



Oltre al contenuto

Sebbene i server multimediali domestici gestiscano un'ampia varietà di contenuti di intrattenimento digitale (video, musica, giochi, materiale multimediale personale come foto e video amatoriali) e offrano quindi notevoli opportunità di vendita di sistemi di memorizzazione, gli integratori di sistemi non devono ignorare le crescenti opportunità di servizio correlate alla memorizzazione di contenuto digitale in ambito residenziale. Queste opportunità includono backup, gestione di metadati, ottimizzazione di sistemi, vendita di contenuto e differenziazione delle soluzioni di memorizzazione.

Opportunità di servizi correlati alla memorizzazione per integratori di sistemi

Sondaggio tra utenti di computer nel giugno 2007

- Il 31% degli utenti non esegue il backup dei dati perché ritiene che sia un'operazione troppo tecnica.
- Il 39% degli utenti teme di perdere le proprie foto digitali, mentre il 12% ha paura di perdere i dati finanziari.
- Sebbene per il 33% degli utenti il contenuto sul computer non abbia prezzo e il 22% affermi che vale più di 1.000 dollari, quasi la metà di questi utenti non ha mai eseguito un backup.

Suggerimento di vendita

I clienti possono offendersi se si utilizza in modo aggressivo la paura come tattica di vendita. Nella maggior parte dei casi è sufficiente una semplice domanda affinché i clienti realizzino l'importanza del contenuto e siano invogliati a richiedere una soluzione di memorizzazione di backup.

Backup

La memorizzazione di più copie di dati importanti è stata tradizionalmente considerata come un'opportunità di servizio di memorizzazione rivolta agli uffici. Oggi la richiesta di questi servizi proviene in crescente misura da utenti privati.

Come prevedibile, gli integratori affermano che questa richiesta deriva dal maggior uso di contenuto memorizzato digitalmente, quale film, video, musica e foto. In media un server dedicato alla gestione di musica oggi utilizza 500 GB di spazio di memorizzazione, mentre un tipico server multimediale è caratterizzato da una capacità di 3 TB. Con l'aumentare della quantità di contenuto personale memorizzato sui server domestici, i clienti richiedono soluzioni di backup per non rischiare di perdere tali dati.

La paura di perdere ricordi personali, sotto forma di foto e video che spesso hanno richiesto ore di montaggio e di elaborazione, o i film e la musica preferiti è per i consumatori un forte incentivo a implementare soluzioni di memorizzazione di backup. Queste soluzioni presentano due opportunità di profitto per gli integratori: vendita di hardware (unità disco aggiuntive) e servizi che consentano ai clienti di eseguire il backup periodicamente in modo efficiente e affidabile.

Spesso gli integratori non approfittano delle opportunità di vendita di servizi di backup, in quanto tradizionalmente la vendita ai clienti di servizi a lungo termine non è uno dei loro punti forti. Nella maggior parte dei casi, infatti, gli integratori preferiscono concentrarsi sulle vendite associate alla parte iniziale del progetto e ignorare offerte di servizi che potrebbero generare redditi continui a lungo termine. La vendita di soluzioni di backup è la risposta perfetta, in quanto consente agli integratori di smettere di tralasciare opportunità di fatturato e allo stesso tempo di offrire ai consumatori un servizio importante.

Se lasciato in mano agli utenti, il backup viene raramente eseguito in modo effettivo o periodico. Gli integratori più intraprendenti si stanno indirizzando verso servizi che eseguono il backup automatico dei dati degli utenti. Alcuni integratori hanno scelto di eseguire il backup di tutti i dati localmente su un dispositivo NAS con capacità di parecchi terabyte, mentre altri hanno preferito utilizzare fornitori di servizi di memorizzazione basati sul Web. La maggior parte degli integratori ritiene tuttavia che i consumatori non si fidino delle soluzioni di memorizzazione basate sul Web e preferiscano eseguire il backup dei dati localmente.

Indipendentemente dall'approccio scelto, gli integratori che vendono servizi di backup indicano che i clienti sono soddisfatti e assistono al proliferare di account che generano continui profitti, rafforzando così la stabilità finanziaria della loro società.

