

DELL EMC ANNUNCIA IL NUOVO PROGRAMMA PER IL CANALE

Le anticipazioni del programma dedicato ai partner, che entrerà in vigore l'anno prossimo, e che conserva i migliori aspetti dei precedenti a cui aggiunge novità a supporto del business. *a pagina 5*



ESPRINET RINFORZA V-VALLEY ACQUISTANDO ITWAY S.P.A.

Esprinet prosegue il proprio piano strategico di crescita e annuncia di aver raggiunto e siglato un accordo con il Gruppo Itway per l'acquisto del ramo d'azienda VAD, ma esclusivamente per le attività distributive ICT in Italia, Spagna e Portogallo per un fatturato "pro-forma" pari a 57,2 milioni di euro. L'acquisizione porterebbe V-Valley, componente a valore aggiunto di Esprinet, a un fatturato pro forma di oltre 480 milioni di euro con un numero di professionisti dedicati che salirebbe a 220.

a pagina 03



PLANTRONICS MANAGER PRO: GESTISCI LE COMUNICAZIONI DEI TUOI CLIENTI

Il partner può aumentare la propria redditività offrendo un servizio gestito d'intelligence, che, raccogliendo i dati direttamente con le cuffie, permette di migliorare il customer service e la collaborazione. *a pagina 6*



SOMMARIO

Trend Micro XGen:
il machine learning
protegge gli endpoint
pag 09

Snom Technology
entra a far parte del
Gruppo Vtech *pag 11*

La soluzione di 3CX
integrata nel VoIP di
PBX in a Flash *pag 11*

Tech Data Cloud
distribuisce i servizi di
Cloud Netalia

pag 11

Partners Flip
anno V - numero 183 settimanale

Direttore responsabile: Gaetano Di Blasio

In redazione: Riccardo Florio, Giuseppe Saccardi, Paola Saccardi.

Redazione: via Marco Aurelio, 8 - 20127 Milano
Tel 0236580448 fax 0236580444 www.partnersflip.it

Proprietà: Reportec srl, via Gian Galeazzo 2, 20136 Milano
Iscrizione al tribunale di Milano n°514 del 13/10/2011
Tutti i diritti sono riservati. Tutti i marchi sono registrati e di proprietà delle relative società.

Potenzia il tuo PBX

Taglia i Costi, Aumenta i Profitti

➤ 3CX Phone System

Passa a 3CX - Il centralino IP open-standard per Windows dalla facile gestione e funzionalità di Unified Communications a costo contenuto.

- Basato su Software: Facile da Installare e Gestire
- Poco dispendioso da acquistare ed espandere
- Virtualizza con Hyper-V o VMware
- Dimezza la bolletta telefonica con Linee VoIP
- Migliora la mobilità con i client per smartphone
- Videoconferenza WebRTC integrata



WWW.3CX.IT
+39 059 735 3000

3CX

Esprinet rinforza V-Valley acquistando Itway S.p.A.

Siglato l'accordo che riguarda le attività distributive ICT di Itway in Italia, Spagna e Portogallo. Con l'operazione, V-Valley, componente Vad di Esprinet salirebbe a un fatturato pro forma di oltre 480 milioni di euro

di Gaetano Di Blasio

Esprinet ha raggiunto e siglato un accordo con il Gruppo Itway per l'acquisto del ramo d'azienda VAD, ma esclusivamente per le attività distributive ICT in Italia, Spagna e Portogallo per un fatturato "pro-forma" pari a 57,2 milioni di euro, un EBITDA pari a 1,7 milioni di euro e con un capitale investito netto al 31 dicembre 2015 pari a 14,7 milioni di euro. Il prezzo stabilito per l'operazione prevede un corrispettivo totale massimo pari a 10,8 milioni di euro. Più precisamente, è previsto un importo fisso pari ad 5 milioni da corrispondersi in contanti al closing, previsto per il 30 novembre 2016, e un importo variabile fino a un massimo di 5,8 milioni di euro che Esprinet dovrà corrispondere alla scadenza del 12esimo mese dalla chiusura al raggiungimento di target

economico-finanziari, secondo quanto comunicato. L'acquisizione porterebbe V-Valley, componente a valore aggiunto di Esprinet, a un fatturato pro forma di oltre 480 milioni di euro con un numero di professionisti dedicati che salirebbe a 220. In Italia sarebbero circa 170 persone per un fatturato pro-forma intorno ai 400 milioni di euro.

