

L'innovazione come missione

La 3G Electronics è stata fondata nel 1969. Oggi inaugura la nuova Demo Room per supportare i partner nel promuovere il trinomio prodotto-soluzione-servizi, ultimo capitolo di un continuo rinnovamento.

■ La storia di 3G Electronics, azienda milanese specializzata nella distribuzione di prodotti professionali, è un buon esempio di resilienza. Interpretare il cambiamento del mercato con un atteggiamento positivo è una capacità caratteristica delle aziende consolidate, che vivono a lungo.

3G Electronic è prossima ai 50 anni di attività, un traguardo che soltanto le aziende resilienti sanno raggiungere.

Un'azienda in continua evoluzione, sempre 'work in progress', per seguire i ritmi imposti dal mercato che negli ultimi anni hanno registrato una tale accelerazione da richiedere profondi cambi di mentalità. Questo articolo presenta la nuova Demo Room realizzata in sede a Milano e spiega quale percorso 3G Electronics ha intrapreso in questi ultimi anni.

«La decisione di allestire una nuova Demo Room – ci spiega Maurizio Vacca – è parte dell'ultimo processo di trasformazione compiuto dalla nostra azienda, nata nel 1969 come distributore di pura componentistica elettronica professionale. Dall'inizio degli anni duemila le cose sono profondamente cambiate: ora ci rivolgiamo a due segmenti di mercato, Control Room e Digital Signage, dove la capacità di elaborare soluzioni chiavi in mano e la fornitura di servizi correlati fanno la differenza. Lo strumento Demo Room è necessario, per noi e i nostri partner».

«Il vantaggio di avere quasi cinquant'anni di esperienza alle spalle – aggiunge Andrea Pepe – si traduce nel conoscere profondamente come si è evoluta la distribuzione video negli anni, passando dall'analogico al digitale, con l'IP che sta diventando una concreta realtà. Aggiungo anche il fatto che da una tecnologia alla successiva, il periodo di transizione è sempre piuttosto esteso. Basti pensare che nelle Control Room, ancora oggi, coesistono spesso tutte le tipologie dei segnali. Aver vissuto l'evoluzione in prima persona aiuta a soddisfare le richieste dell'utente finale per trovare una soluzione efficace. Anche per questo motivo abbiamo



sviluppato applicativi software ad hoc, necessari ad un'integrazione più efficace e facilitata, che colma lacune non supportate dai produttori».

Le tappe precedenti

In questi decenni, 3G Electronics ha percorso tre tappe fondamentali, cambiando pelle ogni volta. Si è rivolta soprattutto al mercato video professionale con la distribuzione della componentistica elettronica e successivamente dei prodotti Matrox, dal 1974 al 1995 circa. L'azienda, inoltre, ha contribuito in modo determinante all'affermazione in Italia del brand Matrox nel mercato consumer, negli anni

1995/2000. Quindi ha condiviso il cambio di rotta intrapreso da Matrox, tornando a lavorare nel mercato professionale. In questo periodo ha preso forma la convinzione che i mercati con prospettive alettanti e a portata di mano sarebbero potuti essere due: Control Room e Digital Signage.

«Oggi sembra quasi scontato dirlo, ma anche queste scelte strategiche derivano dall'aver capitalizzato le esperienze passate, dai rapporti di fidelizzazione costruiti nel tempo con i nostri partner e dal lavoro svolto nel rappresentare i brand per dare sempre il massimo – commenta Maurizio Vacca. A Matrox, da sempre il nostro riferimento, all'inizio del secolo abbiamo aggiunto due brand significativi nel Digital Signage: BrightSign e Net Display System. Ad esempio, con BrightSign siamo stati avvantaggiati dal fatto che l'allora Sales Manager e oggi Vice Presidente di BrightSign, nell'esperienza precedente lavorava in Matrox: per questo conosceva bene 3G Electronics e la serietà del lavoro svolto. I rapporti costruiti nel tempo ci hanno sempre favorito, anche quelli con i nostri partner che consigliavano sul nascere le opportunità dei nuovi mercati. La terza tappa della nostra evoluzione ci vede come distributore a valore aggiunto, da qui la necessità di realizzare la nuova Demo Room».

