L'INTERVISTA

Sharp: insieme ai dealer, per ribadire la leadership di Solution Provider

L'ingresso di Foxconn ha determinato un cambio di passo. Obiettivo: diventare entro il 2020 uno dei primi tre brand del mercato, sviluppando ancora di più la capacità di co-progettare con il canale soluzioni uniche.

Carlo Alberto Tenchini, Direttore Marketing e Comunicazione di Sharp.

ISE 2017 rappresenta per Sharp un evento importante, molto più importante del solito. Alla fiera di Amsterdam, Sharp ha svelato le prime novità, che appartengono al nuovo corso determinato dall'alleanza strategica con la taiwanese Foxconn, capace di garantire una capacità produttiva e un supporto finanziario di primo livello. Ne abbiamo parlato con Carlo Alberto Tenchini, Direttore Marketing e Comunicazione di Sharp.

«A ISE abbiamo presentato una quantità importante di nuovi prodotti; – esordisce Carlo Alberto Tenchini – *ci consentiranno di rafforzare il ruolo di Solution Provider che in questi anni abbiamo conquistato sul mercato. Ancora più importante per il futuro è la spinta che l'alleanza con Foxconn potrà imprimere a Sharp: dalla definizione del concept al prodotto disponibile sul mercato l'intervallo sarà molto breve: un cambio di passo che si tradurrà in un gran contributo».*

«L'obiettivo dichiarato da Sharp e Foxconn è preciso – aggiunge Tenchini – *diventare uno dei primi tre player sul mercato entro il 2020. Per far questo bisogna sviluppare prodotti e soluzioni ma, soprattutto, incrementare la capacità di vendita: oltre ai mercati di nicchia, dove Sharp è un brand di riferimento, vogliamo diventare attraenti ed affermarci anche nel mainstream. Abbiamo combinato la capacità di Foxconn con la competenza e il potente R&D di Sharp per entrare con forza nel mercato e acquisire il diritto di diventare una scelta strategica per il canale».*

La gamma dei prodotti

«Tre sono le aree principali alle quali si rivolge Sharp: Soluzioni Full Signage, Corporate collaborativo/interattivo e Ambienti didattici, con l'aggiunta del nostro capitale umano, una risorsa capace di alzare l'asticella della qualità – sottolinea Tenchini. *Nel corso di quest'anno presenteremo una linea completa di monitor dotati di una piattaforma hardware molto performante, flessibile, con soluzioni SOC, slot mini OPS, software embedded per soluzioni di digital signage e sistema operativo Android on chip. A ISE abbiamo mostrato il monitor per videowall più grande del mercato, da 70 pollici, riaffermando un primato che avevamo già conquistato con il modello da 60 pollici. Sul fronte dei Big Pad i messaggi sono due: introduzione di una gamma dedicata a collaborazione e interattività e il concetto Paper Pen. La tecnologia deve essere bella e facile da usare, altrimenti non la sfrutti abbastanza. Per aumentare la già elevata user experience dei Big Pad nei nuovi modelli, quando usi la penna interattiva per scrivere sullo schermo, hai la sensazione che stai scrivendo sulla carta. Ecco, è questo, in sintesi il punto di forza di Paper Pen».*

Il capitale umano

«Oltre a queste novità – prosegue Carlo Alberto Tenchini – *ci tengo a sottolineare una peculiarità, che appartiene all'identità di Sharp Italia: in questi anni abbiamo imparato insieme ai nostri collaboratori a costruire soluzioni per garantire valore al mercato, creando punti di contatto fra gli utenti finali e la nostra tecnologia, sperimentano gli ambienti di utilizzo. Ad esempio: abbiamo ristrutturato un co-working a Verona, un posto dove giovani e non giovani in un ambiente condiviso lavorano, e fanno attività molto diverse fra loro. All'interno di questo ambiente sono disponibili soluzioni di collaborazione, digital signage e communication, anche una web TV e una web radio; le strutture sono mobili, per posizionarle a seconda dell'utilizzo. Il percorso del nostro lavoro è articolato su tre step: imparare dai clienti le loro esigenze, sviluppare insieme a loro la soluzione, valorizzare la user experience. Così si crea un team fra noi e chi progetta soluzioni, per avere successo in mercati molto verticali: l'Esercito Italiano sta utilizzando il nostro Big Pad interattivo montato in una struttura robotizzata e trasportabile, che hanno battezzato Battle Pad; lo adoperano a scopo addestrativo nelle Brigate Operative e in Accademia Militare».*

«Inoltre – aggiunge Tenchini – *da quest'anno i nostri prodotti sono diventati smart, abbiamo aperto l'architettura di sviluppo a terze parti. L'obiettivo è dare a system integrator e dealer un range di prodotti e applicazioni a valore aggiunto. Anche in questo caso il capitale umano di Sharp è importante, siamo in grado di ragionare in un modo flessibile perché abbiamo un nutrito portafoglio di partner che mettiamo a disposizione dei nostri clienti. Avere uomini che riescono a capire cosa ha bisogno l'utente finale non è banale».*

I nuovi servizi

Sharp è impegnata nello sviluppo in diversi ambiti: IoT, Smart Office, Document Solutions, Servizi IT, ecc. *«Costituiranno nuove linee di business per il nostro canale* – sottolinea Tenchini. *Inoltre, con l'attività One Sharp stiamo coinvolgendo i dealer anche in tavoli di lavoro: sviluppiamo progetti condivisi. Ad esempio, il gruppo impegnato nel tavolo sui servizi di assistenza tecnica ha definito il documento Sharp Care, distribuito al canale. Abbiamo altri tavoli di lavoro attivi, anche sulla visione del business nel medio periodo. Fra le novità, vorrei ricordare il servizio di videoconferenza brandizzato e un portale di servizi IT dedicati ai dealer, per una gestione autonoma e sicura dal punto di vista della privacy».*

Immaginiamo il futuro

L'alleanza strategica con Foxconn porterà, come possiamo immaginare, benefici significativi oltre le possibili previsioni, non soltanto per l'ampliamento della gamma di prodotti. *«Abbiamo un progetto, del quale non posso ancora fornire dettagli specifici* – conclude Tenchini – *che stiamo mettendo a punto: portare in Italia un centro per lo sviluppo delle nuove tecnologie applicative di Foxconn; ci consentirebbe di avere un gruppo di lavoro fatto di persone con età e professionalità diverse che potrà pensare a come sfruttare tecnologie non ancora implementate ma già disponibili».*