Gestione di metadati

Il contenuto digitale deve essere organizzato e l'utilizzo di metadati rappresenta un metodo efficace per conseguire questo obiettivo. Il settore musicale è stato uno dei primi ad associare metadati al contenuto digitale, al fine di migliorare l'esperienza dell'utente, ma molti consumatori non sanno che i metadati possono aiutarli a organizzare e gestire tutto il contenuto digitale e non solo la musica. Ciò diventerà sempre più importante con l'aumentare del volume del contenuto generato dagli utenti.

Gracenote è stato uno dei leader nel campo della gestione dei metadati nel settore musicale, con clienti come iTunes, Yahoo, Escient, Yamaha e Philips. Gracenote ha iniziato a proporre soluzioni e prodotti per la gestione di metadati destinati a contenuto generato dagli utenti, ad esempio foto e video, che consentiranno di migliorare notevolmente l'interazione dei consumatori con il contenuto. Gli integratori possono ricoprire un ruolo importante nella gestione dei metadati, aiutando i clienti a sfruttare al massimo le soluzioni di memorizzazione e allo stesso tempo incrementando la propria redditività.

Ottimizzazione di sistemi

In genere gli integratori che vendono computer includono nei sistemi software per il rilevamento di virus, spyware e malware. Analogamente, gli integratori che vendono soluzioni di memorizzazione dovrebbero includere pacchetti software per l'ottimizzazione dei sistemi. Un esempio è dato dalla soluzione offerta da Clean Machine, che consiste in un programma che offre servizi di ottimizzazione sul PC del consumatore utilizzando il personale tecnico del rivenditore in grado di fare osservazioni e arrivare a conclusioni non ottenibili mediante software.

Servizi come quelli offerti da Clean Machine risultano sempre più preziosi in considerazione dell'enorme incremento di contenuti digitali dei consumatori. Gli integratori che non offrono soluzioni di ottimizzazione dei sistemi rischiano di generare malcontento tra i clienti, in quanto con il tempo le prestazioni delle soluzioni di memorizzazione vengono compromesse dall'accumularsi di dati digitali spuri, dalla presenza di dati ridondanti e file residui e dalla frammentazione.

Vendita di contenuto

Quando i consumatori acquistano la prima soluzione di memorizzazione digitale, tendono naturalmente ad incrementare le attività di utilizzo e produzione di contenuto. L'indirizzamento dei clienti verso fornitori affidabili di contenuto risulta redditizio sia per il cliente che per l'integratore. MusicGiants è una delle tante società che offre questo tipo di servizio. Il loro punto vendita per il commercio elettronico software può essere installato sui PC e viene integrato in soluzioni di memorizzazione digitale da società quali iMerge, Xperienet, inteset, NiveusMedia e Crestron.

I consumatori possono acquistare musica, nonché foto e video ad alta definizione, direttamente da MusicGiants. Se l'integratore che ha installato il sistema è un rivenditore di MusicGiants, riceverà commissioni per tutti gli acquisti effettuati dal cliente presso MusicGiants a tempo indeterminato. Questa è per gli integratori un'ulteriore opportunità, che consente di offrire un servizio utile ai clienti e allo stesso tempo creare un flusso di entrate aggiuntivo.

MusicGiants è uno dei fornitori di contenuto con le migliori relazioni di canale, ma sono disponibili anche altre fonti tra cui Napster, Amazon, MusicMatch, Netflix, Audible, MovieLink, iStockphoto e CinemaNow. Queste società mettono a disposizione dei consumatori metodi creativi per l'accesso a contenuto, in noleggio o mediante acquisto, e gli integratori devono incominciare a stabilire relazioni con questi fornitori di contenuto e a integrarne i siti nelle proprie soluzioni se desiderano massimizzare le opportunità di fatturato.

Differenziazione delle soluzioni di memorizzazione

Sebbene oggi i sistemi di memorizzazione ricoprano un ruolo importante nella vita digitale dei consumatori, e continueranno a farlo per lungo tempo, gli integratori hanno notato che i consumatori non danno l'importanza necessaria a tali sistemi. È fondamentale tenere in considerazione il fatto che ai consumatori non interessano i dettagli tecnici delle unità disco, ma sono piuttosto interessati a determinare come possono utilizzare il sistema di memorizzazione acquistato.

