



Steve Osler e Dimitri Osler,
Ceo e Cto di Wildix

Wildix: diventate Msp per creare valore di business

È questo il messaggio di Wildix ai system integrator emerso al primo Summit UCC a Barcellona durante il quale i partner sono chiamati dal vendor a trasformarsi in Managed service provider (Msp) abbracciando la specializzazione che da qui in avanti farà la differenza. Annunciati nuovi prodotti

di BARBARA TORRESANI



Wildix, azienda italiana dal respiro internazionale specializzata nel

mercato delle Unified Communication & Collaboration, ha tenuto a metà febbraio il primo Summit UCC per i propri partner, chiamati a raccolta per comprendere come affrontare le sfide di un mercato sempre più competitivo senza soccombere. Di fronte a 450 persone al World Trade Center di Barcellona - dopo 10 edizioni di Convention in Italia - un nuovo punto di partenza nel segno della continuità: al centro sempre i partner di canale in un format esteso da una a due giornate; una due giorni ricca di scenari, novità e formazione, in una cornice non più nazionale ma internazionale come è il nuovo corso aziendale, sempre più orientato a imporsi fuori confine con sedi distribuite in Europa e in Usa. L'edizione statunitense dell'evento, prevista nel mese



di marzo, denota ulteriormente il nuovo tratto dell'azienda fondata dai due fratelli Steve e Dimitri Osler a Trento.

THINK BIG FOR OUR ECOSYSTEM

Un 'pensare più in grande' ben espresso dal 'claim' dell'evento 'We love to Think Big for our ecosystem'. È Steven Osler, Ceo di Wildix a entrare nel vivo del tema cardine della due giorni: il passaggio da semplice rivenditore e system integrator a Managed service provider (Msp), un modello di business 'as a service' a cui si fare sempre più riferimento per restare competitivi sul mercato. Secondo i risultati di un'analisi condotta dall'istituto di ricerche ReportsWeb nei prossimi anni per il mercato delle Unified Communication and Collaboration si prevede una crescita

significativa in molti settori, in particolare, per le UC&C basate su cloud. È in questa direzione che Wildix si sta muovendo e dove vuole portare i suoi partner chiamati necessariamente a trasformarsi: "La storia insegna che sopravvive e non si estingue chi è in grado di adattarsi ed evolvere per continuare a crescere a imporsi sui competitor. La fuori infatti c'è una giungla; un mondo iper-competitivo in cui la lotta si gioca sempre più sul prezzo. È l'effetto Amazon a dettare le regole, disintermediando tra domanda e offerta; rimanere ancorati al vecchio modello della pura rivendita di prodotti è quindi impensabile, la guerra dei prezzi non porta margini né guadagni", sostiene Steve Osler.

LA SPECIALIZZAZIONE FA LA DIFFERENZA

Nel mercato delle UCC le aziende 'zombie' continuano a succhiare sangue fresco ad altre realtà: da una parte ci sono i carrier che vanno direttamente

all'utente finale disintermediando il canale proponendo prodotti di scarsa qualità e basso prezzo, offrendo servizi di telefonia in cui Internet è una commodity, ma anche vendor che propongono prodotti acquisiti da altri vendor senza una ricerca e sviluppo di valore e dall'altra startup di VoiP, piccole e specializzate ma poco avvezze alle dinamiche del mercato, senza una struttura solida alle spalle a garanzia di futuro, destinate a essere acquisite.

Un mondo selvaggio in cui vince chi taglia di più e in cui le vendite non portano margini, dove si punta alla facilità e non alla semplicità di utilizzo come sinonimo di qualità e ricchezza funzionale. Wildix vuole stare fuori da questo ring e spinge i partner non solo a adattarsi per sopravvivere ma a evolvere puntando sulla specializzazione: "Il 100% del business Wildix passa dai partner per questo non ci possiamo permettere che voi falliate. Siamo specialisti e abbiamo bisogno di voi," rimarca Steve Osler.

DALLA LOGICA DI PRODOTTO A QUELLA DEL VALORE DI BUSINESS

Una promessa non un sogno quella che fa Steve Osler fa ai partner che vogliono mettersi in gioco cambiando pelle, trasformandosi in Mps: "Significa diventare parte della soluzione di Wildix; una questione di modello di business non



MERCATO STRATEGIE

Liliana Mandaradoni, nuovo Country Manager Wildix Italia, tra i fratelli Osler

di prodotto e tecnologia. Oggi non ci si rivolge più a un system integrator perché si vuole un nuovo centralino, ma per trovare strumenti in grado di accrescere il proprio business lavorando sui servizi e il valore", sostiene. I system integrator devono quindi evolvere verso un profilo Msp puntando a vendere le proprie competenze come parte integrante della soluzione: un mix di tecnologie e modello di business adeguato che porta business misurabile e tangibile.