Distributore a valore aggiunto

Durante il decennio 2005/2015 il mercato è cambiato molto: il passaggio dalla vendita 'del solo' del prodotto a quello della soluzione chiavi in mano, ha richiesto un cambio di mentalità sfidante. «Così 3G Electronics diventa un distributore a valore aggiunto – spiega Andrea Pepe. Oltre all'hardware ci siamo organizzati a sostenere il partner durante l'installazione, gestire l'assistenza on-site, organizzare attività di pre-sale. Per raggiungere questo obiettivo abbiamo ragionato in anticipo pensando a tutti i servizi complementari che avremmo potuto offrire, cogliendo il suggerimento dei nostri partner che ci rappresentano sul territorio: 3G Electronics, infatti, non vende direttamente all'utente finale, una buona abitudine che non tutti condividono».

Nella pratica quotidiana, l'Azienda sviluppa un know how orientato sempre di più ai



Maurizio Vacca,
Direttore Vendite.



Stefano Gallo Gorgatti,
Direttore Operativo.



Andrea Pepe,
Direttore Tecnico.

servizi: ciò non significa aggiungere alla struttura esistente una divisione dedicata, ma interpretare il lavoro quotidiano sempre più nell'ottica del binomio soluzione-servizio, per accrescere il valore aggiunto.

Pochi brand, selezionati secondo il criterio dell'eccellenza

«3G Electronics è stata fondata da mio padre Luigi nel 1969 – ci racconta Sergio Gallo Gorgatti, attuale presidente di 3G Electronics. All'inizio, l'attività comprendeva un pacchetto di aziende europee e americane, la maggior parte gestite in rappresentanza, altre in distribuzione. Ad esempio: Raytheon per le microonde; Ultra, specializzata nei connettori; Vero, contenitori per l'installazione a rack e Datel, moduli di conversione analogico-digitali, che avevo suggerito a mio padre dopo averla scoperta durante la mia tesi di laurea in ingegneria».

«Pochi ma buoni: è sempre stato il nostro obiettivo, prodotti speciali e sofisticati, aggiunge Sergio Gallo Gorgatti. Non abbiamo mai avuto paura di entrare in un mercato nuovo quando eravamo convinti che il prodotto poteva avere un buon potenziale, anche se il produttore era agli inizi. Contava molto anche il rapporto umano e personale. Ad esempio, ricordo che Matrox quando incontrai uno dei due fondatori, in Europa alla ricerca dei distributori, era proprio agli inizi e aveva come sede un piccolo laboratorio. Anche questa è stata una scommessa».

«All'epoca il mercato era in espansione – conclude Sergio Gallo Gorgatti – con il nostro lavoro anche i brand rappresentati hanno registrato una crescita rilevante. Un ricordo su tutti: con Matrox in Italia all'epoca della scheda grafica Millennium avevamo conquistato una quota di mercato europea del 20%; un risultato eclatante».



Sergio Gallo Gorgatti,
Presidente 3G Electronics.

Soluzioni con CMS, per facilitare la gestione dei contenuti



■ *«Il Digital Signage rappresenta una soluzione di elevato potenziale – ci spiega Maurizio Vacca. Per avere successo deve essere sviluppata davvero su misura per il cliente perché la difficoltà non sta nella visualizzazione dei contenuti ma nella loro gestione, un elemento critico e variabile. Con l'innesto di Wallin avvenuto nel 2015 ora possiamo garantire ai nostri partner soluzioni CMS diversificate, adatte sia a piccole installazioni da gestire manualmente che a soluzioni di una certa dimensione, articolare su più sedi. Proponiamo due versioni: Wallin One, la più semplice e Wall Sign basata su cloud. Le due versioni sono state sviluppare dando per scontato che in quelle aziende non c'è un IT Manager ma esperti di marketing che devono utilizzare questo strumento. Wallin rappresenta un'altra pietra miliare di 3G Electronics perché adesso possiamo affrontare progetti di diversa natura, di livello e dimensioni molto più ampie rispetto a prima».*

