

computer BUSINESS

PER CHI DIRIGE IL FUTURO

ITALY

Indice IFIT

Maggio 2009

64,9

review

Maggio 2009

Alberto Bevilacqua
RIM Italia

edizioniBIG
BUSINESS INNOVATION GROUP

A portata di mano

COLLABORARE
PER CONOSCERE
E PER CRESCERE

LE NUOVE TECNOLOGIE
NEL SETTORE
DISTRIBUTION & RETAIL

RISCHI E CONTROMISURE
DA ADOTTARE
NEL MOBILE OFFICE

PER PERSONE

Origine ed evoluzione di un oggetto che ha contribuito al cambiamento nei comportamenti di molta gente (tra cui un certo Obama...)

IN MOVIMENTO

DI **GIANCARLO MAGNAGHI**

Feedback: redazione-cbr@edizionibig.it

RIM (Research In Motion) è una multinazionale canadese che in 15 anni di vita è cresciuta in modo impetuoso, cavalcando la diffusione delle tecnologie che hanno rivoluzionato e ancora stanno rivoluzionando il mondo intero e il modo di vivere e di lavorare delle persone: la telefonia mobile, Internet, il mobile office e ora il Web 2.0.

Il marchio BlackBerry (nome corrispondente al frutto della mora) è considerato universalmente sinonimo di mobile office, è il *brand* con il più veloce tasso di crescita e compare negli elenchi dei marchi più illustri, come *Interbrand best 100 Global Brands* e *Brandz Top 100 Most Powerful Brands*.

Non contenta del successo nel mercato del mobile office e degli smartphone aziendali, RIM è entrata con decisione anche nel mercato consumer, e ha già conquistato il primo posto nella classifica degli smartphone più venduti negli Stati Uniti, lasciando al secondo posto iPhone di Apple.

Per conoscere meglio questa azienda che incarna il "sogno americano", abbiamo intervistato **ALBERTO BEVILACQUA**, *CARRIER RELATIONSHIP DIRECTOR DI RIM ITALIA*.

Un po' di storia

COME È NATA E COME SI È SVILUPPATA RIM?

RIM nasce nel 1984 nella cittadina di Waterloo (Ontario), che ospita un'università rinomata nel campo dell'ingegneria e delle telecomunicazioni. Il fondatore di RIM, **Mike Lazaridis** era uno studente dell'università di Waterloo che nel 1984 iniziò a progettare e a produrre nel garage di casa alcuni tra i primissimi moduli per le trasmissioni wireless e i pager per la messaggistica testuale (simile agli SMS) che tanto successo ebbero in Nord America prima della diffusione della telefonia cellulare. Alla fine degli anni '90, RIM integrò per la prima volta la messaggistica dei pager con la posta elettronica, che nel frattempo si stava diffondendo tra i manager nelle aziende, sempre in viaggio, e nacque così il **BlackBerry**, di cui sono stati festeggiati i primi dieci anni nello scorso gennaio.

Da allora RIM continuò a crescere velocemente, tanto che oggi conta 12.000 dipendenti in tutto il mondo e il personale è in continuo aumento, anche in questo momento di crisi in cui le altre aziende riducono il personale.

Questa continua crescita è avvenuta

grazie alla strategia di allargare progressivamente il mercato target: dapprima solo i manager delle grandi aziende, poi tutto il personale sul campo delle aziende di ogni dimensione e infine anche il mercato consumer. Contemporaneamente l'offerta si è ampliata e si è evoluta al di là della semplice posta elettronica fino a comprendere, con l'apporto di applicazioni anche di terze parti, sales force automation, work force automation, CRM, integrazione con le applicazioni aziendali, telefonia, applicazioni multimediali e Web 2.0.

Nell'anno fiscale 2009, che si è chiuso a fine febbraio, RIM ha raggiunto i 25 milioni di utenti dei servizi BlackBerry, di cui il 33% al di fuori del Nord America, superando tutte le stime degli analisti. In queste statistiche non compaiono i clienti che acquistano gli smartphone BlackBerry senza usufruire dei servizi di messaggistica; infatti, nel fiscal year 2009 sono stati venduti 26 milioni di smartphone, portando a 50 milioni il numero totale di apparecchi venduti.

Il fatturato è arrivato a 11 miliardi di dollari US, con un aumento dell'84% rispetto al fatturato dell'anno fiscale

precedente, pari a 6 miliardi di dollari. Dalla sua fondazione, RIM ha quasi raddoppiato ogni anno il proprio fatturato, mantenendo un elevato livello di profitto, ed è quotata sia alla borsa di Toronto che al NASDAQ.

COM'È ORGANIZZATA RIM?