Questa situazione rappresenta un'interessante opportunità per gli integratori e i produttori che operano nel mercato dei sistemi di memorizzazione digitale per uso privato. Un mercato in cui i consumatori non percepiscono una grande differenza tra i vari prodotti offre numerose opportunità per posizionare soluzioni che includono sistemi di memorizzazione in grado di catturare una particolare quota di pubblico e rafforzare l'identità del proprio marchio.

Tutti gli integratori riconoscono che la migliore tattica per debellare questo atteggiamento apatico consiste nell'educare i consumatori. Infatti, una volta instaurato un dialogo con i clienti, gli integratori assistono a una trasformazione dell'atteggiamento, da apatico a interessato, nel momento in cui i consumatori iniziano a comprendere l'impatto che i sistemi di memorizzazione possono avere sulla loro esperienza interattiva con il contenuto.

Educazione dei consumatori

Gli integratori indicano i seguenti quattro fattori tecnici di differenziazione come quelli ritenuti più importanti dai clienti:

- **Affidabilità.** Si tratta decisamente del fattore più importante. Gli integratori sono certi che un'affidabilità dimostrata consente di incrementare la vendita di soluzioni di memorizzazione. I consumatori ritengono fondamentale la disponibilità di garanzie di affidabilità superiore.
- **Semplicità di manutenzione.** La semplicità di manutenzione periodica della soluzione di memorizzazione da parte dell'integratore è uno dei principali fattori di differenziazione. Gli integratori possono, ad esempio, offrire come servizio la creazione e l'invio tramite e-mail di rapporti contenenti informazioni quali temperatura operativa, capacità di memorizzazione e/o messaggi di errore a dimostrazione della qualità superiore della propria soluzione. L'impiego di unità hot-swap o warm-swap è un altro fattore importante che consente agli integratori di offrire ai clienti una manutenzione più efficiente in caso di problemi.
- **Assenza di surriscaldamento.** Poiché nelle installazioni digitali domestiche le soluzioni di memorizzazione sono spesso situate all'interno di rack di grandi dimensioni contenenti diverse apparecchiature, la temperatura operativa risulta essere un fattore critico. Le soluzioni di memorizzazione che producono una quantità eccessiva di calore vanno ad aggiungersi ad altri dispositivi che generano calore, ad esempio amplificatori audio, e causano un aumento della temperatura del sistema, incrementando la possibilità di guasto delle apparecchiature.
- **Funzionamento silenzioso.** La rumorosità durante il funzionamento è una caratteristica estremamente importante per le soluzioni di memorizzazione installate in salotti, camere da letto, soggiorni e altre stanze della casa. Gli integratori hanno scoperto che le dimostrazioni comparative sono un metodo molto efficace.

È tuttavia necessario diffondere nel modo più ampio possibile queste informazioni e, a tal fine, integratori e produttori devono collaborare per educare i clienti in modo che sappiano riconoscere il valore offerto dalle soluzioni di memorizzazione e differenziare tra soluzioni superiori e semplicemente mediocri.

Gli integratori e i produttori orientati al futuro stanno già capitalizzando sulle tendenze emergenti nel mercato del contenuto di intrattenimento digitale precedentemente descritte. Questi hanno infatti ascoltato attentamente le richieste dei consumatori e stanno creando opportunità e soluzioni di memorizzazione a lungo termine specifiche per i vari tipi di contenuto emergenti dalle nuove tendenze.

I produttori di soluzioni di memorizzazione che si concentrano sui quattro fattori tecnici di differenziazione precedentemente descritti e che, al contempo, educano consumatori e integratori relativamente a tali problematiche, hanno la possibilità di affermarsi in modo significativo sul mercato e creare un'identità di marchio sinonimo di qualità superiore, che consentirà loro di posizionare i propri prodotti in una fascia di prezzo alta.

Autore

Roland Graham è il direttore di NASBA Digital Home, un'associazione di integratori di sistemi digitali domestici (www.nasbadigitalhome.com). Graham è inoltre fondatore e produttore dirigente di www.HDHomes.tv, una piattaforma video online che offre alle aziende soluzioni di marketing e comunicazione per tutte le loro esigenze video basate su Web.

Per ulteriori informazioni sui prodotti offerti da Seagate per lo stile di vita digitale, visitare il sito Web all'indirizzo www.seagate.com

**Numero verde: 00 8004 SEAGATE (732 4283)
(numero fisso: 001 405 324 4714)**