

MARKETING E INDIRETTA

Il nuovo canale di Sophos

Forum online, un programma di canale inedito, incontri con i dealer. La società specializzata in sicurezza illustra le azioni che guideranno la sua attività sul canale nei prossimi mesi

di Francesco Marino

Fresco di nomina a channel and marketing director di Sophos Italia, **Fabio Buccigrossi** traccia le linee guida dell'attività marketing e di canale di Sophos che punta sul nuovo programma di canale, il contatto diretto con i rivenditori e un'acquisizione importante.

◀ **Fabio Buccigrossi,**
channel and
marketing director
di Sophos Italia



Quali saranno i tre principali punti di forza del marketing Sophos nel 2009?

«Le iniziative marketing di Sophos nel 2009 si consolideranno in ambito community e saranno sempre più orientate all'utilizzo di canali social media; questo, tuttavia, senza prescindere da una serie di attività tradizionali sviluppate negli anni attraverso cui continuare a supportare i processi di business aziendali. A partire dall'anno scorso Sophos ha consolidato i propri rapporti con partner e clienti con l'obiettivo di trasferire al mercato, attraverso iniziative congiunte, il valore di un'adeguata cultura della sicurezza informatica. Tra queste, hanno riscosso un importante successo in termini di affluenza e attenzione ai temi trattati le tappe del Sophos Italia Tour, ciclo di seminari realizzato nelle più importanti città italiane, organizzato in collaborazione con alcuni dei nostri partner. In queste occasioni abbiamo avuto il

piacere di ospitare le testimonianze di alcuni nostri clienti che hanno presentato i vantaggi scaturiti dall'adozione delle nostre soluzioni all'interno delle loro organizzazioni. Il messaggio che intendiamo canalizzare, invece, attraverso i social media, è relativo al valore aggiunto dato dall'utilizzo di tecnologie di sicurezza all'avanguardia, che permettono una navigazione Web sicura. Tra le iniziative di maggior risalto vi è la messa online di una serie di video di interesse generale che spiegano i rischi che si possono correre sottovalutando il tema della sicurezza informatica dando, nel contempo, la possibilità all'utente di scaricare gratis le soluzioni Sophos. Riteniamo in tal modo di promuovere concretamente la consapevolezza degli utenti, proponendo anche risposte efficaci che permettano di utilizzare al meglio e in sicurezza le potenzialità offerte dalla rete. Sophos è, infine, sempre più presente, in modo critico e analitico, in forum di discussione online dedicati alla sicurezza informatica: riteniamo, infatti, sia proficuo un confronto competente e costante con esperti del settore».

Nel 2009 verrà lanciato il nuovo programma di canale. Quali sono i capisaldi di questa iniziativa?

«Il nuovo programma di canale sarà lanciato a breve: ritengo sia un importante segnale che Sophos intende lanciare ai propri partner, soprattutto in termini di investimenti pianificati, in un anno in cui le risorse a livello mondiale sono pressoché bloccate. Il programma è stato sviluppato a seguito di un'approfondita analisi del settore, tenendo conto delle precise richieste del mercato. Si baserà su un approccio di relazione modulare con i nostri partner, i quali avranno a disposizione nuovi e immediati strumenti multimediali grazie ai quali sarà resa ancora più efficiente ed efficace la partnership, oltre a un budget dedicato per la promozione di iniziative marketing congiunte e per la propria formazione».

Tre buoni motivi per cui un rivenditore dovrebbe fare business con Sophos?

«Sophos propone un modello di business che affianca a un'offerta di tecnologia innovativa servizi di consulenza e di supporto continuativo. Innanzitutto, siamo in grado di offrire alle imprese una protezione a 360° grazie a una piattaforma di

offerta completa che va dalle soluzioni antivirus e antispam fino al controllo degli accessi e alla protezione dei dati sensibili: questo permette all'azienda di avere un unico interlocutore e di ottenere una riduzione dei costi. Le nostre soluzioni sono state progettate per essere utilizzate con semplicità, disponendo di un'interfaccia intuitiva. Infine, i nostri clienti dispongono di un servizio di supporto tecnico attivo sette giorni su sette in lingua italiana cui rispondono operatori qualificati in grado di guidare l'utente verso la migliore soluzione alle proprie esigenze».

Quali sono le aree di business da cui Sophos si aspetta di più nel 2009?

«Le aree dove finora abbiamo maggiormente sviluppato il nostro business sono quelle relative alla sanità e alla PA. Nel 2009 il nostro obiettivo è quello di consolidare le posizioni raggiunte negli anni scorsi, focalizzandoci su aree strategiche legate in particolare al settore bancario e rivolgendoci alle Piccole e medie imprese».

Qual è la valenza strategica dell'acquisizione di Utimaco?

«Utimaco è leader mondiale nel mercato della Mobile data protection. A conferma di ciò, negli ultimi quattro anni, ha sempre assunto il ruolo di leader nel Magic Quadrant di Gartner. La sua acquisizione completa l'offerta di Sophos con una tecnologia che permette di crittografare i dati sensibili. Spesso si incorre infatti nell'errore di pensare che le minacce possano arrivare solo sotto forma di attacchi informatici dall'esterno; in realtà, spesso ci si dimentica che i pericoli per le imprese possono arrivare anche a causa di comportamenti incauti di dipendenti e collaboratori, oppure per situazioni non prevedibili come, per esempio, nel caso in cui dispositivi mobili - chiavette Usb, palmari o laptop - vengano persi o rubati con tutto il loro contenuto. La crittografia dei dati sensibili sta diventando sempre più rilevante e per la protezione del proprio patrimonio di informazioni. L'offerta congiunta Sophos-Utimaco va quindi nella direzione di soddisfare completamente le esigenze delle imprese che vogliono evolvere, crescere e consolidare i propri obiettivi».

PER INFORMAZIONI

Tel. 02.91.18.08 - www.sophos.it