aumentare il livello di controllo contro gli attacchi informatici, ma nella capacità di mettere a fattore comune le informazioni su come proteggersi, condividendole su scala mondiale, europea e locale».

Gli esperti della sicurezza l'hanno capito da tempo e le imprese ne sono sempre più convinte, mentre i governi sono, come spesso accade, in ritardo. Il problema, avverte Cassinerio, è che questo implica «la capacità di dialogare a livello di CERT nazionale con un protocollo comune di scambio di informazioni per comprendere lo stato d'evoluzione degli attacchi per fare

fronte comune».

Per le aziende è diventata un'esigenza imprescindibile, ma non tutte sono strutturate per far fronte alla gestione della sicurezza internamente sul piano operativo e strategico, anche in termini di compliance. Una problematica che genera, secondo gli analisti di Gartner, un aumento del ricorso all'outsourcing sulla sicurezza. «È una rivoluzione - afferma Cassinerio - che avrà sulle imprese lo stesso impatto che ha avuto sull'industria la macchina a vapore nel '700. Accompagnare le aziende in questo importante e articolato percorso di Security Risk Management, permette alle imprese di rifocalizzarsi sul proprio core business, demandando così tutte le complessità tecnologiche, procedurali e di governance della sicurezza a partner specializzati e certificati come Hitachi». Ma occorre un approccio corretto: «Oggi "sicurezza

gestita" significa gestione del rischio», afferma Cassinerio in riferimento alla profonda conoscenza e capacità di analisi del team di specialisti di Hitachi Systems CBT.

Le migliori tecnologie sulla sicurezza

Nell'ambito della strategia di crescita in Italia e in Europa, Hitachi Systems CBT punta molto sulla Business Unit dedicata alla sicurezza, coerentemente con le priorità del gruppo che sta investendo in questa direzione. L'offerta EasyShield con il prefisso "Easy" sta a identificare i servizi che Hitachi ha predisposto per facilitare la gestione dell'ICT e della sicurezza per le aziende. «Lo scenario è noto: attacchi sempre più numerosi ed evoluti, fenomeni sempre più veloci e difficili da riconoscere. Occorrono competenze tecnologiche e di gestione. Le imprese sono messe sotto pressione su

diversi fronti, dagli attacchi all'adeguamento normativo cui si aggiunge la nuova Regolamentazione EU in materia di privacy. Affidarsi a un partner è la soluzione migliore per avere il meglio delle tecnologie e cedere la complessità IT concentrandosi sul proprio core business. «Scegliere EasyShield vuol dire poter contare su un ampio spettro di soluzioni grazie anche ai Managed Security Service che permettono la cessione delle complessità tecnologiche a fronte di un elevato livello di protezione gestita. I clienti potranno così liberare risorse affidando a Hitachi la gestione delle attività di security analytics, per monitorare le minacce silenziose già presenti in azienda, e di early warning per agire in modo preventivo», dichiara Cassinerio.

Sostanzialmente si tratta di un percorso strutturato verso la protezione del

dato che avviene attraverso la gestione del ciclo di Security Risk Management, con un'adeguata realizzazione dei controlli di sicurezza, rispettando il principio di bilanciamento tra l'applicazione delle contromisure e la reale accettazione del rischio. Un approccio a 360 gradi che gestisce le esigenze di security, dalla compliance alla cyber security, ai servizi gestiti. Il panorama della sicurezza è ormai così articolato e complesso che non esiste un approccio unico e un servizio esaustivo capace di risolvere le minacce esterne. Per essere al sicuro è necessario dotarsi di strategie differenziate e flessibili.

Il know how di Hitachi Systems CBT è il risultato della potenzialità dei servizi di Above Security, attivo dal 1999 con SOC in Messico, Canada, Svizzera e a breve in USA, e dei SOC internazionali. Queste best practice

internazionali sono preziose, non solo nella logica di information sharing, ma anche per la realizzazione del SOC italiano.

Inoltre, grazie alla piattaforma proprietaria Archangel di Above Security, i professionisti di sicurezza di Hitachi hanno un ulteriore accesso a tool, servizi e a capacità di response.

Un'offerta a 360 gradi, dalla compliance alla cybersecurity

Oltre all'integrazione con i servizi e il supporto dei SOC internazionali di Hitachi Systems, la strategia mirata allo sviluppo del business prevede un allargamento del portafoglio tecnologico attraverso delle partnership strategiche in ambito security.

