

Incontro con Marco Rodolfi, presidente di Twt, società che lo scorso anno ha fatturato 98 milioni. L'offerta a grandi e medie imprese

«Noi, veri sarti delle telecomunicazioni»

Un interlocutore per telefonia, Internet e progetti web

Diego Luigi Marin

● Piccole aziende crescono. Anche in un mercato difficile e competitivo come il settore delle telecomunicazioni. È il caso della milanese Twt che, da rivenditore, in 10 anni ha conquistato lo status di carrier. «Mettendo a segno - sottolinea Marco Rodolfi, presidente della società - una crescita costante della capacità d'offerta, degli asset e dei servizi. E quasi decuplicando in un lustro il giro d'affari, giunto nel 2005 alle soglie dei 98 milioni di euro». Cosa c'è alla base di questo sviluppo?

«Agiamo come sarti delle tlc e, soprattutto, ci concentriamo su precise nicchie offrendo servizi chiavi in mano con elevati contenuti di personalizzazione e in tempi assai rapidi, grazie anche a una struttura di customer care sempre attiva e pronta a rispondere a ogni richiesta».

A quali target vi rivolgete?
«Grandi e medie imprese rappresentano il core business, garantendo circa il 30% del fatturato. Il resto deriva dalle attività di altre due divisioni, dedicate rispettivamente ai rivenditori, una trentina in tutta Italia, e ai grandi operatori di tlc nazionali e internazionali, per la compravendita di traffico telefonico. I reseller si appoggiano a noi per configurare la propria offerta, dalle carte prepagate alla rivendita di traffico ai phone center».

Oggi cosa chiede il mercato delle imprese?

«Un unico interlocutore per la telefonia, Internet e i servizi a valore aggiunto. E un'unica bolletta che elimini i canoni dell'ex monopolista. Insomma, costi chiari e sempre sotto controllo, insieme alla qualità del servizio: con la formula "All Inclusive" garantiamo tutto questo. Il corollario d'offerta rappresenta un ulteriore punto di forza: dalle reti private virtuali ai numeri non geografici, dall'hosting e housing nella nostra nuova server farm di 3mila metri quadrati alle soluzioni di gestione delle politiche di sicurezza aziendali (con installazione di firewall, intrusion detection e controllo del traffico), dal progetto di siti web agli strumenti di e-mail marketing».

Quali novità a breve?

«Oggi l'e-mail è divenuto, per ogni azienda, un componente chiave della comunicazione. Ed è importante che questa sia sicura: stiamo perciò lavorando al servizio di posta elettronica certificata. Sul fronte dei domini Internet, invece, la novità è la registrazione degli indirizzi con suffisso .eu, che le imprese titolari di marchi registrati possono già prenotare».

In cosa consta la vostra infrastruttura tecnologica?

«Abbiamo consolidato le due precedenti in un'unica centrale telefonica a Milano. Possiamo contare su Pop a Parigi, Londra e in altre città europee. Continuiamo a reinvestire gli utili nello sviluppo dell'infrastruttura e, una volta trasferiti nella nuova sede, intendiamo puntare su centrali esclusivamente dedicate ai servizi Ip (fonia, video e dati su Internet)».

Quali altri progetti per alimentare la crescita?

«Guardiamo al mercato europeo, con l'intenzione di replicare il modello della rete di rivenditori creata in Italia, che possono accedere via web alla nostra piattaforma tecnologica per configurare da sé i servizi proposti alla loro clientela, gestendo a 360 gradi le linee che vi sono attestate e i relativi addebiti. Costituire una struttura all'estero è il primo presupposto. Quest'anno riteniamo di poter crescere ancora in doppia cifra, con l'obiettivo di raggiungere un fatturato di 125 milioni».



PAROLA D'ORDINE: RISPARMIARE
Computer sul tavolo di lavoro di un'impresa italiana. Grandi e medie aziende garantiscono circa il 30% del fatturato di Twt. Il resto deriva dalle attività di altre due divisioni, dedicate rispettivamente ai rivenditori, una trentina in tutta Italia, e ai grandi operatori di tlc nazionali e internazionali, per la compravendita di traffico telefonico. Twt si rivolge a coloro che puntano a ridurre i costi di tlc sfruttando l'accoppiata composta da telefonia e Internet

SCENARIO

Migliorare i processi del business

Valentina Giuli

● Convergenza, flessibilità e controllo dei costi. Sono questi i punti-cardine attorno ai quali si muovono le aziende nella scelta dei servizi e delle soluzioni Ict. Secondo una ricerca condotta da Idc, per conto di Cisco Systems e BT, su nove Paesi, inclusa l'Italia, il 75% delle aziende hanno intenzione di migrare verso una rete di comunicazione convergente. Primo obiettivo la riduzione dei costi telefonici, seguita dall'aumento di flessibilità e di produttività e dal miglioramento dei processi di business. In Italia la diffusione della banda larga ha favorito la convergenza e l'abbattimento dei costi. L'Osservatorio Thinktel ha rilevato che il 56% delle Pmi con più di 10 dipendenti dispone del collegamento a larga banda e i benefici sono direttamente proporzionali al numero di anni trascorsi dall'adozione. Elemento fondamentale per sfruttare al meglio l'investimento è l'integrazione tra infrastrutture, contenuti e servizi. I servizi sono dei catalizzatori dei benefici dell'infrastruttura. Per esempio la videocomunicazione e il VoIp (voice over Internet Protocol) sono resi possibili dall'integrazione tra banda larga e Ip. Sempre secondo sull'Italia meno del 20 delle imprese utilizza sistemi distinti di gestione del traffico dati-voce, il 39% prevede nel futuro prossimo di ricorrere all'utilizzo del VoIp. La scelta del provider viene fortemente condizionata da due fattori: i costi di outsourcing e la competenza. Le aziende chiedono di avere prove

