

N N-ABLE

HEAD NERDS

Playbook per la vendita di prodotti di sicurezza

Difesa e successo: come ottimizzare al massimo le opportunità della sicurezza informatica

Note conclusive su
costi e vantaggi della
standardizzazione

Il presente playbook digitale per la vendita di prodotti di sicurezza è stato concepito per aiutare gli MSP a implementare adeguate prassi di sicurezza informatica. Esso include la panoramica dei principali programmi tradizionali promossi e commercializzati con successo dagli MSP, insieme a tariffari di esempio, suggerimenti circa le strategie commerciali e materiali di marketing aggiuntivi completamente personalizzabili.

LIBERATORIA LEGALE

Il presente documento viene fornito per puro scopo informativo e i suoi contenuti non vanno considerati come una consulenza legale. Le informazioni e i punti di vista qui espressi potrebbero cambiare e/o potrebbero non essere applicabili al singolo caso. N-able non rilascia alcuna garanzia, esplicita o implicita, né si assume alcuna responsabilità legale per quanto riguarda l'accuratezza, la completezza o l'utilità delle informazioni qui contenute.

N-ABLE DECLINA TUTTE LE GARANZIE, CONDIZIONI O ALTRI TERMINI, ESPLICITI O IMPLICITI, STATUTARI O DI ALTRO TIPO, RIGUARDO ALLA DOCUMENTAZIONE, INCLUSI, A TITOLO ESEMPLIFICATIVO, NON VIOLAZIONE, ACCURATEZZA, COMPLETEZZA O UTILITÀ DI QUALSIASI INFORMAZIONE CONTENUTA NEL PRESENTE DOCUMENTO. IN NESSUN CASO N-ABLE, I SUOI FORNITORI O I SUOI LICENZIATARI SARANNO RITENUTI RESPONSABILI PER QUALSIASI DANNO, DERIVANTE DA ILLECITO, CONTRATTO O ALTRA TEORIA LEGALE, ANCHE SE N-ABLE È STATA AVVISATA DELLA POSSIBILITÀ DI TALE DANNO.

N-ABLE, N-CENTRAL e gli altri marchi e loghi di N-able sono di esclusiva proprietà di N-able Solutions ULC e N-able Technologies Ltd. e potrebbero essere marchi di common law, marchi registrati o in attesa di registrazione presso l'Ufficio marchi e brevetti degli Stati Uniti e di altri paesi. Tutti gli altri marchi menzionati qui sono utilizzati esclusivamente a scopi identificativi e sono marchi (o potrebbero essere marchi registrati) delle rispettive aziende.

Introduzione

La scelta di listini adeguati tende a restare una delle principali complessità per molte attività di MSP. In qualità di Head Nerd responsabile del comparto commerciale e marketing, spesso rispondo a domande poste da MSP come:

- ▲ “Vorremmo aggiungere [inserire il prodotto di sicurezza] alla nostra suite di tecnologie per la sicurezza, ma non conosciamo ancora il modello di costo al dettaglio e per questo non riusciamo a concludere il go-to-market.”
- ▲ “Sono disponibili materiali relativi a listini/packaging per il go-to-market per [inserire il prodotto di sicurezza]?”
- ▲ “Uno dei miei clienti è interessato a [inserire prodotto di sicurezza], ma non so a quale prezzo dovrei commercializzarlo.”

Questo playbook è stato creato per offrire agli MSP le strategie atte a rispondere a questo tipo di richieste per vendite e scelta dei prezzi.

Le linee guide fornite in questo playbook sono applicabili a QUALSIASI tipo di prodotto o servizio che gli MSP decidono di commercializzare.

Spero che troverai utile questo documento. Buona vendita!



Stefanie Hammond

Head Nerd - Vendite e marketing

n-able.com/it/team-member/stefanie-hammond

Alcune note cautelative sui prezzi...

