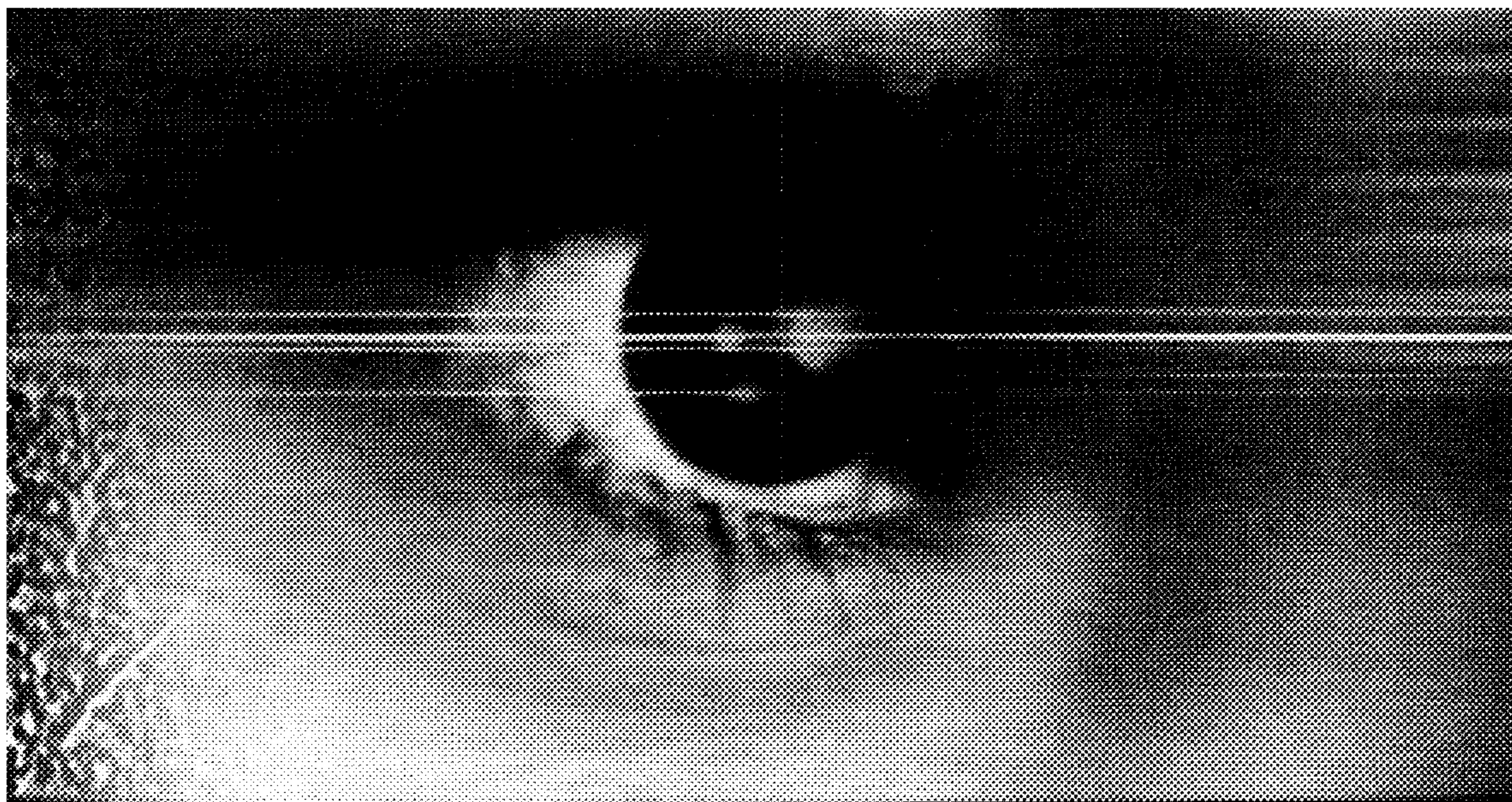


L'approccio alle Pmi

O rmai è un ritornello, i fornitori di tecnologia devono orientarsi con maggiore impegno alle Piccole e medie imprese perché solo attraverso esse è possibile far ripartire con decisione il mercato professionale. Proprio queste protagoniste assolute del panorama economico italiano, infatti, purtroppo ancora non brillano per la loro dotazione informatica. Eppure i convegni in cui si parla di innovazione sono affollati ed è ormai usuale associare i concetti di competitività e innovazione quali l'uno effetto diretto dell'altro. Se la consapevolezza della necessità di investire in Ict quindi non manca è allora evidente che esiste un problema di approccio da parte degli operatori del settore.