Itway S.p.A, fondata a Ravenna nel 1996 è a capo di un gruppo che opera a livello internazionale nel settore dell'Information Technology attraverso la progettazione, produzione e distribuzione di soluzioni e tecnologie.

Più precisamente, sono tre i segmenti di mercato in cui opera il gruppo e proprio l'area VAD è la prima, estendendosi, oltre che in Italia e nella penisola iberica, anche in Grecia, Turchia e Medio-Oriente.

Specializzata storicamente nella sicurezza, Itway VAD è leader in Italia per la distribuzione a valore aggiunto di software e hardware per la sicurezza informatica, networking e software.

Gli altri due segmenti sono relativi alle aree VAR (Value Added Reseller) e VAS (Value Added Services).

L'accordo riguarda solo Itway S.p.A. e Itway Iberica in qualità di venditori del ramo VAD, di cui i principali clienti sono system Integrator, Var e Telco. Mentre l'offerta è costituita da una trentina di brand, con in testa Check Point Software, Red Hat ed Extreme Networks, seguiti da altri quali Acronis, Alcatel, Array Networks, Bluecoat, Ipswitch, Lenovo, Kaspersky, Kemp, Microfocus/Novell, Solarwinds, Vidyo

e VMware.

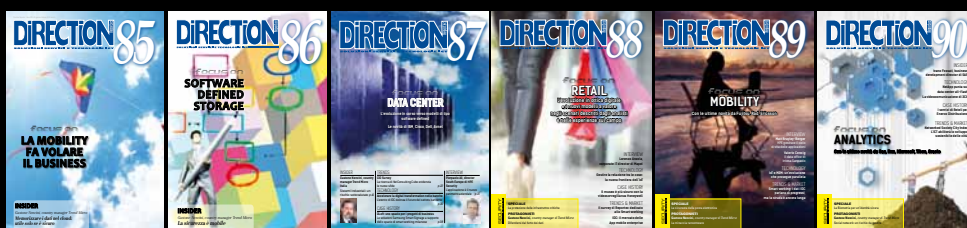
In Iberia i brand distribuiti sono una ventina, fra cui i principali sono Check Point Software, Alcatel-Lucent Enterprise, Thales e Kaspersky.

Esprinet vuole imprimere, così un'accelerazione al proprio piano strategico teso ad aumentare il presidio del mercato a valore, secondo la strategia partita nel 2011 con la costituzione di V-Valley. L'operazione segue quelle recenti che hanno portato l'italiana EdsLan e la spagnola Vinzeo sempre all'interno di V-Valley.

Come crescita interna va invece annoverato il contratto con Hewlett-Packard Enterprise.



ABBONATI A DIRECTION TI REGALIAMO LA SICUREZZA E IL CLOUD

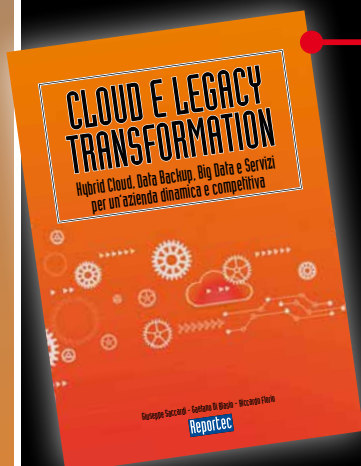


ABBONATI SUBITO A DIRECTION
A SOLI 50 EURO + IVA

RICEVERAI I 10 NUMERI DEL 2017 E,
IN OMAGGIO,
2 LIBRI

DEDICATI ALLA SICUREZZA IT
E AL CLOUD,
DEL VALORE DI 100 EURO

IN PIÙ TUTTI I WHITE PAPER,
I SURVEY E GLI EBOOK
CHE REPORTEC REALIZZERÀ
NEL CORSO DELL'ANNO



vai su
www.reportec.it/abbonamenti
e compila il modulo di abbonamento

Dell Emc annuncia il nuovo programma per il canale

Le anticipazioni del programma dedicato ai partner, che entrerà in vigore l'anno prossimo, e che conserva i migliori aspetti dei precedenti a cui aggiunge novità a supporto del business