- ▲ Per quanto possa essere allettante basare il listino prezzi sui costi della concorrenza, è preferibile stabilire i propri prezzi, tenendo conto dei costi del software e della manodopera esistenti, oltre che degli obiettivi di guadagno per il programma. Resisti alla tentazione di praticare gli stessi prezzi della concorrenza; è molto difficile mettere a confronto i programmi.
- ▲ Evita anche di praticare i prezzi più bassi del tuo mercato di appartenenza: mira a sbaragliare la concorrenza con il tuo valore e utilizza come arma i prezzi ribassati della concorrenza, se ti vengono poste domande.
- ▲ Specializzandoti in sicurezza e implementando la sicurezza nelle attività di marketing e sviluppo del programma potrai differenziare la tua attività di MSP dalla concorrenza e concentrarti su vantaggi e risultati dei programmi invece che sul prezzo mensile praticato.
- ▲ Evita, per i tuoi programmi, di assegnare prezzi in base all'importo che ritieni i tuoi clienti possano permettersi, altrimenti ti muoverai un'obiezione per conto dei clienti prima ancora di parlare con loro.
- ▲ Instaura una conversazione su rischi e sicurezza con i clienti e istruiscili sulle modifiche che il settore sta implementando come risultato delle variazioni del panorama delle minacce. Un'opportuna sicurezza informatica ha un prezzo e va considerata come un vero e proprio investimento piuttosto che come un costo.
- ▲ La sicurezza non è solo un problema del reparto IT, ma un rischio per l'impresa che va gestito; i titolari e i CEO delle varie attività hanno la responsabilità fiduciaria di adottare le opportune misure per prevenire la perdita di valore dell'impresa e un programma di sicurezza avanzato può essere d'aiuto nella protezione del valore aziendale dell'organizzazione.



- ▲ Non assegnare prezzi in base ai dispositivi, ma preferisci costi per utente Dal punto di vista del posizionamento e della comunicazione, proteggili e formi gli UTENTI con i tuoi programmi di sicurezza, pertanto le conversazioni e le comunicazioni commerciali dovranno incentrarsi sugli UTENTI piuttosto che sulle questioni tecniche di cui ti occupi.
- ▲ I dipendenti generalmente sono responsabili delle violazioni che si verificano, pertanto ti affidi ai programmi di sicurezza perché facciano quanto necessario per proteggere gli utenti finali da clic erronei, da sviste o comportamenti poco sicuri che potrebbero favorire un attacco informatico.
- ▲ Per qualsiasi azienda, sono le persone la risorsa più costosa, pertanto il tuo obiettivo è fare tutto il possibile per assicurarne sicurezza, protezione, produttività e operatività.
- ▲ Assicurati di capire cosa è compreso nell'indice di carico di lavoro dei dipendenti a tempo pieno, ovvero il costo totale di un'ora di lavoro che generalmente include, tra le altre cose: paga oraria, tutti i contributi, ferie, assicurazione sanitaria, materiali di consumo, pasti, formazione e qualsiasi altro benefit o spesa correlata all'impiego di un individuo. Se non sai come calcolare l'indice di carico di lavoro dei dipendenti a tempo pieno, rivolgiti al tuo contabile o commercialista che lo calcolerà al posto tuo.
- ▲ Comunica onestamente l'importo del lavoro diretto e i tempi di lavoro delle Risorse umane necessari per erogare i programmi di sicurezza. Fornire stime ridotte dei tempi per abbassare i costi mensili e adattarli al budget del cliente avrà solo un impatto negativo sulla tua redditività e sui livelli di ricavi. Se le tempistiche sono troppo lunghe o la mole di lavoro da includere nei programmi è troppo elevata ed entrambi questi aspetti fanno lievitare il costo mensile, potrebbe essere utile valutare l'implementazione di automazione, ottimizzazione e standardizzazione del set di strumenti disponibili.

Infine...

- ▲ Assicurati di aver implementato una procedura e una frequenza per comunicare regolarmente gli aumenti di prezzo ai clienti. I costi aumentano ogni anno, pertanto devi assicurarti di applicare gli opportuni aumenti ai clienti, altrimenti i livelli di redditività inizieranno a calare. Nei contratti stipulati con i nuovi clienti o nei rinnovi con i clienti esistenti, includi una clausola circa gli aumenti standard dei prezzi.