L'obiettivo è aggiungere elementi di cyber security, dagli indicatori di compromissione attorno al perimetro dell'azienda all'erogazione di veri e propri piani di risposta



*Denis Cassinerio -
Hitachi Systems CBT*

agli incidenti e di threat prevention, veri e propri fattori differenzianti sul mercato.

«Una velocità d'azione e copertura che possiamo garantire perché il nostro approccio alla sicurezza del dato parte dalla compliance e va a toccare aspetti relativi ai piani di gestione dell'informazione o ISMS o SGSI (Information Security Management System o Sistema di gestione della sicurezza Informatica). In questo modo supportiamo il cliente nella comprensione, adeguamento e implementazione del piano di gestione della sicurezza informatica nella sua continua evoluzione», spiega Cassinerio.

Le opportunità sono tante, soprattutto per il gran numero di medie imprese che hanno necessità di

questo supporto. Aziende che hanno spesso sistemi di sicurezza maturi da ottimizzare e che possono ottenere notevoli vantaggi in un modello integrato con una collaborazione diretta con Hitachi Systems CBT, in particolare sul fronte SIEM (Security Information Event Management) con applicazione di SLA di intervento secondo esigenze diverse e un approccio tailor made.

A ciò si aggiunge un'elevata esperienza e la capacità di erogare servizi in cloud. In altre parole Hitachi Systems CBT si posiziona in un ruolo chiave per l'esperienza, le competenze e la conoscenza specifica della security che non può più essere relegata solo alla tecnologia, ma deve riguardare ambiti aziendali più ampi rientrando nelle priorità dei top manager di tutte le organizzazioni, conclude Cassinerio.

Gaetano Di Blasio

**FINALMENTE
UN PARTNER,
CON CUI FARE
BUSINESS E'
UN PIACERE**

SCOPRI I PERCHE' DI UN VENDOR CHE CREDE NEL CANALE

Non sei un po' stufo di basse marginalità, progetti soffiati via, assistenza tecnica inesistente? Scopri anche tu il mondo G DATA!

Sviluppato per garantire la massima soddisfazione dei propri rivenditori, il Partner Program G DATA favorisce l'instaurarsi di partnership durature. Tutti i partner G DATA beneficiano di vantaggi e opportunità crescenti.

G DATA, **SEMPLICEMENTE AL SICURO**



**SIMPLY
SECURE**

WWW.GDATA.IT

Icecat: il canale online cresce del 69% nel 2015

I risultati dell'ultimo trimestre e il consuntivo dell'intero 2015 che chiude ancora in negativo (-1,0%), ma in ripresa rispetto al 2014

Icecat ha rilasciato i dati 2015 dell'e-channel globale che si basano sulle schede tecniche scaricate attraverso il suo sito. Icecat è un fornitore indipendente a livello mondiale di informazioni di prodotto e statistiche in ambito e-commerce e standardizza milioni di schede tecniche di prodotto in 40 lingue, analizzando l'andamento di migliaia di brand.

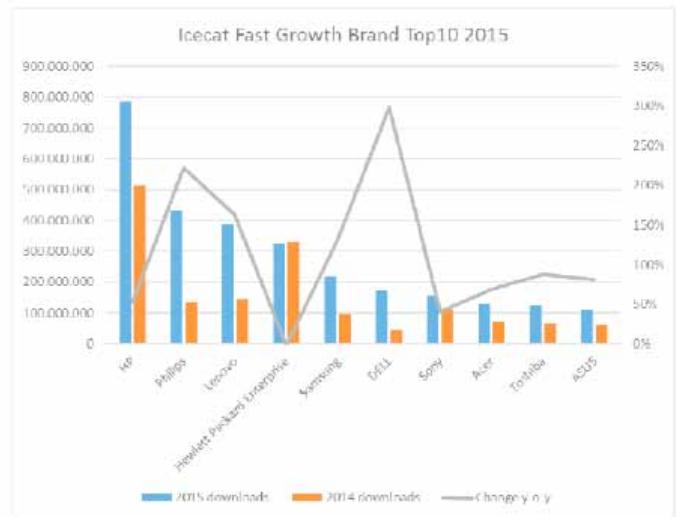
Secondo il fornitore il 2015 ha mantenuto l'andamento positivo già mostrato in precedenza dal canale online, con le richieste di informazioni di prodotti venduti in rete cresciute del 69% rispetto al 2014, per un totale di 6,6 miliardi di schede tecniche scaricate appartenenti a 12.116 marchi e 2.719 categorie.

