# SB Italia, intervista al CEO Massimo Missaglia

10 Novembre 2015 Scritto da Giovanni Corti

2
G+1
2
G+ Condividi
1
Mi piace
Condividi
1
Tweet
Pin it

Intervistiamo **Massimo Missaglia, CEO di SB Italia**, che ci racconta gli sviluppi del **mercato** IT e le tendenze per il 2016 in ambito PMI ed enterprise.

**- Quali scenari e quali opportunità intravedete per il segmento della piccola e media impresa?**

Le aziende di dimensioni più grandi, se mai si sono fermate, sono ripartite, mentre la crisi ha rallentato lo sviluppo dei progetti a livello di piccola e media impresa italiana. C'è un altro elemento che non gioca a favore di questa ripartenza e riguarda la difficoltà, da parte dei nostri potenziali clienti, ad accedere ai finanziamenti. Lavorando con le grandi aziende questo problema non rappresenta una criticità, ma con realtà più piccole, per esempio con 10 - 15 postazioni di lavoro, l'argomento diventa di primaria importanza.

**- Quali saranno i trend e le applicazioni di riferimento per il 2016?**

Faccio una piccola variante di una mia opinione da condividere. Se parliamo di PMI, sto trovando che i vecchi modelli di budget stanno un po' svanendo. La mia impressione è che non si stia ragionando su budget, ma che si lavori in base alle opportunità. Soprattutto aspettando, stando guardare la partenza. La mia impressione è che i piccoli e medi interlocutori non stanno lavorando su budget, sanno di non essere in linea con le necessità dell'azienda da un punto di vista ICT, ma aspettano la partenza dell'anno nuovo, per osservarne l'andamento e, sulla base di quello, decidere come comportarsi. Il problema è quello di comprendere le reali necessità di implementazione ICT all'interno dell'azienda. La mia impressione è che le aziende non hanno una visibilità sui nuovi trend, sanno di avere un problema e appena si accorgono che l'andamento è positivo investono. Qui subentra il problema dell'accesso ai finanziamenti, tipico dei meccanismi bancari per il mondo IT. Le piccole imprese non riescono ad accedere ai finanziamenti perché spesso non passano il "credit check". Abbiamo dei progetti SAP Business One pronti da far partire, con l'imprenditore consapevole che deve farlo, però stentano a partire a causa delle difficoltà di accesso al credito. Sempre ragionando sulla logica che non esiste un budget, ma una necessità, se parliamo delle piccole imprese le necessità maggiori sono il sistema informativo, che tipicamente è molto vecchio. Questo perché sono anni che non investono, il sistema di reporting e l'infrastruttura, in alcuni casi, si trovano su server dimenticati in uno sgabuzzino, senza sistemi di backup e senza sistemi di ridondanza. Queste sono le tre aree dove le aziende sanno di avere problemi: ERP, la business analytics (che non hanno) e l'infrastruttura.

**- Come viene recepito dalle aziende SAP Hana?**

Dipende dalle dimensioni dell'azienda, Hana ha una potenzialità enorme sul segmento delle medie imprese. In questo momento stiamo lavorando su proposte Hana con SAP Business One dove esiste un certo numero di utenti e un certo numero di dati da gestire. Hana è un'opportunità importante da cogliere perché è un ulteriore tassello in grado di completare una soluzione che sicuramente può avere un effetto positivo sul mercato, che mi permette di partire con una dimensione ridotta, sapendo che posso continuare a crescere senza dover cambiare sistema. Questo è un vantaggio notevole per l'azienda.

**- Come SB Italia, quali risultati avete raggiunto nel medio periodo? Quali difficoltà intravedete?**

Noi stiamo andando bene, cresciamo a due digit anche quest'anno e siamo contenti dei nostri risultati. Le difficoltà maggiori sono sulla quantità di lavoro, perché per poter crescere sul mercato occorre sviluppare elevati tassi di produttività, decisamente superiori al passato. Tra le criticità, la necessità di individuare le aziende che hanno recepito il vantaggio dell'IT e che se lo possono permettere. In sostanza diventa cruciale osservare attentamente il mercato e le realtà del territorio, per individuare le aziende che hanno necessità di sviluppare un progetto e i fondi necessari per portarlo a compimento.

**- Esistono dei settori più recettivi?**

Secondo me è più una questione di dimensione, che non di segmento di mercato. Le aziende medio - grandi investono più delle medio - piccole. Più in generale ho visto che le aziende più grandi stanno soffrendo un po' di meno, probabilmente grazie alla capacità di andare all'estero e di affrontare i mercati internazionali.

**- Voi gestite tre macro aree: un'area mondo soluzioni, un'area mondo infrastruttura e un area mondo outsourcing. Quali sono le aree che sono andate meglio e per cui pensate ci sarà uno sviluppo più interessante?**

In questo momento le aree stanno crescendo un po' tutte. L'infrastruttura per me è un requisito. Se non si ha la giusta infrastruttura non funziona nulla, mentre gli applicativi aiutano nei processi di business e l'outsourcing è, a tutti gli effetti, un modus operandi. Forse, le aree alle quali le aziende devono fare più attenzione sono quelle riguardanti le applicazioni e l'outsourcing, che diventano strategiche per trarre il massimo beneficio dall'IT.

Nell'approccio della vendita sulla piccola - media impresa è fondamentale che chi vende sia in grado di spiegare l'opportunità alle aziende, perché spesso si vende la tecnologia e non il vantaggio che questa comporta. Il focus nella relazione con il cliente deve essere quello di spiegare i vantaggi e di fare un'azione di cultura, per portare il potenziale cliente a una piena comprensione. In questo, le software house e gli operatori dell'ambito IT dovrebbero essere più capaci di spiegare il valore che la soluzione porta all'interno dell'azienda. Se l'imprenditore capisce l'opportunità e i relativi vantaggi, investirà certamente.