



Essere **MSP** non è mai stato così semplice

Tre buoni motivi per diventare MSP

Kaspersky
United



Se siete rivenditori IT tradizionali, VAR (Value added reseller, rivenditori a valore aggiunto) o SI (Systems Integrator, integratori di sistemi), è probabile che siate già avviati nella vendita di soluzioni IT. Allora perché dovrete diventare MSP?

In particolare, perché dovrete diventare MSP che vendono servizi di sicurezza? Perché se siete abili nel soddisfare le esigenze dei vostri clienti in termini di hardware, software, archiviazione e/o rete, sarà un po' come tornare a scuola.

Se questa è la vostra visione dei servizi IT gestiti, è del tutto comprensibile, ma potrebbe anche voler dire che vi sta sfuggendo qualcosa. Ecco i tre motivi principali.

1. Opportunità di mercato per gli MSP

In base allo studio pubblicato da [Research and Markets](#), entro il 2030 è prevista una crescita del mercato globale dei servizi gestiti fino a 731 miliardi di dollari, con un CAGR del 13,4%.

In particolare, si prevede che il segmento della sicurezza gestita registri il CAGR più alto nel periodo stimato, grazie all'adozione di servizi di sicurezza gestiti nei settori di utilizzo finale con vantaggi quali monitoraggio e gestione della sicurezza, gestione delle minacce e-mail, gestione del ripristino e backup e gestione del supporto e della manutenzione.

Questi risultati vengono amplificati dallo studio condotto da Kaspersky¹, in cui è stato riscontrato che i motivi principali per ricorrere a MSP o MSSP (Managed Security Service Provider) sono: necessità di personale esperto (52%), efficacia finanziaria (50%), rispetto dei requisiti di conformità (49%), efficienza nella fornitura di soluzioni di cybersicurezza (45%) e scalabilità (44%).

2. Che cosa vorrebbe dire diventare MSP per la vostra azienda

A tutti interessa accedere a un mercato che registra una rapida crescita di oltre il 13% e raggiungere questo obiettivo tramite la sicurezza rende il proposito ancora più allettante. Se attualmente siete rivenditori o VAR, che differenza potrebbe quindi fare diventare MSP per la vostra attività?

In qualità di rivenditori, probabilmente vi concentrate sulla ricerca e sulla personalizzazione dei prodotti per soddisfare le esigenze di progetti specifici e sull'offerta di un supporto reattivo (break-fix), potenzialmente integrato da servizi professionali su base oraria. È probabile che questo generi un profitto lordo di circa il 50%, mentre i dati di Kaspersky suggeriscono che il 34% dei clienti sarà rappresentato da clienti di vecchia data.

Se avete orientato la vostra attività verso il modello VAR, probabilmente avrete consolidato i vostri strumenti e spostato i contratti su un sistema proattivo in grado di generare guadagni ricorrenti. Di conseguenza, potrete generare un profitto lordo pari a circa il 50-75%, mentre i nostri dati suggeriscono che il 53% dei clienti sarà rappresentato da clienti di vecchia data.