di Paola Saccardi

Semplicità, Prevedibilità e Redditività. È la ricetta di Dell Emc, che fa parte di Dell Technologies, alla base del nuovo programma dedicato al canale che sarà disponibile a partire da Febbraio del 2017 e che sfrutterà i migliori aspetti dei precedenti programmi dedicati ai partner ma con delle ulteriori novità a supporto del business.

La società fa sapere che il nuovo programma intende garantire ai partner ampie opportunità, fiducia nel business e un'equa redditività indipendentemente dal livello. «Il nuovo Dell Emc Partner Program consentirà ai partner di sfruttare il nostro portfolio e accelerare rapidamente la loro attività di business», ha dichiarato John Byrne, President, Global Channel, Dell Emc.

Il programma riguarderà l'intero ecosistema dei

partner Dell Emc, inclusi Solution Provider, Cloud Service Provider, Global Alliance, OEM Solutions partner e la distribuzione. Sarà incluso anche il programma di branding "Powered by Dell Emc" per quelle aziende che hanno integrato tecnologie Dell Emc nel mercato.

foto nuova

Per conoscere i requisiti necessari all'accesso dei differenti livelli bisognerà aspettare dicembre. Dell Emc fa sapere che garantirà un intero semestre per dare il tempo ai partner di conformarsi ai nuovi criteri. I livelli previsti saranno Gold, Platinum e Titanium, oltre a un esclusivo livello Titanium Black dedicato ai partner più attivi. I livelli sono in linea con i principali modelli di business a garanzia della flessibilità e della soddisfazione dei clienti. I vantaggi includono rebate



per i partner che generano nuovo business, fanno up-selling di servizi, vendono l'intero portfolio o lo offrono in esclusiva.

Per rendere il programma prevedibile e redditizio per i partner, Dell Emc ha annunciato il Dell Emc Line of Business Incumbency Program for Storage, che consente ai partner di canale di proteggere gli investimenti effettuati sulla base installata e di espandersi per servire nuovi clienti interessati all'intero portfolio della società.

Dell Emc ha inoltre esteso il programma Dell Fast-Track agli iscritti all'Emc Business Partner Program

(BPP), e veicolato molti partner strategici di Dell nell'Emc BPP così da consentire ai partner di Dell e di Emc di vendere l'intera gamma di soluzioni. Altre novità annunciate saranno la presenza di un unico portale per i partner con singolo sign-on, singola registrazione dei deal oltre all'unico Line of Business Incumbency Program per lo storage. Anche la formazione e la compliance della forza vendita saranno semplificate e unificate.

Gli incentivi saranno basati su nuovo business e servizi, oltre che sulla vendita dell'intero portfolio.

Plantronics Manager Pro: gestisci le comunicazioni dei tuoi clienti

Il partner può aumentare la propria redditività offrendo un servizio gestito d'intelligence, che, raccogliendo i dati direttamente con le cuffie, permette di migliorare il customer service e la collaborazione

di Gaetano Di Blasio

Con la Plantronics Manager Pro v3.8 e la nuova suite Asset Analysis, Plantronics mette a disposizione di partner e clienti una soluzione software che le imprese possono sfruttare per migliorare i risultati delle proprie comunicazioni, quelle del customer service e, più in generale per aumentare l'efficacia del proprio call center.

Come ci spiega **Ilaria Santambrogio**, country manager di Plantronics in Italia, la società ha deciso di investire in software, sensoristica e soluzioni integrate per rispondere alle esigenze espresse dai propri clienti: «Abbiamo coinvolto i nostri clienti e i partner per capire quali fossero le aree di criticità

e tra queste è emerso il bisogno di approcciare il customer service in maniera diversa, per ottimizzare il servizio alla clientela».