I vantaggi dei pacchetti e della standardizzazione dei programmi

▶ Quando si tratta di vendere prodotti di sicurezza a un cliente tradizionale dei servizi gestiti, come sottolineato nei pacchetti di programmi precedenti, il nostro obiettivo è commercializzare un set standardizzato di servizi erogati in pacchetto rispetto alla vendita di servizi singoli su richiesta o di programmi su misura.

▶ I vantaggi legati alla standardizzazione della propria offerta e alla vendita di pacchetti di servizi sono significativi:

▶ Assicurano la coerenza, grazie al fatto che ogni cliente implementa lo stesso programma con la medesima serie di servizi e set di funzionalità supportati da una suite di tecnologie identica.

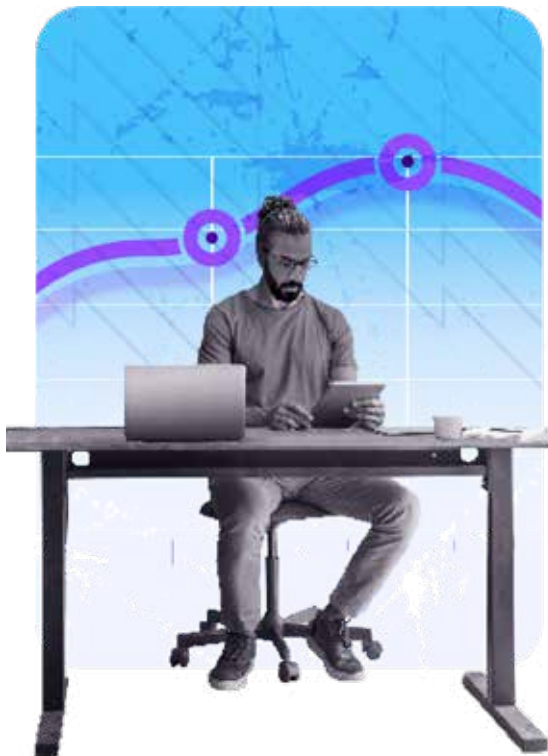


▶ Semplificano attivazione, fornitura di servizi e procedure di assistenza e contribuiscono a ridurre le tempistiche medie complessive per la risoluzione; la standardizzazione applicata a una suite di sicurezza specifica semplifica per gli MSP l'attivazione, la manutenzione e l'assistenza ai clienti poiché la suite di tecnologie è la stessa e ogni cliente può contare su un set di servizi standard e uguali per tutti.

▶ Migliorano l'efficienza e la formazione dei tecnici poiché la suite di tecnologie è standard: è molto più facile per i tecnici essere formati e restare aggiornati sulle novità e sui set di funzionalità contenuti in ciascun prodotto della suite di sicurezza. I tecnici non dovranno essere formati di continuo su 3 o 4 antivirus o programmi di rilevamento e risposta per gli endpoint e su 3 o 4 diversi prodotti per il backup e così via e potranno concentrare invece le energie e il proprio tempo prezioso sulle competenze circa un unico set di strumenti.

▶ Conferiscono all'MSP il ruolo di esperto e di autorità per quanto concerne la sicurezza. In qualità di MSP, puoi pubblicizzare il fatto di aver valutato il panorama di minacce e di aver messo insieme e approvato il migliore set di strumenti di sicurezza disponibile per gestire e proteggere le reti, set di strumenti che consigli a tutti i clienti al fine di mitigare al massimo i rischi informatici.

- ▲ Favoriscono la flessibilità e quindi offrono agli MSP la duttilità e il lusso di modificare la suite di sicurezza o il mix di prodotti in base alle necessità, qualora il panorama di minacce lo imponesse. La fornitura standardizzata di servizi in un pacchetto elimina la necessità di richiedere l'autorizzazione ai clienti prima di apportare qualsiasi modifica. Gli MSP sono liberi di introdurre nuovi prodotti o servizi in base alle esigenze per continuare ad assicurare le migliori probabilità di tenere alla larga gli attacchi informatici e le potenziali violazioni.
- ▲ Senza creare pacchetti e continuando a offrire servizi personalizzati o su richiesta, aumentano i rischi non solo per i clienti, ma anche per te come MSP.