Qui sotto un esponente dell'associazione delle Piccole e medie imprese di Milano e un professore universitario si sono confrontati con un rivenditore per sondare quale deve essere la più corretta strategia di attacco alle aziende di piccole dimensioni. Le principali lacune evidenziate sono quelle relative alla comunicazione. I potenziali clienti devono essere messi al corrente dei vantaggi che possono essere apportati dalla tecnologia in modo semplice e concreto attraverso un linguaggio molto comprensibile. Più in generale, è indubbio che la diffusione di cultura informatica e infrastrutture (a partire dalla banda larga) rappresentino i presupposti fondamentali per creare un ambiente più propenso all'investimento in Ict.

a cura di Cristina Mazzani



Nuovi modelli di fruizione della tecnologia

Il nostro Gruppo, che include tre società che operano in Sicilia, mette a disposizione delle Pmi molteplici servizi, dalla formazione alla gestione della contabilità a quella dell'intero ciclo produttivo. A questo punto dell'informatizzazione aziendale, infatti, non è più sufficiente offrire la possibilità di fare fatture... Tra i servizi maggiormente apprezzati dai nostri clienti sicuramente citerei la formazione - da noi portata direttamente in azienda - assolutamente collegata soprattutto al software. A questo proposito vorrei sottolineare un primo problema. Spesso gli imprenditori non hanno tempo di dedicarsi alla formazione e delegano i responsabili di settore o i dipendenti a seconda delle dimensioni dell'azienda. Secondo me, i produttori dovrebbero investire per promuovere una maggiore diffusione di cultura IT uscendo dalla logica delle "scatole". È fondamentale veicolare - e far comprendere - servizi piuttosto che solamente prodotti. Una società come Dylog, di cui noi siamo rivenditori, ha iniziato a comprendere questo concetto.

Penso risulterà sempre più vincente anche la soluzione del pagamento del canone per l'utilizzo dei sistemi gestionali o di altre soluzioni.

Sul fronte dell'hardware esistono vari ordini di problemi. Prima di tutto, sono i grandi player del software a determinare cosa deve comperare l'utente dato che inevitabilmente alcuni sistemi e applicativi richiedono macchine più evolute per girare.

Inoltre, realtà come la nostra vivono la concorrenza della grande distribuzione anche se tale concorrenza è particolarmente sentita soprattutto sulle piccolissime realtà.

Secondo me, infatti, nel caso in cui un'azienda abbia da tre postazioni in su è necessario implementare un minimo di rete, insomma, realtà di questo genere sono per noi molto appetibili.

Non dobbiamo neppure trascurare il fatto che gli imprenditori, oltre a non essere completamente al corrente di tante opportunità e innovazioni (per fare un solo esempio si stupiscono del fatto di poter fare fatture elettroniche, eliminando la necessità di stampare più copie,

archiviarle eccetera), sono comunque sfiduciati nei confronti della tecnologia, il rinnovo dell'hardware comporta quello degli applicativi e i prodotti sembrano subito vecchi! Il breve ciclo di vita dei prodotti ha stancato gli utenti finali che mostrano un atteggiamento negativo nei confronti dell'investimento in IT. Per ovviare a questo problema, secondo me, potrebbero risultare davvero vincenti i prodotti sviluppati su Internet.

Nelle aziende che hanno infatti più di tre dipendenti si inizia a comprendere l'utilità dell'Adsl, lo stesso vale per chi ha reti di agenti dislocati sul territorio.

Sul fronte dei servizi, infine, le Pmi ancora non capiscono la reale importanza della manutenzione, iniziano piuttosto a comprendere meglio il valore delle soluzioni di noleggio che assicurano loro prodotti aggiornati e protezione. In conclusione, credo che in generale manchi una concreta comunicazione da parte dei grandi attori del mercato delle potenzialità delle loro soluzioni per le Pmi, soluzioni che devono essere concrete e davvero "chiavi in mano"!



*Salvatore Città,
coordinatore
del Gruppo Gbn*

**“ Il breve
ciclo di vita
dei prodotti
ha stancato
gli utenti finali
che mostrano
un atteggiamento
negativo
nei confronti
della tecnologia ”**