

Il mercato Ict non è in crisi!



di Massimiliano Cassinelli

Secondo Fabrizio Re il problema non è nella richiesta, ma in un'offerta troppo spesso inadeguata

ICT, Irides

13/6/2014

“Il mercato dell'Ict italiano non è in crisi, ma offre numerose opportunità. L'unico problema è che bisogna saperle cogliere”. Fabrizio Re, responsabile commerciale di Irides, ha una convinzione nettamente contrapposta rispetto alla maggior parte degli altri operatori di settore.

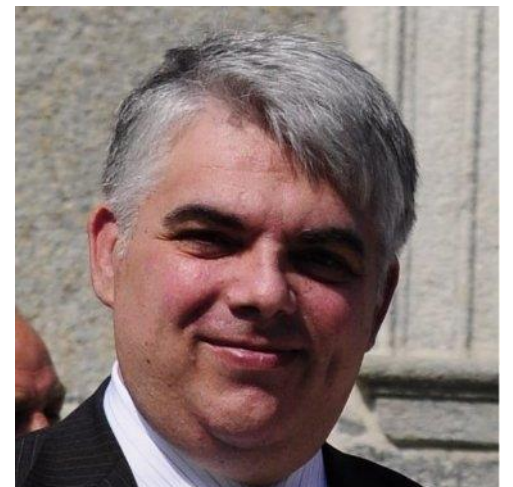
Una convinzione confermata dai numeri della sua azienda: negli ultimi nove anni Irides è passata da due a 15 dipendenti e sabato 21 giugno inaugurerà una **nuova sede a Ponderano, in provincia di Biella**. Si tratta di un investimento economico significativo, ma che Re riassume in poche parole: *“L'edificio in cui operavamo sino a poche settimane fa era ormai troppo piccolo per le nostre esigenze attuali, ma anche per quelle future, in quanto abbiamo un piano di crescita organica per i prossimi anni, poiché abbiamo individuato una serie di nuove opportunità che vogliamo cogliere”.* Quella di sabato, quindi, non vuole essere una cerimonia ufficiale, ma una festa, aperta a tutti, dai collaboratori ai clienti, per celebrare il “trampolino di lancio” per il prossimo futuro.

I **900 m² dell'edificio** suddivisi tra magazzini e uffici, del resto sono già operativi, perché il trasloco è avvenuto progressivamente, sfruttando soprattutto le giornate festive, per evitare qualunque ripercussione sull'attività di vendita e, soprattutto, sul servizio erogato ai clienti.

Padroni della tecnologia

Proprio il servizio al cliente è un concetto sul quale Re ritorna continuamente, perché è il vero valore di Irides: **“Nell'ambito dell'Ict ci sono ancora numerose opportunità di Business, ma è necessario andarle a cercare e, soprattutto, conquistare la fiducia del cliente.** Negli ultimi anni il mercato è cambiato in modo radicale, perché ormai i clienti hanno acquistato i prodotti di cui erano convinti di aver bisogno. Oggi, invece, il vero valore non è nei singoli prodotti, ma nel servizio, che significa consulenza, installazione, assistenza e formazione”.

In un mercato troppo spesso devastato da sedicenti esperti, Irides ha scelto di **scommettere sulla qualità**, nella convinzione che le aziende siano disposte a investire ancora molto in Ict, ma a condizione di avere un ritorno tangibile di quanto acquistato: *“Il mercato ha vissuto una fase in cui c'erano tante singole aziende specializzate in specifiche attività. Questo ha funzionato finché i sistemi sono rimasti indipendenti. Con il tempo le tecnologie sono state chiamate a interoperare tra loro e questo ha favorito la nascita di sedicenti esperti. Realtà che, però, non possedevano autentiche competenze e, quindi, non erano in grado di affrontare installazioni sempre più complesse. Per questo noi siamo cresciuti inserendo singoli esperti, caratterizzati da competenze reali e tanta voglia di crescere. Infatti, quando ci proponiamo a un cliente, lo facciamo con la certezza di sapere davvero integrare le tecnologie che vendiamo, assumendoci tutte le responsabilità del caso e senza scaricare le colpe su un altro fornitore. Questo ci ha portati a essere in grado di proporre un servizio completo per le piccole e le medie aziende, mentre per le grandi ci proponiamo solo con un'offerta estremamente verticale. Purtroppo la deregolamentazione del mercato, con la cancellazione del DM 314/92 e del D L.vo 198/2010, permette a chiunque di operare sulle reti di telecomunicazione, inducendo le aziende ad affidare un'infrastruttura vitale per qualunque Business a realtà prive di autentiche competenze”.* E proprio sulla necessità di una regolamentazione del mercato si è espressa più volte anche Assotel, Associazione Operatori Telefonia & Telematica.



Il prezzo vale il servizio

In un mercato descritto da molti come eccessivamente attento ai costi e alla ricerca del prezzo più basso, una proposta basata sulla qualità e il servizio sembrerebbe perdente. Al contrario i numeri depongono a favore della strategia di Re, permettendo a Irides di **triplicare il fatturato in pochi anni**, in una fase in cui altre aziende stanno chiudendo: *“Ovviamente esiste una fascia di mercato che cerca i prodotti più economici e, per gli acquisti, si rivolge alla Gdo. Si tratta di realtà che non ci interessano, poiché noi non vogliamo vendere a ogni costo, ma offrire un servizio, per fare in modo che l'Ict offra un vantaggio competitivo ai nostri clienti.* Anche per questa ragione nella nuova sede abbiamo creato un'autentica sala corsi in cui formare i nostri clienti all'uso delle nuove tecnologie. Perché il prezzo è importante, ma non è l'unico criterio. Il rapporto di fiducia con il cliente si crea nel tempo e dipende anche dal valore delle nostre persone. Per questo l'attenzione alle esigenze del cliente fa parte dell'approccio di tutti i dipendenti di Irides, che selezioniamo con attenzione, anche al termine di autentici stage formativi.

Anche la PA sceglie la qualità

Puntare sulla qualità del servizio e non sul prezzo potrebbe precludere le opportunità di essere fornitori della PA. Al contrario Irides vanta numerose amministrazioni pubbliche tra i propri clienti. Anche se, per evitare di esporsi eccessivamente dal punto di vista finanziario, l'azienda ha scelto di rinunciare a gare per importi superiori ai 200mila euro. *“Certo”,* ammette Re, *“è un mercato molto difficile e con interlocutori estremamente diversi. Anche perché vengono emessi alcuni bandi assurdi, come accaduto alcuni mesi fa: veniva richiesto un impianto con 11 telecamere, la cui registrazione doveva avvenire su un apparecchio in grado di registrare immagini provenienti solo da 8 telecamere... Ma esistono anche realtà virtuose, con amministratori e tecnici che vogliono davvero il bene della propria comunità e con i quali è possibile confrontarsi per fornire le soluzioni tecniche e operative più adeguate, in funzione delle disponibilità economiche. Le opportunità, quindi, sono numerose, ma occorre essere tutti i giorni sul campo, per comprendere le reali esigenze dei clienti e, soprattutto, per soddisfarle davvero e per conquistare la loro fiducia”.*