In particolare, racconta la manager: «Abbiamo organizzato una tavola rotonda con i alcuni selezionati nostri partner, cui la soluzione è piaciuta moltissimo, soprattutto ai system integrator che cercano di posizionarsi come consulenti, e a tutti, perché la componente software diventa un reddito ricorrente. Aspettiamo, poi, di raccogliere ulteriori feedback da chi tra loro proverà la demo online».

Una prima fase di testing è stata realizzata presso i principali clienti, ma le considerazioni dei partner saranno utili per raffinare sia la prima versione, con disponibilità attesa

per fine anno, e soprattutto l'ultima versione della suite, che sarà disponibile nella sua completezza entro il primo trimestre del prossimo anno.

Plantronics ha pianificato anche un supporto specifico per i partner con assistenza pre e post vendita affidate a un nuovo team che opera anche da customer service in tutte lingue, basato in Olanda.

La prima parte della suite permetterà a chi gestisce i contact center di ottenere informazioni dalle interazioni vocali, trasformando la cuffia in un strumento di aggregazione dei dati, realizzando analisi per migliorare la collaborazione e il customer service nel momento dell'interazione. Santambrogio chiarisce: «La cuffia o l'auricolare



Ilaria Santambrogio di Plantronics

intercettano la conversazione e la suite Plantronics Manager Pro Asset Analysis riesce a capire se c'è qualche problema, se c'è un innalzamento del tono di voce oppure un eccessivo rumore di fondo o se nella conversazione c'è una sovrapposizione. Sono tutte situazioni che segnalano una conversazione "difficile" e il sistema potrebbe mandare una segnalazione a un supervisore».

La manager italiana assicura che la soluzione non registra il parlato, ma si concentra sui parametri vocali che permettono di valutare eventuali difficoltà e l'efficacia della conversazione.

Plantronics Manager Pro consente di gestire il parco installato di apparati (cuffie, auricolari eccetera) ed è alla base dei servizi di analisi aggiuntiva che aiuteranno i responsabili IT e i contact center manager a valutare i modelli da utilizzare, le dinamiche di conversazione e la salute acustica.

La suite che comprende l'analisi della conversation sarà la prima ad arrivare sul mercato entro la fine dell'anno, mentre entro il primo trimestre arriveranno altre versioni con l'aggiunta delle analisi sugli aspetti acustici ed ergonomici. «È importante gestire i dispositivi per fornire a ciascun utente quello che è meglio per lui, in base al tipo di lavoro che svolge, ma anche in funzione delle sue abitudini e preferenze. Le conversazioni ne guada-



gneranno se ciascuno è a proprio agio», commenta Santabrogio.

Tra le funzionalità fornite:

- tracciamento di implementazione, configurazioni del dispositivo, riconfigurazioni e l'aggiornamento del firmware;
- reperimento di firmware, software, softphone non-standard e implementazioni per le comunicazioni dei clienti;
- definizione delle impostazioni standard per il dispositivo, progettate per assicurare un'elevata esperienza all'utente e rispettare le politiche di sicurezza e salute sul luogo di lavoro.

I vantaggi per i partner

Come accennato, Plantronics Manager Pro rappresenta una componente a valore, che aiuta i partner a differenziarsi e a trovare nuove fonti di fattura-

to, con margini più ampi rispetto alla rivendita di hardware. Non a caso, Nancy Jamison, Principal Analyst di Frost & Sullivan, sottolinea: «Negli ultimi 15 anni i rivenditori di soluzioni per comunicazioni e contact center hanno spostato il loro modello di business dall'acquisto di hardware una sola volta verso una maggiore redditività di software e servizi».

Plantronics, sempre secondo l'analista: «Plantronics ha una visione unica sulla qualità e sul valore di ogni conversazione. Questa nuova offerta potrebbe aiutare i rivenditori a estendere ulteriormente il loro modello di business assicurando ottime conversazioni in entrambi i lati della chiamata».