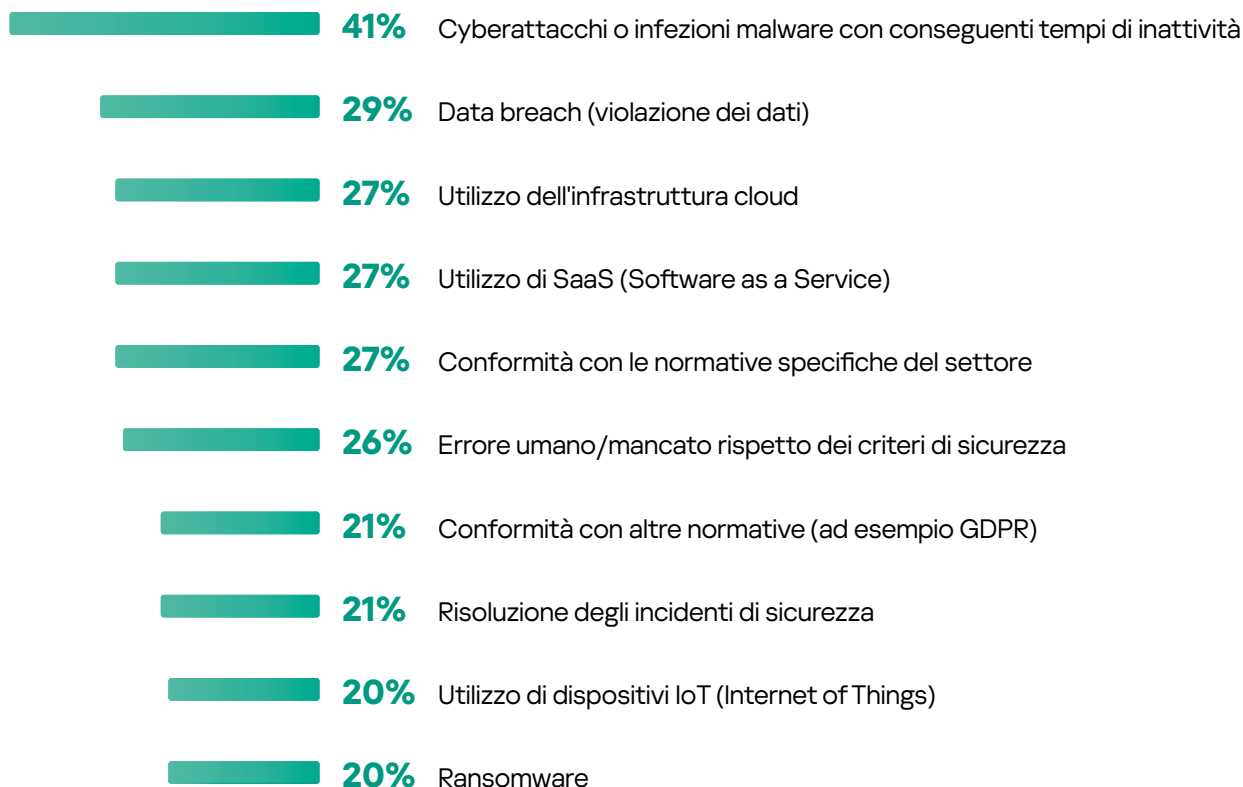
Quali saranno quindi gli effetti sulla vostra attività se introdurrete un livello superiore offrendo monitoraggio, automazione e sicurezza basati su un modello a tariffa fissa e fungendo da consulenti di fiducia e/o CIO virtuali? In qualità di MSP, potrete aumentare ulteriormente il profitto lordo e ci aspettiamo che il 63% dei vostri clienti sia rappresentato da clienti di vecchia data.

Potrete usufruire di guadagni ricorrenti prevedibili, migliore redditività e incremento dei tassi di fidelizzazione dei clienti e della capacità di attrarne di nuovi grazie a un'offerta più vantaggiosa. Con gli strumenti giusti potrete inoltre risparmiare tempo e risorse standardizzando e gestendo tutti i clienti da un'unica console. Avete ancora dubbi?

3. È ciò che cercano i clienti

Nel report di Kaspersky² citato in precedenza ci siamo confrontati con diversi MSP, dai fornitori di servizi IT tradizionali e grandi aziende di servizi IT a MSP e MSSP che fanno un ampio uso dell'automazione.

Quando abbiamo chiesto loro quali fossero le 3 principali sfide irrisolte affrontate dai clienti in termini di sicurezza IT, le risposte più ricorrenti sono state:



Gli MSP che offrono soluzioni di sicurezza hanno a disposizione diverse opportunità per affrontare le vulnerabilità principali dei loro clienti. Se pensavate che vendere servizi di sicurezza significasse solo prevenire la criminalità informatica, forse è il caso di cambiare idea. È anche un ottimo apripista per molte altre funzionalità che siete già predisposti a offrire.

Di conseguenza, non sorprende che il 93% degli MSP stia cercando di espandere la propria offerta di soluzioni di sicurezza IT³.

Il contributo di Kaspersky

Rivolti a rivenditori IT, rivenditori a valore aggiunto, integratori di sistema o MSP consolidati, il pluripremiato programma e le soluzioni di sicurezza per MSP di Kaspersky sono personalizzati per adattarsi alle esigenze di sicurezza più comuni dei clienti. Qualsiasi partner che fornisce servizi gestiti e assistenza clienti in prima linea può diventare un partner MSP di Kaspersky. Non dovrete far altro che inviare la richiesta online.

^{1,2,3} Fonte: MSP market focus in 2021