RIM ha il quartier generale in Canada (dove conta anche dei centri di produzione), uffici commerciali in tutto il mondo e centri di ricerca in Canada e negli Stati Uniti (Florida). Poiché RIM segue con notevole attenzione il mercato europeo, ha aperto un centro ricerche a Bochum, in Germania, per studiare prodotti e servizi ottimizzati per il mercato europeo.

RIM distribuisce i propri prodotti soprattutto attraverso i principali operatori di telefonia mobile. La strategia di allearsi con gli operatori di telefonia mobile fu una scelta vincente poiché permise di accedere immediatamente a un grande mercato utilizzando potenti reti di vendita specializzate, e di fornire un ottimo servizio con soddisfazione reciproca dei clienti finali, degli operatori e di RIM.

I servizi sono venduti sia attraverso abbonamento che con schede prepagate.

Modelli per tutti i gusti e per ogni esigenza

QUALI SONO I PRINCIPALI PRODOTTI?

Il portafoglio prodotti di RIM comprende tre linee di smartphone BlackBerry, dotati alcuni di tastiera QWERTY e altri di schermo touch screen e tastiera virtuale, per accontentare tutti i tipi di utenti.

Infatti, per chi deve scrivere molto è più pratica la tastiera tradizionale, mentre il beneficio dello schermo touch screen sta nel fatto che quasi tutto lo spazio del terminale è utilizzabile per visualizzare le informazioni sullo schermo: pagine web, mail, documenti office, immagini, filmati, giochi. Quin-

di la tastiera tradizionale è più adatta all'utenza aziendale mentre il touch screen è più adatto al mercato consumer. Noi li offriamo ambedue poiché il nostro obiettivo è quello di semplificare la vita delle persone sia nella vita lavorativa che nella vita privata.

Il prodotto classico è rappresentato dalla linea aziendale dotata di tastiera QWERTY, ottimizzata per scambiare messaggi scritti nel modo più comodo e veloce possibile, che rappresenta il miglior compromesso tra l'usabilità e la compattezza. Ultimamente è uscito il modello Curve 8900, l'ultimo della famiglia CURVE, una serie di terminali caratterizzati da una forma snella e da un design più vicino al gusto consumer, adatto in ugual misura per utenti di tipo business e consumer. Infatti questi terminali sono dotati di grande display con risoluzione HVGA, macchina fotografica con risoluzione 3,2 Mpixel, Bluetooth, WiFi, GPS, browser ad alto

livello, multimedialità avanzata, Instant Messaging, FaceBook, compatibilità con Google Latitude e con diversi software di navigazione satellitare, sia gratuiti che a pagamento.

Attualmente RIM non punta sul WiFi come risorsa per la comunicazione voce, risorsa che viene invece utilizzata al massimo per il traffico dati.

I fax non sono integrati in modo nativo, ma ci sono applicazioni che permettono di farlo.

Le applicazioni di mobile office che è possibile utilizzare sono Word, Excel e Powerpoint, e si possono visualizzare file pdf, immagini, molti formati video e musicali (come MP3).

Il modello STORM, lanciato nel novembre 2008 in partnership a livello mondiale con Vodafone e Verizon Wireless (di cui Vodafone è il principale azionista), è uno smartphone concepito per il mondo consumer di fascia alta, dotato di uno schermo touch screen con funzionalità avanzate, navigatore, Instant Messaging di tutti i tipi, collegamento con YouTube e con i principali social network. Dispone, per la prima volta a livello mondiale, di una tastiera su touch screen "cliccabile" (la tastiera rappresentata sul display chiude un contatto elettrico e richiede un'azione meccanica percettibile per la digitazione) ottimizzata per essere utilizzata usando i due pollici per scrivere.

Tutti i messaggi (email, Windows Live Messenger, messaggi Facebook, Google messaging, MySpace, ecc.) sono raggruppati e sincronizzati in un'unica casella postale, che permette di tenere sotto controllo tutte le forme di comunicazione poiché i social network sono interpretati come piattaforme di comunicazione e non come piattaforme di browsing.

È anche possibile la sincroniz-



Alberto Bevilacqua, RIM Italia

zazione tra gli eventi di Facebook e il calendario dell'utente, nonché integrazione tra contatti dell'agenda e i contatti di Facebook.

La linea **PEARL** è composta da prodotti di fascia media, un po' più piccoli e snelli dei BlackBerry tradizionali, con la forma dei telefonini classici e una tastiera Sure Type con due lettere per ogni tasto, controllata da un software di predictive text input (un T9 molto evoluto) che permette un input di dati veloce e accurato.

Il Pearl è un prodotto unico, disponibile in molti colori vivaci (rosa, rosso, blu, bianco), adatto alle persone giovani e apprezzato anche dal pubblico femminile. Nella serie Pearl rientra anche il Pearl Flip 8220, il primo smartphone a conchiglia di RIM, che racchiude nella sua forma particolarmente accattivante tutte le funzionalità dei BlackBerry di fascia alta.