Integrando con le offerte esistenti la gestione del servizio, i manager pos-

sono trasferire maggior valore ai propri clienti, per esempio attraverso la gestione della configurazione da remoto e inserendo le impostazioni e gli aggiornamenti del firmware. Inoltre, i rivenditori possono ottenere preziose informazioni sulla distribuzione e l'applicazione d'uso dell'auricolare e aiutare i clienti a pianificare, eliminare i problemi di configurazione, e rispondere rapidamente alle richieste del servizio.

Grazie alle funzionalità di Plantronics Manager Pro con Asset Analysis i partner potranno aiutare le imprese a migliorare le esperienze dei loro utenti. A loro volta, i manager dei contact center potranno fornire al team del customer service gli strumenti giusti per fornire le migliori esperienze alla clientela finale.

25 ANNI DI SSD SANDISK®

SanDisk ha lanciato il primo SSD già nel lontano 1991. La sua capacità era di soli 20MB ed aveva un costo di \$ 1.000, \$ 50 per ogni MB!
Si parla di molto tempo fa. Produciamo, infatti, SSD da così tanti anni che quando abbiamo iniziato il web non esisteva ancora...

1990s



Il **World Wide Web** viene aperto per la prima volta al grande pubblico

1991



SanDisk lancia il primo SSD, una unità da 20MB e 2,5" che IBM utilizza per sostituire l'hard disk nel ThinkPad



Viene lanciato il **Processore Pentium**

1993



Il leggendario **Space Shuttle** viene lanciato nello spazio con un SSD a bordo chiamato con il nome in codice "Rainbow". La solidità e la robustezza dei supporti di memorizzazione flash li rendono strumenti ideali per le applicazioni più estreme.



Sony lancia la console di gioco **PlayStation**

1994

2000s



Nasce **YouTube** con la sua piattaforma di video sharing e viewing community

2003



SanDisk entra nell'**indice NASDAQ-100** diventando una delle maggiori 100 imprese non-finanziarie quotate nel mercato borsistico



Apple presenta l'**iPhone**

2007



SanDisk presenta le unità SSD da 1,8" e 2,5" per i notebook, una valida alternativa agli hard disk



Nascono i telefoni con sistema operativo **Android OS**

2008

2010s



Per le **TV 3D** viene trasmesso in diretta per la prima volta nella storia il primo evento sportivo in 3D

2010



In rete sono on line oltre **1 miliardo** di siti web

2012



Viene lanciata l'unità **SSD SanDisk ReadyCache®**, una soluzione dedicata al caching che abbina l'unità SSD al già esistente hard disk permettendo di aumentare notevolmente velocità e performance



I computer più veloci al mondo sono ancora **30 volte** meno potenti del cervello umano

2014



SanDisk lancia **Optimus Max™ SSD**, la prima unità SSD Enterprise SAS da 4TB

2015



Viene lanciata l'unità SSD portatile **SanDisk Extreme® 900**

2016



SanDisk svela l'unità **SSD M2 single sided da 1 TB** più sottile al mondo

Il Futuro

Le unità SSD continueranno ad essere le soluzioni di storage preferite da sempre più persone. Quando si parla di performance, le unità SSD sono sicuramente il riferimento rispetto all'alternativa hard disk* e ed è per questo che segneranno il futuro a medio-lungo termine.

SanDisk®
a Western Digital brand

*Rispetto agli hard disk SATA 7.200 RPM da 2,5". In base alle specifiche pubblicate e a test interni utilizzando i punteggi PCMark Vantage.

© 2016 Western Digital Corporation o società affiliate. Tutti i diritti riservati.

SanDisk, SanDisk Extreme e SanDisk ReadyCache sono marchi commerciali di Western Digital Corporation o società affiliate, registrati negli Stati Uniti o in altri Paesi. Optimus Max è un marchio commerciale di Western Digital Corporation o società affiliate. Tutti gli altri marchi commerciali sono di proprietà dei rispettivi titolari. Il robot Android è riprodotto o modificato dal lavoro creato e condiviso con Google ed è utilizzato in conformità con i termini specificati nella licenza di attribuzione Creative Commons 3.0.