Demo Room e Digital Signage

«La Demo Room è utile per comprendere facilmente cosa è possibile fare con la soluzione che proponiamo – aggiunge Andrea Pepe. I potenziali clienti non sono esperti del settore e le nostre presentazioni potrebbero apparire anche fumose, restando sulla carta. Invece, diventa vincente riprodurre in Demo Room la soluzione esattamente come la stiamo proponendo, farla vedere e provare. Quando possibile, invitiamo addirittura i clienti a portarsi i propri contenuti, li aggregiamo fra loro e presentiamo il risultato finale. I nostri partner, che guidano la trattativa con il cliente finale, grazie a Wallin, sono diventati più competitivi perché possono accedere a mercati dove in precedenza lavorava soltanto chi aveva sviluppato una propria piattaforma o accedeva a cloud molto costosi. Il mercato si è allargato, è in crescita: i contatti ci sono e questa per noi è una sfida».

Come distributore a valore aggiunto la proposta di 3G Electronics per il Digital Signage si articola su brand selezionati e specializzati: BrightSign e NDS (Net Display System), con il CMS di Wallin.



3G Electronics Srl
Via C. Boncompagni 3B -20139 Milano
3gelectronics@reg.it
www.3gelectronics.it

Matrox Mura: affrontare la transizione verso l'AV over IP



■ «Le soluzioni per Control Room – ci spiega Maurizio Vacca – devono assicurare un funzionamento H24, esprimere un'affidabilità totale. La nostra Demo Room per la Sala di Controllo utilizza il sistema Matrox Mura che proponiamo come soluzione; l'installazione comprende anche il servizio di manutenzione on-site per garantire un'operatività senza interruzioni».

«Se da un lato rispetto al Digital Signage siamo facilitati – commenta Andrea Pepe – perché il nostro interlocutore è l'IT Manager, quindi preparato tecnicamente, dall'altro garantire ogni volta la perfetta integrazione con i mondi esterni è una bella scommessa, perché oltre all'IP e ai segnali digitali abbiamo ancora quelli analogici. Per questo abbiamo creato piccole applicazioni per l'operatore di una Control Room; per assicurare la perfetta l'integrazione e garantire quell'anello che unisce diversi mondi. In questa Demo Room abbiamo messo a frutto l'esperienza e il bagaglio di conoscenze maturate in decenni di lavoro nel mercato del video professionale».

Problem solving nel DNA

«Durante una demo – puntualizza Maurizio Vacca – spesso il cliente fa particolari richieste: bisogna avere le idee chiare per proporre la giusta soluzione

perché non gli stiamo presentando un progetto già realizzato sulla carta. È prioritario fornirgli subito una dimostrazione pratica che soddisfi la sua esigenza. Avere una storia alle spalle e tanta esperienza significa aver affrontato tanti casi ed elaborato le soluzioni dedicate; il nostro atteggiamento è orientato la problem solving, quindi alla capacità di individuare la soluzione più efficace, rapidamente».

Verso l'AV over IP

«La sfida che ci attende – conclude Andrea – è una sfida importante che affronteremo con Matrox, con cui collaboriamo dal 1981. Il mercato chiede di innovare le soluzioni e la risposta è quasi certamente l'AV over IP. Nel frattempo bisogna sviluppare soluzioni ibride con diverse tipologie di segnali, dove accanto all'AV over IP sono richiesti almeno i segnali digitali se non addirittura anche quelli analogici. Una fase di transizione non breve che richiederà tempo perché avremo diverse Control Room da rinnovare, con la necessità di mantenere in uso tutta una serie di apparecchiature non recenti con i relativi segnali».