Icecat ha confrontato la top 10 dei marchi più richiesti basata sulle schede tecniche scaricate nel 2015 e l'andamento delle vendite dei brand secondo Yahoo Finance-IQcapital, da cui sembra emergere un significativo collegamento tra il numero di schede tecniche

scaricate attraverso il portale del fornitore e la crescita annuale del fatturato dei rispettivi marchi. Icecat fa sapere di aver preso in considerazione soltanto le società quotate in borsa, poiché i dati finanziari sono disponibili pubblicamente. Il fornitore ha dedotto che la visibilità online delle informazioni sui prodotti di una certa marca sembra avere un impatto notevole sulla performance del produttore, sostenendo che circa il 15% della crescita della visibilità online sia connessa all'1% della crescita complessiva del fatturato di un determinato brand. Tale correlazione, spiega Icecat, sembra affidabile se si considera che soltanto una parte delle vendite di una marca avviene online e che altri fattori influenzano l'andamento effettivo delle vendite, come l'erosione dei prezzi e altre tendenze di mercato.

I brand e le categorie più richieste

Per quanto riguarda invece la classifica dei brand



mondiali più richiesti troviamo HP, Philips e Lenovo mentre Dell e L'Oréal Paris risultano in forte espansione nell'e-channel. Dell, in particolare, è riuscita a distanziare altri leader del settore come Asus, Acer e Toshiba. I marchi che, invece, a livello globale, hanno registrato il tasso più veloce di sviluppo sono König, atFoliX e Valueline. Anche il marchio dell'illuminazione Massive sta espandendo la sua presenza online. In Italia sono HP, Philips e Hewlett Packard Enterprise ad affermarsi tra i brand più popolari della rete, con Philips che supera anche Lenovo.

Tra le categorie più consultate nel canale online Icecat segnala a livello globale gli schermi piatti per pc e le workstation, in linea anche con gli investimenti negli USA e in Europa in questo settore. Nella top 10 mondiale delle categorie più in espansione si

trovano le lampadine per automobili (insieme ad altri tipi di lampadine e luci), smalti e accessori per la rasatura.

In Italia, invece, sono i notebook a risultare i più gettonati ed è stata proprio questa la categoria che ha dominato l'e-channel nostrano nel 2015. A questi si affianca il successo riscontrato dalle cartucce a inchiostro e, riflettendo i dati globali, pc-workstation.

Infine, i paesi che nella classifica di Icecat dominano l'e-commerce sono USA, Germania e Paesi Bassi ma, a sorpresa, l'Italia occupa la quarta posizione. Cina e Russia hanno conosciuto un rapido sviluppo nel 2015, nonostante il rallentamento generale dell'import-export, mentre altri paesi in cui l'e-commerce sta accelerando sono India, Polonia, Taiwan, Messico e Giappone.

P.S.

La soluzione VoIP e Unified Communications per i System Integrator di successo.

Scopri il Programma Partner
www.wildix.com/partner

Giacomo Brusciati
 Comunica.Meta
 Partner GOLD Wildix

Cristiano Bellumat
 Wildix
 Sales Manager Italy



Wildix ha creato la soluzione VoIP e Unified Communications per system integrator e installatori telefonici di successo.

Siamo l'unica azienda che lavora per il business del proprio ecosistema di Partner, impegnandosi al 100% nell'aumentarne le marginalità a fronte di investimenti ridotti.

Una soluzione completa di infrastruttura VoIP e Unified Communications, WebRTC ready, già integrato nel sistema:

- Nessuna installazione di software esterni
- Non la solita soluzione basata su Asterisk
- Nessun prodotto di terze parti, che diminuisce i guadagni.

La soluzione Wildix è tecnologia che si impara in fretta, perché l'abbiamo costruita sulle esigenze degli installatori telefonici.

