

На продуктите на Dell се падат 7,1 % от пазара на маркова техника в България

Компанията залага на предлагането на решения за малки и средни фирми

РАДА СТАНЕВА

Оторизираният дистрибутор на Dell Индекс-България е реализирал оборот към крайни клиенти за около 3 млн. долара, което според IDC е пазарен дял от 7,1 %. А средните показатели в световен мащаб са съответно 49,9 млрд. долара и над 18 % пазарен дял на компанията за изминалата година. Тези данни изнесе Любомир Атанасов, управител на фирмата, по време на провеля се през миналата седмица семинар на тема „Стратегия на Dell Computer Corp. за 2005 г. и цялостни решения на Индекс-България“.

Продажбите на продуктите на американския производител на нашия пазар изглеждат така: 9,7 % се падат на настолните компютри, 7,6 % - на сървърите, а на последно място са ноутбуците с 3,6 % дял. Това позиционира Dell след конкурентите Hewlett-Packard - 50,3 %, IBM и NEC при настолните компютри. При преносимите PC-та отново на първо място е Hewlett-Packard, следван от Fujitsu Siemens Computers и IBM.

Според Атанасов резултатите на Индекс през миналата година са отбелязали спад спрямо 2003, което се дължи на напускането на водещия търговец на фирмата и отчасти на появата на трети дистрибутор на Dell у нас. Но за последните две тримесечия показателите са доста по-добри, като само за първото ръстът в продажбите на компютри е с над 50 % повече спрямо същия период на миналата година. Основният оборот се дължи на поръчки от държавната администрация, министерствата и големи фирми - като Алианс България, Солвей Соди и др. Увеличен е и броят на малките и средни по обем сделки.

За първи път бяха представени и новите приложни продукти на Индекс-

България. Според Любомир Атанасов през миналата година ръстът на софтуерните решения е надвишил този на продажбите на продуктите с марка Dell. А за тази година фирмата трябва да реализира проекти за над 2 млн. лева в Министерството на ико-



номиката, Министерството на правосъдието, Министерството на регионалното развитие и благоустройството и НСИ.

Драгош Матеуску, регионален мениджър в Dell за Румъния, България, Сърбия и Черна гора, сподели, че американският производител се ориентира към активиране на присъствието си на нововъзникващите пазари. Стратегия-

та на компанията няма да се променя, като водещо ще остане високото качество на продуктите и услугите. Според Матеуску продуктите на Dell в България са ориентирани предимно към малките и средните предприятия и SOHO пазара.

Показани бяха и новостите в продуктовата гама на преносимите компютри. Новата серия Latitude включва моделите D410, D610 и D 810, като и трите са със Sonoma на Intel. Повишена е скоростта на оперативната памет чрез DDR2 RAM с увеличена тактова честота, подобрен е Wi-Fi обхватът и са вградени нови Bluetooth Class 2.0 (3 Mbit/s).

Сред най-новото е и Dell Inspiration 6000, който се предлага със Sonoma или Celeron. От същата серия Inspiron 9300 е със 17-инчов дисплей, който е с 10 % по-голям контраст в сравнение с останалите ноутбуци и 26 % повече видима площ. Тежи 3,59 kg, което е само с 600 g повече от 14-инчовия вариант.

Особено подходящ за малки и средни фирми е преносимият компютър Latitude 110 L, който ще се продава на цена 960 щатски долара.

Продуктовото портфолио на българския дистрибутор се допълва и с новите четирипроцесорни сървъри PowerEdge 6600 и 6500, както и с новия блейд PowerEdge 1855, подбиращ го 20 броя 64-битови процесори Intel Xeon с честота го 3,6 GHz. ☺