

Distributori

La componentistica passa da Avnet



La divisione Acc ha quintuplicato il business in neanche due anni e oggi si presenta al mercato con un portafoglio d'offerta ampio e variegato

[Claudia Rossi](#)

14 Ottobre 2008

Servizi post vendita e consulenza commerciale, sono questi i cardini su cui deve ruotare l'offerta di un distributore di componentistica se vuole continuare a prosperare sul mercato. È questa l'opinione di Salvatore Riontino, responsabile di Avnet Computing Components, divisione di Avnet che, nel giro di un anno e mezzo, ha visto lievitare il fatturato da 3 milioni e mezzo di euro ai 15 previsti per gennaio 2009.

«A questa crescita a tre cifre - sottolinea il manager - ha contribuito soprattutto il brand Amd, cui ci lega una forte partnership a livello europeo, ma che in Italia non avevamo efficacemente messo a frutto».

Oggi la componentistica del vendor californiano contribuisce per il 40% sul giro d'affari di Acc, che vede nel portafoglio d'offerta altri nomi di spicco del settore, brand come Hitachi (di cui detiene il 40% del mercato), Kingston (di cui detiene l'11), Seagate (di cui detiene il 7), Maxstore, Toshiba, Trascend e molti altri.

«La crescita nei risultati di business - continua Riontino - è stata ottenuta attraverso un pesante lavoro sul customer database che ci ha permesso di prendere a bordo alcuni clienti interessanti. La partecipazione a eventi come i Solution Tour organizzati da Amd ci hanno, poi, permesso di incrementare la visibilità sul mercato, avviando contatti importanti».

E proprio la dimensione del contatto umano rappresenta per Riontino un aspetto fondamentale a supporto del business. *«Tra due mesi - continua il manager - saremo pronti con un sito di e-commerce, ma continuiamo a credere che la possibilità di operare telefonicamente sia per i dealer un fattore di particolare importanza, soprattutto per chi cerca consigli».* Alla valorizzazione del fattore umano, Riontino aggiunge, poi, altri due punti di forza dell'offerta Acc: la logistica, resa efficiente dalla centralizzazione del magazzino e delle politiche d'acquisto, e uno stock adeguato, che garantisce tempi di consegna entro le 24 ore.