È UN'OPPORTUNITÀ REALE.

www.wildix.com/partner



I partner italiani premiati da Oracle

Si è svolta a Roma nel corso dell'evento annuale dedicato ai partner di Oracle la cerimonia di premiazione ai sette partner italiani che si sono aggiudicati l'Oracle Excellence Awards: Specialized Partners of the Year 2016'. I vincitori nominati sono stati Axioma, Business Reply, Hitachi Systems CBT, NTT Data, R1, Sopra Steria, TIM.

Con questo riconoscimento, diviso nelle categorie cloud e data center, Oracle premia i partner

italiani che hanno conseguito risultati importanti sia in termini di innovazione delle soluzioni e dei servizi sia per i successi ottenuti presso i clienti.

Nella categoria 'Specialized Partner of the Year: Data Center and Engineered Systems' sono state nominate Hitachi Systems CBT, NTT Data e R1. Mentre per la categoria 'Specialized Partner of the Year: Oracle Cloud' troviamo Axioma, Business Reply, Sopra Steria. Infine per l'assegnazione del 'Partner Of The Year:

Industry' è stata selezionata TIM.

Sauro Romani, Alliances & Channels Country Leader di Oracle Italia, ha dichiarato: «Oracle è focalizzato su due direttrici, da un lato il cloud con tutte le sue accezioni, dall'altro il data center che per Oracle significa molte cose dal mondo Sparc, ai sistemi ingegnerizzati e quindi tutto l'on premise di piattaforma. Con l'Excellence Award vogliamo premiare le aziende che meglio hanno sposato la strategia



Oracle investendo in formazione ma anche nello sviluppo, facendo evolvere la propria offerta, portando sul mercato un approccio innovativo ma soprattutto ottenendo risultati sui clienti comuni. Complimenti ai vincitori!».

Centro Computer, società di consulenza specializzata in soluzioni cloud, networking, print management, unified communications e digital signage, è stata premiata con l'Italy Rising Star 2015' durante l'evento organizzato da Juniper Networks per i propri partner. La premiazione si è svolta lo scorso dicembre a Roma e Centro Computer è stato riconosciuto tra i Partner Select di Juniper che, nel corso dell'anno 2015, hanno contribuito ad ottenere la crescita di fatturato più elevata nel



mercato commercial. Il premio viene conferito da Juniper Networks ai partner certificati con elevate competenze sia tecniche sia commerciali, e che dimostrano di saper soddisfare le esigenze degli utilizzatori finali.

Centro Computer ha iniziato il percorso di certificazione e partnership con Juniper a partire dal 2010, operando con il proprio

team nello sviluppo di soluzioni incentrate su tecnologie avanzate e sull'elevato livello tecnico dei prodotti.

Roberto Vicenzi, Vice President di Centro Computer dichiara: «Siamo fieri di aver ricevuto questo importante riconoscimento e continueremo ad investire sui dispositivi di Juniper poichè sappiamo di poter offrire soluzioni che garantiscono ai nostri

clienti di essere sempre un passo avanti rispetto alle altre aziende, grazie alla capacità di ottimizzare al massimo le potenzialità del network, costruendo l'infrastruttura data center su basi solide e nel pieno rispetto dei costi. Da anni investiamo sulle tecnologie di Juniper e la nostra stessa rete è basata interamente su dispositivi di Juniper».

PREMI

Centro Computer premiata da Juniper Networks



OVUNQUE TI PORTI IL LAVORO, PJ È CON TE.

Resistenti, robuste e affidabili, le stampanti portatili della gamma PJ-600 sono progettate per offrire la miglior soluzione di stampa mobile in A4.

Design leggero e compatto per la massima portabilità, sono l'investimento ideale per chi vuole migliorare la produttività, aumentare la soddisfazione dei clienti e ridurre i costi di amministrazione. Fatture, ordini, contratti, rapporti, referti, bolle di consegna: le applicazioni sono molteplici, così come i vantaggi.