TUTTE LE OPZIONI

Formula «All Inclusive» per abbattere i costi

Francesca Lojola

● «La fonia su protocollo Ip può diventare una scommessa: le incognite per le aziende non mancano e trovare i partner giusti non è semplice». Un avvertimento, quello del presidente di Twt, Marco Rodolfi, che suggerisce cautela alle imprese nella scelta, diretto in particolare a chi insegue il risparmio a tutti i costi: «Meglio affidarsi a operatori di consolidata esperienza, a scampo di brutte sorprese. Del resto, oggi i tradizionali gestori di tlc stanno riguadagnando terreno rispetto ai newcomers». Gli stessi

che l'onda montante del Voice over Ip ha contribuito a moltiplicare, ma la cui avanzata si scontra, sul mercato professionale, con l'affermarsi di offerte voce e dati tutto compreso, inserite in un più ampio contesto di servizio. «Come avviene con la nostra formula "All Inclusive" - sostiene Rodolfi - che va ben oltre le tipiche offerte VoIp, assicurando alle aziende un sistema di tlc articolato, che

Gestione del «traffico» a 360 gradi e rilevazione dei tentativi di accesso

integra linee di back-up e che garantisce tutta la necessaria sicurezza».

Il solo prerequisito per il VoIp, che può subito portare al definitivo distacco dall'ex monopolista, è rappresentato da

una connessione a banda larga, con ampiezza garantita di almeno 64 Kb. La tecnica di trasporto della voce cambia, ma i numeri telefonici e gli apparecchi in uso possono restare gli stessi. «Con le nuove tecnolo-

gie - conferma Rodolfi - si può operare anche mantenendo i centralini di vecchia generazione. Però, se l'azienda decide di rinnovare totalmente le proprie dotazioni, il consiglio è puntare direttamente su impianti e terminaleria VoIp "nativi": se ne giova la qualità e soprattutto si spalancano le porte a una nutrita serie di servizi avanzati, a cominciare dalla videokonferenza». Il cliente tipo, cui si offre di ridurre i costi di tlc sfruttando l'accoppiata composta da telefonia e Internet, è rappresentato dall'azienda di medie e grandi dimensioni, con filiali o dipendenze sul ter-

TWT

Telecomunicazioni ad alta velocità.

TWT offre servizi di comunicazione tagliati su misura per ogni realtà aziendale: soluzioni integrate di telefonia fissa e Internet, con allacciamento diretto alla rete TWT; banda larga; reti VPN; firewall; hosting/housing; registrazione domini; siti web ed email marketing... un'offerta completa e un unico interlocutore per aziende che credono nella comunicazione.

Quante cose potete fare con TWT!

◆ TWT partecipa alla regata di apertura del Circuito Farr 40 2006: appuntamento il 30 marzo a Saint Tropez

Ascoltare, capire, comunicare.

800.192.800
www.twt.it



AL VERTICE Marco Rodolfi

Quali fattori condizionano la scelta del provider

ritorio, con le quali necessita di comunicare in modo integrato. «In questi casi - sottolinea il presidente di Twt - la soluzione più indicata consiste in una rete privata virtuale (Vpn) che da un lato consente di mettere in rete più sistemi e, dall'altro, garantisce sicurezza e protezione dei dati. La formula "All Inclusive" permette di chiamare telefoni fissi e mobili in Italia e fuori, di spedire fax, e pure di navigare sul web in contemporanea, nonché di scambiare messaggi di posta elettronica».

A questa proposta Twt lega comunque un servizio su misura e, soprattutto, un ampio ventaglio di opzioni, che spaziano dall'ottimizzazione dell'infrastruttura e dei collegamenti al web design. L'accesso dell'azienda al network del gestore milanese può avvenire secondo diverse modalità, dalla preselezione automatica in centrale dell'operatore (la cosiddetta carrier preselection) all'allacciamento diretto. Rispetto alla sicurezza, il servizio può tradursi in una gestione a tutto tondo, con installazione di firewall, filtri di accesso sugli indirizzi Ip, controllo del traffico internet e rilevazione dei tentativi di intrusione. E vi si possono anche aggiungere valenze applicative, dallo sviluppo di sistemi di content management alle campagne di Internet marketing.

tangibili della capacità di gestire grandi volumi di traffico e di garantire la continuità dei processi, specialmente durante la fase di innovazione. Passaggio che le grandi realtà preferiscono effettuare gradualmente, mentre le piccole in un solo processo. Una volta avviato il processo innovativo la priorità assoluta è data alla stabilità e alla capacità di individuare in tempi brevi eventuali guasti in rete, per procedere alla riparazione immediata. I servizi di availability delle informazioni e di business continuity sono i più richiesti perché garantiscono alle aziende una produttività crescente. Negli ultimi anni gli It manager stanno dando molto peso, secondo una ricerca condotta da Icm Research per conto del Virtual Network Operator Vanco, alla copertura geografica, che addirittura si colloca, nella classifica delle priorità, al secondo posto, anche davanti a capacità di servizio e affidabilità della rete. Cresce la complessità e con essa anche la percezione dell'importanza dei service provider e della possibilità di dare in outsourcing la gestione del sistema di comunicazione. Secondo Icm dal 2005 a oggi il numero di It manager che non si occupano più della gestione diretta delle reti Wan (Wide Area Network) è passato dal 19 al 30%. Segno che le imprese sono pronte al cambiamento e all'innovazione, sta ai fornitori di servizi offrire ai potenziali clienti soluzioni su misura.