

## Dal prodotto alla soluzione completa

EdsLan sta puntando su tecnologie che sposano il concetto di VoIP avanzato.

1 «La nostra offerta VoIP - ha affermato **Franco Altieri**, IP telephony and security



area manager di EdsLan - è molto estesa e copre diversi ambiti. Nel nostro portfolio VoIP rientrano brand come Snom, Swyx (nella foto), Funkwerk-Elmeg, Polycom, Topex, AudioCodes, Patton e altri ancora». L'obiettivo è proporre soluzioni di Unified communication & collaboration offrendo tutta la consulenza necessaria in fase di pre vendita ai clienti e ai futuri partner.

2 «Ciò vale - ha spiegato Altieri - sia in termini di affiancamento durante la progettazione, sia in termini di formazione tecnico commerciale, soprattutto per gli installatori che non hanno particolare esperienza nel VoIP e nell'Ucc. Offriamo anche un supporto per il post vendita: erogiamo servizi di assistenza tecnica su tutte le tecnologie VoIP offerte e corsi di certificazione per buona parte dei nostri vendor».

Le aziende produttrici di tecnologie VoIP non devono limitarsi al proprio prodotto, ma devono completare l'offerta per offrire soluzioni integrate e complete di Ucc.

3 «Il VoIP - ha precisato Altieri - deve essere proposto come una soluzione. Se il vendor non riesce a fornire in modo autonomo tutta la tecnologia hardware e software, deve creare alleanze in grado di integrare l'offerta. Tra i nostri vendor, per esempio, Swyx ha certificato le soluzioni di mediagateway di AudioCodes. Il fatto che i vendor si autocertifichino tra loro è una garanzia sia per il cliente sia per il distributore e l'installatore».



www.eksaiip.it

## Un modello con costi e guadagni chiari

Grazie a un recente accordo, la strategia commerciale di Eksaip sarà imperniata sulle soluzioni di Innovaphone.

1 «L'esperienza accumulata in questi anni - ha commentato



**Diego Peretti**, sales manager di Eksaip - ci ha fatto capire come nel mercato della telefonia siano fondamentali partnership con un solido background tecnologico. Innovaphone dal 1997 sviluppa soluzioni IP native caratterizzate da un solido sistema operativo, servizi, stabilità, flessibilità e scalabilità. Tutta la gamma prodotti è caratterizzata da bassi consumi».

Il VoIP richiede competenze approfondite in fatto di networking e di connettività.

2 «Da qui la scelta - ha spiegato Peretti - di creare una divisione di servizi ai rivenditori (4iP), in grado di appropiare tutte le componenti di un'infrastruttura VoIP. Quindi, un modello no-risk con costi e guadagni chiari e la garanzia della

corretta implementazione dei prodotti. Inoltre, c'è la possibilità di accedere a un servizio consulenziale per incrementare le opportunità di business con integrazioni e altre soluzioni».

I partner Eksaip devono guardare oltre la comunicazione telefonica e la sua manutenzione, devono spostare l'attenzione su una nuova serie di strumenti che consenta ai loro clienti di essere più efficienti e competitivi e che li faccia risparmiare.

3 «Devono - ha affermato Peretti - capire e creare nuovi fabbisogni attraverso l'analisi della realtà del cliente, avendo alle spalle la sicurezza e l'esperienza di un'azienda in grado di affiancarli in questo processo propositivo».



Eksaip

## Prodotti innovativi per ambienti virtuali

Il principale obiettivo di Enterasys è rendere sempre più sicure le soluzioni di telefonia IP e di unified communication. Grazie alla stretta relazione con Siemens Enterprise



Communications, questo concetto si applica alle soluzioni UC del Gruppo, portando allo sviluppo di integrazioni innovative. Più in generale, grazie al costante riferimento agli standard, l'intelligenza delle infrastrutture Enterasys può essere facilmente coniugata con qualsiasi soluzione VoIP.

1 «La massima evoluzione di queste caratteristiche - ha affermato **Matteo Baroni**, sales manager Nord Italia di Enterasys - si trova nella nuova offerta di switch S-Series (nella foto). Con questa famiglia di classe terabit abbiamo rivoluzionato il networking innalzando il livello di compromesso tra funzionalità avanzate, prestazioni e competitività dei costi». Le soluzioni della società hanno un enorme valore aggiunto:

garantiscono la sicurezza degli ambienti virtuali e convergenti senza aumentarne la complessità e i costi di gestione.

2 «Il punto fondamentale della nostra strategia di vendita - ha spiegato Baroni - è fare in modo che l'utente finale comprenda subito quali sono le caratteristiche che distinguono e rendono innovativi i nostri prodotti». I partner devono avere la consapevolezza che offrono un servizio fondamentale per qualsiasi infrastruttura virtualizzata.

3 «È necessario - ha precisato Baroni - che abbiano un elevato know how e una precisa conoscenza tecnica delle nostre soluzioni, poiché devono illustrarne al meglio le funzionalità e proporsi come validi consulenti».