PJ Series



COMODE

Leggere e dalle dimensioni ridotte



PRATICHE

Consentono di stampare in loco



FLESSIBILI

Possibilità di scegliere diverse opzioni per personalizzare la soluzione di stampa mobile

ACCORDI

G DATA PROTEGGE IL DUCATI TEAM NELLA MOTOGP 2016

G Data, produttore di soluzioni per la sicurezza IT, ha ottenuto l'incarico di proteggere il Team Ducati nella MotoGP 2016. Secondo l'accordo la società tedesca dovrà garantire la sicurezza dei sistemi IT della squadra di Borgo Panigale dalle minacce informatiche per l'intera stagione del Mondiale, che inizierà il 20 marzo sul circuito di Losail, in Qatar. Le apparecchiature informatiche sono vitali per lo svolgimento delle attività in pista della squadra poiché attraverso i computer si gestisce lo storage dei dati sensibili raccolti durante le sessioni di test e gara, si sincronizzano le acquisizioni con i server aziendali per consentire ai tecnici in pista elaborazioni e simulazioni di gara in tempo reale. «Tutelare l'integrità di dati e sistemi critici e itineranti è una sfida, occorre garantirne la sicurezza con soluzioni e policy adattabili al contesto di rete che il team troverà nelle diverse tappe della MotoGP, poter gestire anche da remoto tutte le informazioni, gli aggiornamenti e i log in modo tempestivo per

garantire la continuità del servizio; una sfida che siamo onorati di accettare» ha dichiarato **Giulio Vada**, country manager di G Data Italia.



STRATEGIE

BLUDIS CRESCE E INVESTE NELLA QUALITÀ

Il distributore a valore aggiunto Bludis, presente da oltre 20 anni sul mercato italiano con un'offerta specializzata nei settori della security, dell'IT management, dell'education, del cloud computing e del IoT, ha comunicato i risultati positivi ottenuti nel 2015. Il distributore spiega la crescita come conseguenza della capitalizzazione di quanto fatto nel 2014 e dell'ampliamento dell'offerta in tema di sicurezza e IoT così come nel numero di prodotti e vendor. Bludis si è impegnata a sviluppare il concetto di 'filiera della qualità' che significa, per un distributore, partire dalla scelta del prodotto e arrivare fino al supporto e alla formazione. Ciò si traduce in diversi aspetti tra cui: assistenza, corsi, supporto al cliente nella scelta dei prodotti più adatti. La formazione resta un altro aspetto

importante della strategia del distributore e, infatti, l'anno scorso Bludis ha creduto e portato avanti un progetto di stage per giovani commerciali, che ha prodotto un incremento del 20% della forza vendita. L'azienda conta di ripetere la stessa operazione per la parte tecnica quest'anno, capitalizzando lo stesso incremento di risorse umane in quel comparto aziendale. La ricerca di nuovi partner nelle regioni del Sud Italia è un altro obiettivo di Bludis per il 2016 per aumentare il bacino di potenziali clienti e aumentare il fatturato. Inoltre, la società vuole potenziare l'area del mercato IOT/MtoM, inaugurata nel 2015 e che sta già portando risultati. **Maurizio Erbani**, direttore vendite e operations di Bludis, spiega: «A fronte dell'ottimo risultato ottenuto l'anno scorso con i partner nel Nord e Centro Italia, nel 2016 lanceremo iniziative di vendita e marketing mirate al supporto del nostro canale di rivenditori nel Sud Italia, oltre all'inserimento dei nuovi prodotti che offre ampie opportunità e possibilità di manovra».

FORMAZIONE

ACHAB TRASFORMA I PARTNER IN VENDITORI

Il distributore italiano Achab ha annunciato la

disponibilità di un nuovo corso destinato ai partner che si focalizza sulle tecniche di vendita. Il corso partirà il 1° marzo e si terrà presso la sede del distributore, a Milano. Scopo del corso è quello di aiutare i professionisti esperti di tecnologie ad affinare anche l'aspetto più commerciale dell'approccio al cliente il quale influisce anch'esso sui risultati di business dei partner. Il corso sarà tenuto direttamente da **Andrea Veca**, CEO di Achab, e **Aldo Rimondo**, Managing Director di Achab, ed è il frutto della ventennale esperienza nelle vendite nel settore IT, delle competenze acquisite nel tempo e del continuo aggiornamento del team Achab. «In base alle nostre analisi i partner di estrazione tecnica, bravissimi a erogare servizi di alto livello, spesso affrontano difficoltà legate alla vendita. I corsi vogliono essere un momento per condividere con loro le tecniche per vendere al meglio le competenze e la professionalità che dimostrano quotidianamente», spiega **Aldo Rimondo**, Managing Director Achab. Ulteriori informazioni sul corso sono disponibili collegandosi direttamente al sito del distributore: www.achab.it/