LA FORMAZIONE AL CENTRO: I DUE PILASTRI PORTANTI DEL VALORE

In questo disegno, la formazione rappresenta l'elemento cardine utilizzato da Wildix per supportare i partner nel processo di trasformazione in Msp che trova in Unicomm l'elemento differenziante; un nuovo percorso formativo – basato sul modello Wildix Academy ideato nel 2009 da Cristiano Bellumat, Head of Channel Sales Strategy – relativo al valore, dalla sua creazione in fase

NUOVI PRODOTTI NEL PANIERE

Dimitri Osler, Cto di Wildix, svela le principali novità di prodotto su cui la R&D ha lavorato alacremente, facendo perno sul prodotto bandiera WebRTC e tenendo fede a requisiti di semplicità, usabilità e sicurezza by design. In primis, da segnalare Wizyconf, un sistema di web conference professionale, basato sul WebRTC e sul sistema operativo Chrome OS che garantisce sicurezza, usabilità e semplicità. Configurabile in solo 30 secondi, disponibile fino a tre display, Wizyconf è dotato di due webcam, una 4K Ultra HD con autofocus e angolo a 120 gradi e una camera Ptz ad alta risoluzione e con 12x zoom ottico (16x digitale) e utilizza microfoni HD in dotazione negli studi di registrazione musicale, coprendo un'area di circa 60 metri quadri, che possono essere installati sul soffitto e sulla scrivania con un impatto minimo.

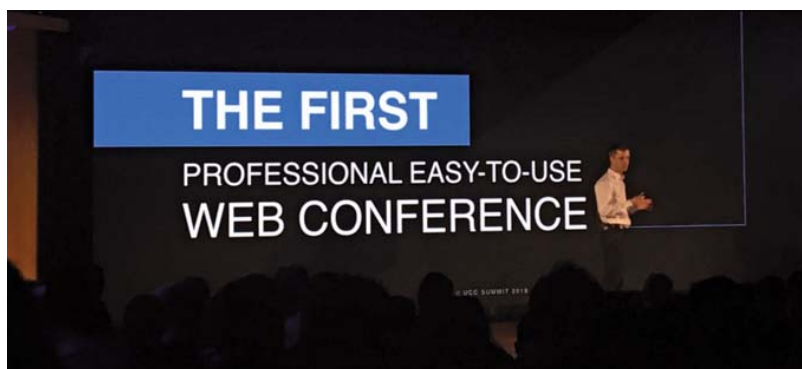
"Una magia nelle mani dei manager: 30 secondi per configurare il sistema; solo un semplice telecomando per accenderlo e creare una conferenza", enfatizza Dimitri Osler.

Una menzione anche per Welcome Console, un telefono a console con tasti per controlli interni ma anche voice mail agenda in grado di controllare fino a 60 numeri interni (moduli aggiuntivi arrivano a controllare fino a 140 collegamenti interni), dotato di due di-

splay e cuffie wireless, e supporto green Ethernet. WAIR-Med ISO 22196 è invece il telefono specificamente progettato per essere utilizzato in ambiente sanitario (ospedali, case di cura e strutture mediche) con un rivestimento antibatterico, senza spazi tra i tasti, che può essere sterilizzato ed è dotato delle caratteristiche tipiche dei dispositivi Wildix (IP65 compliant, supporto audio HD, interfaccia Bluetooth,...).

Nella logica 'mobile first' seguita dal vendor trova inoltre posto la nuova App Collaboration, una chat aziendale dal design elegante e luminoso per conversare, condividere documenti, conoscere lo stato di presenza dei colleghi, utilizzabile su piattaforme iOS e Android.

Le applicazioni mobili Wildix per iOS e Android sono concepite per non perdere una sola chiamata o chat e forniscono l'accesso online alle rubriche aziendali e consentono di gestire le comunicazioni aziendali utilizzando il dispositivo di propria scelta, utilizzando reti WiFi, 3G e LTE pubbliche. Tra le tecnologie innovative a cui il vendor guarda con attenzione dai suoi laboratori di R&D spicca l'Intelligenza Artificiale che trova già applicabilità in alcune proposte aziendali.



