

Impegni per creare un canale qualificato sulle soluzioni per le aziende

Kyocera corre sul colore

Kyo-cera Mita prende atto del ritardo della produzione dei prodotti colore (soluzioni di stampa, copia e gestione documentale) rispetto alla concorrenza e del fatto che la competitività oggi si gioca proprio in questo ambito. Così Jurgen Kruger, senior general manager european sales & marketing center, ammette: «Dobbiamo recuperare il ritardo, tenendo conto che il colore comincia a essere presente anche nell'ambito business e sostituirà il bianco e nero. Ci aspettiamo che il prezzo sull'offerta colore (sia printer che copier) diminuirà e di conseguenza cresceranno le unità su tutto il mercato». Nel frattempo la filiale italiana irrobustisce l'indiretta cercando di formare nuovi business partner con



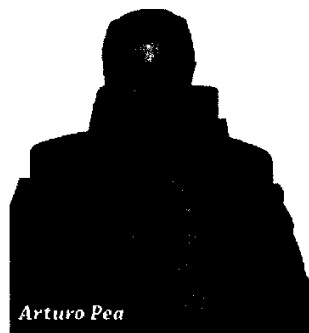
Jurgen Kruger

competenze sul colore. «Oggi abbiamo due strade per arrivare ai clienti: la diretta, dove lavorano sette persone tra Roma e Milano per promuovere prodotti e soluzioni a key account (circa 200 su tutto il territorio), e l'indiretta, che impegna 25 persone all'interno di Kyocera Mita Italia, suddivise per area geografica. Tuttavia, anche in certe vendite dirette, lavoriamo con partner - spiega Arturo Pea, direttore commerciale - nel senso che alcuni system integrator o corporate dealer ci aiutano a sviluppare contatti e opportunità per le soluzioni di document managing. La strategia di canale, invece, è basata su 15 distributori regionali, 130 brand dealer (realtà medio grandi), più altri 190 rivenditori». La politica commer-

ciale del vendor risente ancora dello sbilanciamento di competenze sul mondo office, con i prodotti copier, «visto che la maggior parte dei brand dealer era rivenditore di Mita, focalizzata in questo ambito, mentre dobbiamo crescere nelle printer in termini di fatturato. Questo - specifica Pea - ci porterà ad

allacciare in futuro rapporti con i grandi distributori». Attualmente, lo sforzo dell'azienda è di fare recruiting mirato su solution provider, Var e specialisti del colore per portare una cultura della soluzione e del colore a tutti i partner. Al contempo Kyocera Mita sta portando avanti una certificazione sul canale attraverso l'High volume club che raggruppa poche realtà specializzate, il Color club, più numerosi in termini di partner coinvolti, e Service specialist, il canale certificato sui servizi.

Sabrina Attorrese



Arturo Pea