

# Così si affronta un 2005 ancora difficile per l'IT

C'è chi punta tutto sui servizi e chi invece vuole 'risvegliare' la voglia di competere delle PMI

Le software house operate nel gestionale davanti alle sfide del 2005. Le linee strategiche, lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi, la visione del mercato: così le aziende del comparto gestionale si sono attrezzate e stanno operando per affrontare un anno ancora difficile.

## Byte

Il Business Process Outsourcing senz'altro sarà per la nostra azienda il principale driver di crescita per il 2005, più di qualsiasi offerta di tipo tecnologico. Byte è tra i principali fornitori di questi servizi per quanto riguarda la gestione del personale e i risultati del primo trimestre del 2005 (così come già quelli del 2004) ne dimostrano la dinamicità.

Il mercato più in generale, invece, continua a essere depresso e poco incline agli investimenti, quindi l'attesa è quella di ottenere una crescita equivalente a quella del 2004.

## Dylog

La partita 2005 si gioca sul tentativo di far crescere la voglia di competitività e di investimento da parte delle PMI. Rispetto allo scenario economico generale, gli aspetti prettamente operativi vedono un arricchimento dell'offerta di gestionali Dylog con soluzioni dedicate a segmenti verticali, oltre all'ingresso in forze nel mercato delle aziende di produzione.

Ci muoviamo con attenzio-

ne anche sul fronte dei servizi al cliente, potenziando la struttura di assistenza telefonica puntando sulla formazione a distanza e sulla teleassistenza. All'ampliamento dell'offerta corrisponderà un rafforzamento della presenza sul territorio: la rete dei partner è già in fase di crescita, grazie a formule di collaborazione innovative.



## Edisoftware

Il maggiore obiettivo del 2005 è sicuramente portare avanti la campagna di conversione delle licenze ai prodotti di nuova generazione Onda UP (per le piccole imprese) e Oceano (per le medie aziende in particolare del settore manifatturiero), l'obiettivo è far migrare oltre 500 aziende ai nuovi prodotti. Inoltre continueremo nella strategia che ci vede impegnati nello sviluppo di soluzioni verticali.

Dopo i due prodotti rilasciati nel 2004, rilasceremo quest'anno una nuova verticalizzazione per il settore della sales force automation, con una soluzione indirizzata alla tentata vendita e alla raccolta

ordini integrata a palmari e Pocket PC.

## ESA Software

Con il 2005 ESA Software intende consolidare l'impegno ad ampliare il livello di penetrazione sul mercato delle imprese e dei professionisti. Il mercato più interessante è quello delle medie imprese del settore manifatturiero e quello della piccola e grande distribuzione. Inoltre fenomeni come la delocalizzazione produttiva richiedono il supporto di strumenti gestionali per affrontare con successo la sfida del mercato globale.

L'obiettivo, per il 2005, è quello di creare nuovi centri di competenza e accrescere e diversificare l'offerta, attraverso un consolidamento della strategia 'one-stop shop' con la quale ESA Software si propone come fornitore in grado di soddisfare ogni tipo di esigenza delle imprese.

## Gruppo Four Bytes

Il 2005 ci vede impegnati nel migliorare l'approccio di tipo commerciale con la nostra rete di rivenditori in termini di contenuti nell'ottica delle problematiche di Basilea 2, IAS e controllo di gestione. A tal fine è nata Four Consulting, la società di consulenza del gruppo.

Il core business dell'ERP ci vede impegnati sull'arricchimento della nostra piattaforma con nuovi moduli nativi quali CRM, controllo e avanzamento produzione, strumenti di diagnostica per Basilea 2,

controllo di gestione e portale aziendale. Nel 2004 siamo entrati anche nel mercato della piccola azienda con un gestionale 'web oriented'. La diversificazione si sta confermando interessante nei risultati dei primi mesi del 2005 e ciò ci autorizza a sperare in un soddisfacente anno in corso.

## Microarea

Microarea prevede per il 2005 una crescita di oltre il 50% rispetto al 2004. A determinare tale risultato, il trend positivo nella vendita di soluzioni e servizi (formazione, assistenza, aggiornamenti) erogabili anche via web, l'ulteriore crescita del canale commerciale italiano e la forte focalizzazione sull'espansione internazionale che dovrebbe contare su un network di rivenditori significativamente più ampio (+150%).

## Pluribus

Il mercato nel 2004 non è andato molto bene e le previsioni di ripresa sono ancora molto deboli. Pluribus, che offre una numerosa famiglia di soluzioni gestionali per le piccole e medie imprese, punterà soprattutto all'offerta di servizi aggiuntivi (il back-up online, il telemonitoraggio e l'autovalutazione secondo i parametri di Basilea 2) in grado di fornire valore aggiunto ai prodotti proposti e di trasformare il software di gestione aziendale in una piattaforma per delivery dei servizi.

L'altro elemento fondamentale sul quale punteremo è la consulenza. Le imprese italiane si trovano in una profonda crisi, stanno perdendo velocemente competitività: dobbiamo far loro capire che solo con una nuova organizzazione più snella e più veloce possono riacquistarla.

## Poker

Il 2005 sembra dare timidi segnali di ripresa, quantomeno nelle attività commerciali. Prevediamo quindi un miglior risultato rispetto al 2004. Notiamo un interesse più forte per alcune soluzioni, quali il controllo di gestione e l'archiviazione ottica sostitutiva, piuttosto che per la sostituzione del sistema informativo aziendale.

Quel che è certo è che il numero di potenziali clienti si riduce notevolmente, con il risultato (per i fornitori di soluzioni) di avere molti più competitor su una stessa offerta. Molti giocano una guerra dei prezzi, noi preferiamo ampliare ulteriormente l'offerta e migliorare il servizio ai clienti.

## RDS

Nel 2005 per RDS vi saranno tre importanti driver: ASP (pay per use), è un business che sta crescendo con ottimi risultati, sostituzione ERP obsoleti, divisi in tre campagne.

