

Focelda rafforza il canale ICT con una strategia integrata di relazioni e innovazioni

Data: Invalid Date | Autore: Redazione



Portare sul territorio competenze, relazioni e strumenti capaci di trasformarsi in opportunità di business per il canale. È il percorso con cui **Focelda SpA, azienda attiva da oltre 40 anni nella distribuzione di prodotti informatici e nello sviluppo di servizi e soluzioni ICT**, affianca rivenditori, dealer e system integrator nello sviluppo della loro attività. Una strategia che combina prossimità, ascolto e innovazione per rendere più semplice l'accesso alle tecnologie, migliorare la qualità del servizio e sostenere la competitività del mercato.

Questo impegno prende forma attraverso un modello integrato di presenza capillare sul territorio: la rete di Cash&Carry offre disponibilità immediata, promozioni dedicate, eventi e formazione in-store; commerciali e teleseller assicurano supporto diretto, con servizi pre e post vendita personalizzati; la piattaforma e-commerce consente di gestire gli acquisti in autonomia e **personalizzare l'esperienza online attraverso servizi dedicati**. **A completare il modello è un'organizzazione commerciale basata su Business Unit verticali, che consente di rispondere alle esigenze dei diversi segmenti di mercato con competenze specialistiche e un'offerta mirata.** A questi strumenti si aggiungono iniziative marketing e programmi di canale pensati per creare opportunità di business aderenti alle esigenze dei clienti.

Con questa visione e approccio è stato ideato l'evento **CONNECT 2026**, svoltosi il 24 settembre scorso alla Masseria Roseto di Benevento, l'incontro che ha reso visibile questo modello di prossimità: l'evento ha infatti riunito vendor, dealer, rivenditori, system integrator e professionisti ICT in una giornata di confronto su evoluzione tecnologica, strategie dei produttori e nuove occasioni di collaborazione. Un appuntamento concepito non come episodio isolato, ma come parte di un percorso che Focelda intende sviluppare su scala nazionale.

NNECT nasce per creare connessioni durature sul mercato, sviluppando valore per la rete distributiva e per i nostri partner. In un'unica giornata abbiamo messo in relazione più di 15 partner tecnologici con oltre 100 aziende clienti coinvolte, offrendo loro l'occasione di conoscere opportunità di mercato e strategie dei vendor. Focelda continuerà a promuovere eventi di questo tipo su tutto il territorio nazionale per portare tecnologia, innovazione e visione di business in diverse parti d'Italia, trasformando le connessioni in relazioni che valgono nel tempo", **afferma Valeria Guerrieri, responsabile marketing di Focelda.**

Lo sviluppo del canale passa anche dalla capacità del distributore di rendere più efficaci e reattivi i propri processi. **In un percorso più ampio di ricerca, sviluppo e automazione,** Focelda sta applicando l'intelligenza artificiale al procurement attraverso lo **Human Plus AI Operating Model**, una metodologia che definisce obiettivi, livelli di automazione, responsabilità decisionali e criteri di misurazione, mantenendo le persone al centro delle scelte.

"Innovare per noi è fondamentale quando consente di migliorare processi che incidono direttamente sul servizio ai clienti. È quanto stiamo facendo, ad esempio, nel processo di acquisto: basandoci sul framework di AI management Human Plus AI Operating Model, uno dei sistemi realizzati ad esempio è il Buyer Assistant, che permette di integrare dati provenienti da fonti eterogenee e di elaborare più di 50 indicatori, comprese previsioni e serie storiche, per proporre al buyer un ordine ideale insieme al rationale che lo sostiene. La persona può accettarlo o correggerlo e dedicare più tempo a scoprire nuovi brand, negoziare con i fornitori e costruire un'offerta più precisa. Questa innovazione permette di aumentare il livello di supporto ai buyer, abbassando il tasso di errore e rendendo le operazioni più rapide: il risultato è una gamma più ampia di prodotti, una migliore disponibilità di magazzino a parità di rischio e costi e, allo stesso tempo, un rapporto più consapevole con i fornitori", **spiega Guido Brosca, Direttore Tecnologie e Automazione Intelligente di Focelda.**

Relazioni sul territorio e innovazione interna diventano così due leve della stessa strategia: la prima permette di comprendere da vicino bisogni e potenzialità dei clienti, la seconda offre velocità, precisione e continuità operativa. Per rivenditori e system integrator significa poter contare su un interlocutore che mette in relazione domanda e offerta, facilita il dialogo con i vendor e accompagna lo sviluppo commerciale con assortimento, disponibilità, competenze e iniziative dedicate. **A questo si affianca la capacità di supportare partner e system integrator nella progettazione e realizzazione di soluzioni personalizzate, dalla fornitura hardware a progetti tecnologici più articolati, installazione e manutenzione sul territorio nazionale.**

Focelda SpA opera dal 1983 nel mercato ICT, con un modello che integra distribuzione, importazione, assemblaggio e produzione interna, assistenza, progettazione e system integration. L'azienda presidia il territorio nazionale attraverso **sedi territoriali e Cash&Carry, forza commerciale, e-commerce e canali di vendita specializzati**, affiancando rivenditori, dealer, partner e system integrator con un ampio portafoglio di brand, competenze verticali e servizi tecnici e consulenziali. **L'investimento in ricerca e innovazione completa questo modello, con l'obiettivo**

di sviluppare processi e soluzioni capaci di generare valore per i clienti e per il mercato.

CONNECT 2026 conferma questa vocazione e apre una nuova fase di appuntamenti dedicati alla crescita condivisa dell'ecosistema ICT in tutta Italia.

Articolo scaricato da www.infooggi.it

<https://www.infooggi.it/articolo/focelda-rafforza-il-canale-ict-con-una-strategia-integrata-di-relazioni-e-innovazioni/155938>