BARCELONA. Alcuni momenti del primo Summit UCC per i partner Wildix, chiamati a raccolta per comprendere come affrontare le sfide di un mercato sempre più competitivo

di vendita (value selling) alla sua consegna al cliente nel tempo più breve possibile - secondo il metodo kanban.

Value Selling è una metodologia di vendita che porta alla scoperta del valore dal punto di vista del cliente, utilizzata da grandi aziende IT che Wildix sta adottando e proponendo ai partner per fare 'conversation lead' di almeno il 40% mentre il metodo Kanban (parte della Lean Organization), basato sulla visualizzazione delle task, fa sì che il valore sia consegnato in tempo, consentendo di migliorare l'efficienza aziendale; per Wildix tutto ciò ha voluto dire azzerare i colli di bottiglia e ridurre al minimo i tempi di risposta del supporto tecnico.

"Le figure del canale devono entrare nel business del cliente e capire come renderlo più remunerativo, garantire un ritorno sull'investimento, attraverso le nostre tecnologie e le loro competenze" - spiega Bellumat - "I partner hanno consapevolezza che devono cambiare ma devono ancora fare salto verso un nuovo modello di business".

Una 'formula magica' già adottata da una 'master class' di otto partner in Europa che oggi si dichiarano molto soddisfatti dei risultati raggiunti. Tra i benefici segnalati dai partner saliti sul palco: miglioramento e ottimizzazione dei processi, riduzione di costi, incremento del profitto e dei margini. "Evolvendo con Wildix, da specie in

estinzione potete ambire a diventare una specie dominante, capace di crescere e fare più guadagni puntando al valore; valore che siete e che portate voi intorno alle tecnologie, soluzioni 'fit for purpose' aderenti alle richieste del mercato UCC e non commodity", conclude Steve Osler.

STRATEGIA CHE PAGA

La strategia impostata da Wildix sta dando i suoi frutti. Nel corso del 2018 il vendor ha messo a segno una crescita del 46% rispetto all'anno precedente per un risultato di 16 milioni di euro, centrando gli obiettivi prefissati, con una buona performance in tutte le country, più alta nel mercato Usa, dove si è imposta come vendor innovativo su realtà ancorate a modelli di business datati, in cui cloud e "as a service" hanno la meglio, spostando da una logica Capex a una Opex.

Con un organico di 120 persone, di cui 70 in Italia, filiali distribuite in Europa (a breve è attesa l'apertura di quella spagnola a Barcellona), un Noc a Odessa, oggi Wildix si affida a un ecosistema di circa 500 partner nel mondo. In Italia si contano in totale circa 200 partner (in prevalenza posizionati nel livello Silver), con un focus particolare su circa 70 (nei livelli Gold e Platinum che lavorano direttamente con il vendor UCC), con una visione comune a Wildix.

In particolare, la filiale italiana oggi guidata da Liliana Mandaradoni nel ruolo

di Country Manager Italia (l'annuncio è stato dato nel corso della kermesse catalana), continua a macinare risultati positivi di crescita a doppia cifra e segue i partner nel loro cammino di trasformazione. Alcuni di questi più orientati a una logica cloud ed 'as a service' in grado di sviluppare business Opex (lo scorso anno sono stati organizzati sei roadshow Cloud) rientrano in un 'canale nel canale' di reseller cloud (per loro un'offerta cloud acquistabile da partner Gold e Platinum). Per i partner orientati in questa direzione sono previsti incentivi per tutto l'anno 2019.

Tra i case study di Wildix degni di nota citati sul palco quello di Autostrade per l'Italia (5.000 utenti) ma soprattutto quello Inps che, grazie al partner Vitrociset, fornitore di servizi tecnologici Ict per l'ammodernamento della PA, nell'ambito dell'Accordo Quadro Consip CT7 fornirà le infrastrutture fonia basate per un valore di 7.5 milioni di euro in 4 anni e per 45.000 utenti totali, con la completa migrazione della tradizionale infrastruttura telefonica sull'infrastruttura tecnologica Wildix, che prevede una soluzione integrata di Sistemi Telefonici e UC&C per gestire telefonate, click to call, presence, chat, videocomunicazione, screen sharing, voice e fax mail, rubrica condivisa, storico chiamate in modo integrato tramite smartphone (Android e iOS, tablet, PC e telefono fisso attraverso un unico numero telefonico. La semplicità dell'utilizzo dell'applicazione offerta da Vitrociset, l'interfaccia utente web based e l'elevata sicurezza dell'architettura e dei protocolli di comunicazione forniti dai sistemi Wildix consentono a ogni utente di accedere facilmente a qualsiasi funzione, anche la più avanzata.

