

Dalla vendita diretta a quella indiretta

La svolta di Kyocera Mita

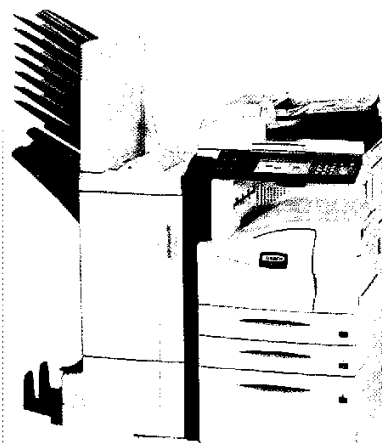
L'azienda lancia una serie di multifunzione che le consentiranno di aggredire nuovi segmenti di mercato. Per riuscire nell'impresa, la società punta sul canale

Il mercato chiede flessibilità? Non c'è problema, **Kyocera Mita** lancia una serie di multifunzione intelligenti e versatili. Se questa è una buona notizia soprattutto per i clienti finali che le utilizzeranno, Kyocera Mita non è avara di liete sorprese neppure nei confronti del canale, su cui è pronta a concentrare notevoli energie e risorse. Ma procediamo con ordine. Sul fronte dei prodotti, la prima grossa novità è che il colore Kyocera Mita sbarca in ufficio.

«È questo il significato del lancio delle nuove multifunzione **KM-C2520**, **KM-C3225** e **KM-C3232** - ha sottolineato **Adriano Zuradelli**, marketing manager Kyocera Mita Italia -. Si tratta di prodotti intelligenti, le loro prestazioni vanno, a seconda del modello, da 20 ppm a colori a 32 ppm, con passaggio unico della carta, 7 emulazioni, gestione remota della periferica, tecnologia Ecosys e un costo copia tra i più bassi. Ci sono importanti novità anche per quanto riguarda le multifunzione in bianco e nero. Sto parlando delle nuove **KM-3050**, **KM-4050** e **KM-5050**. Si tratta di un'evoluzione importante, si caratterizzano per la tecnologia one-chip, in grado di processare simultaneamente più lavori, e per la gestione delle risorse secondo le esigenze della macchina. Per noi sono il top, grazie alle funzionalità fronte/retro, lo scanner a colori e, soprattutto,

la possibilità di inviare una copia via e-mail, stampa e fax. Questo significa che non stiamo proponendo soltanto una macchina, ma una soluzione che gestisce i documenti. Proprio per questo motivo, sono ideali per migliorare la produttività del lavoro in ufficio. Inoltre, i nostri prodotti si distinguono da quelli della concorrenza sotto diversi profili. Pensiamo soltanto alla tecnologia LongLife, che garantisce circa 300mila stampe a colori prima

di rendere indispensabile un primo intervento. La concorrenza, al riguardo, viaggia non oltre le 90mila copie. Abbiamo deciso di puntare sul colore perché le analisi mostrano che anche in Italia sta crescendo l'interesse verso le multifunzione che lo offrono. Certo, non una crescita repentina, ma comunque solida e graduale. L'Italia è poi un mercato particolare, noi ci posizioniamo tra i primi tre vendor del settore, ci avvaliamo di una rete di business partner presenti sul territorio, puntiamo sulla specializzazione, la formazione continua, l'abbattimento dei costi di esercizio, fondamentale per buttare giù le ultime barriere sul colore. Per noi, inoltre, l'incrocio tra multifunzione e printer è fondamentale».



La multifunzione in bianco e nero **KM-5050** di Kyocera Mita

A proposito di business partner, Kyocera Mita sta sempre più aprendo ai corporate dealer e ai system integrator anche in settori chiave come la PA, le banche, le assicurazione e le ex municipalizzate, favorendo la collaborazione con la vendita diretta. Per quanto riguarda le aree di sola pertinenza dell'indiretta, Kyocera Mita si avvale della partnership di 15 distributori regionali e 130 brand leader, più 200 rivenditori autorizzati. L'obiettivo è crescere nell'area printer e creare la cultura della soluzione, dato che Kyocera Mita non è solo macchine, ma anche gestione remota dell'installato e invio di fax ed e-mail.

I partner hanno a disposizione sul sito dell'azienda l'area riservata Kyocera Academy, ricca di corsi tecnici e commerciali per formare il canale. Per il reclutamento dei partner sono attivi i programmi High Volume Club, per le realtà specializzate in alta produttività, e IT Color Club, per selezionare partner esperti nel colore. Ci sarà anche una certificazione sui servizi.

Massimiliano Luce

Per informazioni
tel. 02.92.17.91
www.kyoceramita.it