

# LA VOCE DEL GESTIONALE

**Le strategie per l'esercizio in corso di alcuni operatori del mercato Erp/gestionale nel nostro Paese. Focalizzazione sulle piccole e medie imprese e verticalizzazione sempre più spinta tra gli obiettivi primari.**

► **I vendor locali non stanno alla finestra**, affilano le armi e continuano la loro opera di conquista del territorio, di cui tanto capiscono le logiche. Il mercato così parcellizzato, quello delle piccole e medie imprese a cui si rivolgono, non capisce i messaggi roboanti, fatti di slogan pubblicitari, ma vuole che si parli una lingua comune di business e che le esigenze si traducano in risposte concrete, fatte di soluzioni, realizzabili in tempi brevi, a costi ridotti, e con ritorni degli investimenti certi.

► **Il 2005 è un anno strategico per Microarea, sostiene Enrico Itri, Ceo di Microarea.**

La società è definitivamente passata da visione nazionale a una dimensione internazionale. Alla base di questo cambio di prospettive vi è Mago.Net che, per le sue caratteristiche tecnologiche e funzionali, si presta ad essere una soluzione di caratura mondiale.

Da qui il nostro committment sull'evoluzione continua della piattaforma. Per esempio, recentemente abbiamo lanciato Magic Documents, un nuovo modulo della suite che permette di interagire con il

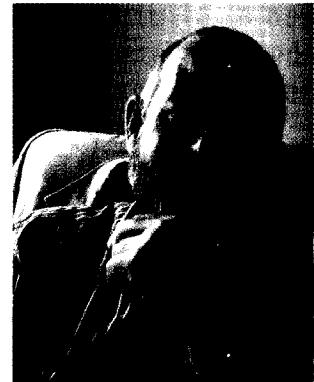
gestionale aziendale a partire da semplici documenti di testo o da fogli di calcolo elettronici. Un secondo aspetto da tenere presente sarà poi quello della completezza dell'offerta. In questa direzione, grazie al nostro canale qualificato, stiamo affiancando a Mago.Net un ricco carnet di software verticali, perfettamente integrabili con la suite, che risolvono peculiarità gestionali di specifici segmenti di mercato. Sintetizzando, dunque, far percepire sempre di più le notevoli potenzialità legate a Mago.Net e sottolineare la nostra globalità d'offerta saranno i due assetti fondamentali che guideranno strategie Microarea per l'anno in corso".

► **L'offerta di gestionali Dylog, sostiene Luca Paolo Bertini di Dylog** si arricchirà nel corso del 2005 di ulteriori soluzioni dedicate a segmenti verticali, oltre all'ingresso in for-

ze nel mercato delle aziende di "produzione", grazie all'applicativo "MAKE" presentato lo scorso autunno. Tutta la linea "OPEN", ovvero gli applicativi nativi Windows, subirà implementazioni, rivolte a migliorarne l'usabilità e la flessibilità. Ci muoveremo con attenzione anche sul fronte dei servizi al cliente, potenziando la struttura di assistenza telefonica (oggi il nostro Call Center conta più di 100 operatori), 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."

► **Con il 2005 ESA Software - afferma Giancarlo Fabbri, responsabile della Direzione Tecnica della società** - consoliderà l'impegno ad ampliare il livello di penetrazione sul mercato delle imprese e dei professionisti.

ESA Software vanta infatti oltre 60.000 clienti sul territorio italiano e circa 40.000 utenti in grandi industrie operanti in 23 Paesi del mondo con soluzioni che supportano 10 lingue diverse.



GIANCARLO FABBRI, responsabile della direzione tecnica Esa Software

L'offerta si scinde in due grandi contenitori, il mondo di e il mondo ERP, strumenti e soluzioni ad alto valore aggiunto e contenuto organizzativo per realizzare progetti specifici per ogni tipologia di cliente. L'approccio di ESA Software al mercato delle imprese prescinde dal dimensionamento aziendale o dal settore mercologico: l'obiettivo primario e l'impegno costante sono quelli di comprendere i bisogni del cliente, creando "la soluzione" specifica per ottimizzare tutti i flussi e i processi aziendali".

► **L'offerta di Brain Force è basata sulle Microsoft Business Solutions - Navision, Axapta e Microsoft CRM - integrate con add-on**



ENRICO ITRI, Ceo di Microarea