Trend Micro XGen: il machine learning protegge gli endpoint

Trend Micro XGen è una nuova soluzione di sicurezza, in grado di adattare dinamicamente la protezione al tipo di minaccia da fronteggiare

di Riccardo Florio

XGen endpoint security è il nome della nuova soluzione di sicurezza per gli endpoint introdotta da Trend Micro che si caratterizza per un approccio innovativo al modo di individuare e applicare tecnologie di difesa per proteggere l'attività degli utenti su desktop fisici e virtuali, laptop e dispositivi mobile. Questa soluzione abbinata tecnologie di machine learning con soluzioni di protezione dalle minacce, salvaguardia dei dati, controllo delle applicazioni, prevenzione delle vulnerabilità e cifratura. In tal modo è in grado di applicare in maniera intelligente la tecnologia più adeguata, al momento corretto.

Questo tipo di protezione viene ritenuto essenziale da Trend Micro, in considerazione del modo con cui gli attacchi agli endpoint si sono evoluti nel corso degli ultimi anni. Se, infatti, in precedenza le uniche preoccupazioni erano i malware e lo spam

ora, sempre più spesso, gli attacchi sono più insidiosi, sfruttano tecniche di social engineering, meccanismi di phishing e sono sempre più frequentemente realizzati ad hoc per colpire in modo mirato uno specifico target anziché rivolgersi in modo indifferenziato verso qualsiasi obiettivo che incontrano. Il risultato è una minaccia che riesce a essere più efficace e che, nel contempo, spesso non viene individuata dalle tecnologie di difesa più standardizzate.

«Il nome XGen è stato scelto con attenzione per indicare la tecnologia intergenerazionale che alimenta il nostro approccio - ha affermato **Eva Chen**, chief executive officer di Trend Micro -. Sono anni che utilizziamo il machine learning come parte della nostra intelligence globale contro le minacce, la Smart Protection Network. Ora, abbiamo alzato il livello, includendo nelle nostre tecniche di protezione il

machine learning ad alta affidabilità, per affrontare specificatamente le minacce più avanzate come i ransomware. A differenza nostra, gli altri vendor di security offrono solo una o due tecniche di protezione».

Come funziona XGen

Tramite l'applicazione di tecnologie di machine learning, la soluzione di Trend Micro analizza i file sia prima della loro esecuzione sia durante. L'utilizzo di una serie di funzioni di controllo e il confronto con "white list" permette di ridurre i falsi positivi.

I dati che arrivano a XGen subiscono l'azione di molteplici tecniche di sicurezza e vengono suddivisi in tre categorie: quelli noti per essere affidabili che vengono resi accessibili all'utente, quelli noti per essere dannosi grazie a indicazioni provenienti dalla intelligence di Trend Micro e che vengono istantaneamente bloccati e quelli di



Eva Chen di Trend Micro

tipo sconosciuto che attraversano stadi successivi di analisi.

Il secondo livello di protezione esamina i dati sconosciuti con tecnologie di machine learning, quindi con tecniche di analisi del comportamento e ancora con machine learning ad alta affidabilità, differenziando così i file che devono essere bloccati da quelli leciti.

XGen endpoint security è inserito all'interno della suite Trend Micro Smart Protection Complete che fornisce una gamma di soluzioni integrate per proteggere endpoint, e-mail e Web gateway e fornire visibilità e controllo centralizzati.

L'efficacia delle soluzioni Trend Micro per la protezione degli endpoint è confermata da Gartner che, dal 2002 fino a oggi, posiziona il vendor giapponese nel quadrante dei leader del suo Magic Quadrant for Endpoint Protection Platforms.



