

## Corel pensa al canale

Corel rimane focalizzata sul canale e per incentivare i partner studia nuovi modi per rendere attraente la suite di CorelDraw 12. Se a maggio grazie alla collaborazione con Lexmark, chi acquistava il software ha ricevuto una stampante in omaggio e mentre si sta preparando il flyer per il back to school, a fine giugno è partita una campagna dedicata al canale. “Si tratta di un partner kit del valore di circa 3 mila euro che noi rendiamo disponibile a molto meno”, spiega Simona Prisco, Channel Account Manager di Corel Corporation in Italia. “all’interno trovano posto una versione trial del prodotto, il software di scrittura Word Perfect, materiale marketing e di vendita. Per ottenerlo è sufficiente registrarsi all’indirizzo [www.it.corelpartners.com](http://www.it.corelpartners.com)”. Grazie anche a queste iniziative i risultati di Corel Italia sono decisamente positivi: “nei primi due trimestri dell’anno – continua Prisco – abbiamo superato del 100% il nostro obiettivo di crescita. A livello di box l’incremento rispetto allo scorso anno è del 20%. Un dato interessante è che CorelDraw 12, l’ultima versione è quella che ha venduto meglio, è ormai maturo ma continua a vendere bene. Grazie ai rivenditori, che sono il nostro canale preferenziale”. La società infatti pur essendo distribuita anche nella Gdo e attraverso i più conosciuti siti di e-commerce, trova nei rivenditori, il canale preferenziale di vendita. Continua la fusione con Jasc e inizia a dare i primi frutti: “il fatturato delle due società non è diminuito dopo il merge – puntualizza Prisco -. I due prodotti rimarranno separati, ma le due squadre di sviluppatori stanno lavorando insieme e dalla collaborazione nascerà un software di creatività grafica, disponibile probabilmente già dall’ultimo trimestre dell’anno”.