Recentemente abbiamo presentato il nostro **BlackBerry Application AppWorld**, già funzionante negli Stati Uniti, Canada e Inghilterra e a breve anche in Italia, che permette a tutti gli utenti di accedere tramite il proprio BlackBerry a un portafoglio di applicazioni, gratuite o a pagamento, che possono essere acquistate direttamente e scaricate sul proprio terminale. Le applicazioni BlackBerry si possono acquistare anche tramite i portali mobili degli operatori di rete, su altri negozi virtuali (per esempio Handango) o su Internet.

Alle grandi aziende viene venduto anche il **BlackBerry Enterprise Server (BES)**, una piattaforma di gestione che permette di sincronizzare tutto il comparto applicativo aziendale con le applicazioni in mobilità. Ultimamente è stata presentata la versione BES 5.0, notevolmente potenziata, che garantisce notevoli miglioramenti di prestazioni e supporta piattaforme ad alta affidabilità.

I client dotati di software 5.0 disporranno di nuove funzioni che consentiranno

di sfruttare tutte le potenzialità del BES 5.0. È anche disponibile una versione semplificata del BES per le PMI con costi ridotti, che consente di gestire un numero limitato di profili base e di opzioni ottimizzate per le problematiche delle PMI. Queste ultime hanno anche la possibilità di usufruire dei servizi BlackBerry senza installare un proprio server, utilizzando i servizi di sincronizzazione offerti dai gestori di telefonia mobile che offrono il servizio di sincronizzazione di email, calendari, task e appunti.

Sono supportati anche molti sistemi di instant messaging consumer come Windows Live Messenger, Yahoo Messenger!, Google Talk, FaceBook, MySpace e altri social network.

Nell'ambito dei principali sistemi di instant messaging aziendale, come BlackBerry Messenger o i client di enterprise IM di Lotus Notes, Microsoft e Novell Groupwise, è possibile gestire anche la presence.

Applicazioni e casi utente

QUALI SONO LE APPLICAZIONI PIÙ TIPICHE?

Le applicazioni più caratteristiche in ambito aziendale sono soprattutto quelle legate al mobile CRM (Customer Relationship Management), SFA (Sales Force Automation), FFA (Field Force Automation) e iniziano a diffondersi le applicazioni di tracking che sfruttano la presenza del GPS.

PUÒ CITARE QUALCHE APPLICAZIONE SIGNIFICATIVA IN ITALIA?

Le applicazioni sono molto numerose e nei settori più diversi. Per esempio, **Alpitour World**, il primo gruppo turistico in Italia che opera in diversi segmenti del mercato (tour operating, aviation, hotel management, incoming, distribuzione, incentive&event) attraverso differenti brand quali Alpitour, Francorosso, Viaggidea e Villaggi Bravo, utilizza il pacchetto Web@CRM, sviluppato dal partner BlackBerry Tecla.it, che svolge funzioni di comunicazione

(telefono, push-mail, Instant Messaging) e funzioni applicative, in piena integrazione con i sistemi gestionali Alpitour. I funzionari commerciali possono gestire autonomamente il loro piano di visite, consultare dati sempre aggiornati e comporre i report di visita aggregando informazioni di tipo diverso quali note generiche, questionari e fotografie.

I funzionari commerciali sul campo della **Valigeria Roncato Spa**, uno dei leader mondiali per valigeria e prodotti da viaggio, grazie a un'applicazione sviluppata dal partner BlackBerry Newmann, si interfacciano quotidianamente con tutti i punti vendita dell'area loro assegnata, con il polo produttivo e con la sede centrale per garantire consegne tempestive e la massima precisione circa la disponibilità dei prodotti, valutando di volta in volta la disponibilità di magazzino e le tempistiche di consegna.

Tempini, un'azienda bresciana specializzata nella distribuzione e nella messa in opera di pavimenti, rivestimenti e arredo bagno che gestisce 600 collaboratori tra dipendenti interni e posatori di fiducia, ha adottato l'applicazione Mobile Data Collection (Mdc) sviluppata da Gulliver, partner BlackBerry, per migliorare la comunicazione tra i venditori e la sede nelle fasi di prevendita, vendita e messa in opera, e l'ha integrata con il Server Microsoft Exchange. Ogni addetto è ora dotato di un palmare BlackBerry per visualizzare in tempo reale le informazioni relative ai potenziali clienti, inserire l'esito della visita e pianificare al meglio le future azioni commerciali.

I perché di un successo

Il segreto del successo del BlackBerry dipende dal fatto che le soluzioni proposte da RIM e dai suoi partner risolvono in modo puntuale e affidabile i problemi di una società sempre più mobile e informatizzata e contribuiscono in modo significativo a incrementare la produttività dei *road warrior* delle aziende e la *user experience* delle persone comuni. **B.**