- ▲ Ecco il motivo di quanto detto finora: se consenti ai clienti di discostarsi dai tuoi nuovi standard di sicurezza e come risultato i clienti restano vittime di un attacco informatico, essi saranno molto delusi e cercheranno il capro espiatorio contro cui puntare il dito; in qualità di MSP, sarai tu il destinatario della rabbia e della frustrazione dei clienti poiché la loro percezione è che, benché ti paghino perché tu ti prenda cura di loro, tu non abbia assolto i tuoi doveri perché hai permesso a una minaccia di danneggiarli. La reputazione della tua attività di MSP potrebbe così essere danneggiata per il fine nobile di accontentare i clienti facendo scegliere loro come usufruire del tuo supporto e senza obbligarli a scegliere uno dei tuoi programmi standard di sicurezza informatica.

- ▲ Rifiutando di includere tutti i servizi in un pacchetto e continuando a permettere ai clienti di creare il proprio set di servizi personalizzato, limiti le tue opportunità di crescita e sacrifichi la possibilità di guadagnare margini consistenti dai contratti stipulati e di registrare un fatturato mensile ricorrente e un valore annuale del contratto maggiori per la tua attività di MSP.
- ▲ Usiamo un'analogia con le automobili per spiegare meglio questo concetto.

- ▲ Ci sono due concessionarie che vendono la stessa marca di auto. La concessionaria n. 1 preferisce vendere solo il modello full optional, mentre la concessionaria n. 2, che commercializza la stessa marca di automobili, oltre al modello full optional propone anche i modelli più basilari poiché permette ai clienti di scegliere le funzionalità che desiderano.
- ▲ Dando per scontato che il senso degli affari e il talento commerciale siano equivalenti tra le due concessionarie, nella maggior parte dei casi, la concessionaria n. 1 che rivende solo il modello full optional genererà ricavi maggiori e crescerà più rapidamente rispetto alla concessionaria n. 2. Il fondamento logico di questo risiede nel fatto che, con la pratica, non è necessario un impegno maggiore per concludere la vendita di un modello full optional rispetto alla vendita di un modello più basilare che manca di talune funzionalità e costa meno. L'impegno profuso dall'addetto commerciale è più o meno equivalente.



Per informazioni aggiuntive su come implementare programmi di sicurezza su più livelli e stabilirne il prezzo per i clienti che si affidano ai tradizionali servizi gestiti, visita [N-ableU](#) per accedere alle registrazioni on-demand:

[Guida all'implementazione di programmi di sicurezza - Parte 1](#)

[Guida all'assegnazione di un prezzo ai programmi di sicurezza - Parte 2](#)



È possibile porre domande circa lo sviluppo e il listino dei programmi eseguendo la registrazione alle apposite sessioni mensili degli Head Nerd

[Registrati ora](#)



N-able offre ai provider di servizi IT potenti soluzioni software per monitorare, gestire e mettere in sicurezza sistemi, dati e reti dei relativi clienti. Grazie alla piattaforma scalabile su cui si basano i nostri prodotti, offriamo un'infrastruttura sicura e strumenti adeguati per semplificare ecosistemi complessi e le risorse per stare al passo con le esigenze IT in continua evoluzione. Aiutiamo i nostri partner in ogni fase del loro percorso a proteggere i clienti e a espandere la propria offerta di servizi, grazie a un portafoglio flessibile e in continua crescita di integrazioni fornite dai provider di tecnologie leader del settore. n-able.com/it

Il presente documento viene fornito per puro scopo informativo e i suoi contenuti non vanno considerati come una consulenza legale. N-able non rilascia alcuna garanzia, esplicita o implicita, né si assume alcuna responsabilità legale per le informazioni qui contenute, per l'accuratezza, la completezza o l'utilità dei dati qui inclusi.

I marchi registrati, i marchi di servizio e i loghi di N-able sono di esclusiva proprietà di N-able Solutions ULC e N-able Technologies Ltd. Tutti gli altri marchi registrati sono di proprietà dei rispettivi titolari.

© 2024 N-able Solutions ULC e N-able Technologies Ltd. Tutti i diritti riservati.