DE gustare

alla scoperta dei sapori d'Italia



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



www.de-gustare.it

STRATEGIE

SNOM TECHNOLOGY ENTRA A FAR PARTE DEL GRUPPO VTECH

Snom Technology, multinazionale specializzata in soluzioni VoIP con sede a Berlino, ha annunciato di essere stata acquisita dal Gruppo Vtech, produttore di telefoni cordless e fornitore nel settore dei prodotti di e-learning, fondato nel 1976. L'acquisizione ha lo scopo di creare nuove sinergie sia per la copertura del mercato sia per lo sviluppo dei prodotti. Vtech vanta un'importante competenza tecnologica e presenza commerciale a livello internazionale che può offrire un supporto importante nello sviluppo e nella commercializzazione di telefoni VoIP di qualità per Snom Technology. André Deloch, Presidente del Board di Snom, ha commentato l'acquisizione dell'azienda da parte di Vtech sottolineando come: «la combinazione dei punti di forza di Vtech e Snom favorirà il rafforzamento della posizione di mercato e il consolidamento della leadership tecnologica di entrambe le aziende. Per le attività di Snom, la presenza di Vtech avrà risvolti positivi ed immediati, soprattutto nella regione Asia/Pacifico e nel Nord America».

La transazione sarà soggetta all'approvazione da parte delle rispettive autorità di regolamentazione competenti.

STRATEGIE

LA SOLUZIONE DI 3CX INTEGRATA NEL VOIP DI PBX IN A FLASH

Nuova soddisfazione in casa 3CX, produttore della soluzione 3CX Phone System per le Unified Communication, che è stata selezionata da PBX in a Flash come motore della nuova versione 5 del proprio centralino. PBX in a Flash necessitava di trovare un servizio core da impiegare nella nuova versione di PBX in a Flash e ha individuato in 3CX per Linux la soluzione ideale e «semplice da installare che non necessita di particolare manutenzione e assicura la massima sicurezza di fabbrica. Il sistema di licenze e la versione gratuita ne fanno il motore perfetto per PBX in a Flash e per i suoi utenti» ha spiegato uno dei sviluppatori originali di PBX in a Flash, Ward Mundy. PBX in a Flash è una soluzione VoIP che consente agli utenti e alle aziende di installare e configurare un centralino IP completo. La piattaforma è diffusa tra decine di migliaia di utenti e aziende a livello mondiale ed è supportata dalla presenza

di una comunità fidelizzata tramite i propri forum.

La precedente versione di PBX in a Flash integrava il centralino Asterisk / FreePBX, mentre la nuova release 5 è stata sostituita con la nuova versione per Linux della soluzione 3CX.

Nick Galea, CEO di 3CX ha commentato la partnership: «Siamo estremamente onorati di vedere la nostra soluzione integrata in PBX in a Flash 5, un centralino che si è guadagnato notorietà e rispetto sul mercato. Ottenere un tale endorsement per la versione Linux della nostra soluzione è una grande vittoria per 3CX.»

ACCORDI

TECH DATA CLOUD DISTRIBUISCE I SERVIZI DI CLOUD NETALIA

Tech Data, società di levatura mondiale molto presente nella distribuzione di prodotti, soluzioni e servizi informatici, ha annunciato la firma di un accordo con Netalia, cloud provider italiano interamente focalizzato in servizi per la media e grande azienda.

Tech Data Italia ha riconosciuto in Netalia un provider di valore, capace di affiancare e completare l'offerta dei servizi cloud dei grandi player di mercato già in portafoglio.

Grazie all'accordo di distribuzione Tech Data Italia

ha quindi la possibilità di fornire ai suoi rivenditori un'ampia scelta in tema cloud che può indirizzare le svariate richieste dei clienti. L'offerta di servizi cloud di Netalia abbraccia tre specifiche aree operative.

La prima riguarda l'integrazione dell'infrastruttura, e può essere attuata tramite la disponibilità di Virtual Data Center (VDC) dedicati o l'estensione dei data center già operativi presso il cliente finale.

La seconda coinvolge la continuità operativa e protezione del dato con servizi di disaster recovery e backup.

La terza comprende i diversi servizi di collaboration quali il file sharing o la videoconferenza.

Un aspetto saliente, osserva Tech Data, è che per quanto concerne l'infrastruttura a supporto dei servizi erogati, Netalia fornisce la garanzia di un'infrastruttura distribuita con un footprint nazionale, adotta tecnologie standard per l'erogazione dei servizi cloud e si distingue per un modello di distribuzione via canale.

Il suo interlocutore finale è la media e grande azienda, dove la complessità dei processi richiede flessibilità e scalabilità dell'infrastruttura, difficilmente raggiungibili con soluzioni tradizionali.