

Alan Atkinson, Dell Storage : « Deux nouveaux clients sur trois choisissent le flash »

Silicon.fr : Dell est désormais une entreprise indépendante. Qu'est-ce que cela change pour vous ?

Alan Atkinson : Notre stratégie ne change pas, nous voulons même accélérer. Les focus trimestriels ont cessé. Nous confirmons l'importance du PC. Et dans le stockage l'importance du flash, avec en moyenne deux nouveaux utilisateurs sur trois acquis à cette technologie. Nos axes de développement sont le VDI (virtualisation du poste de travail), les accès et la fabric (réseaux), le serveur, le stockage, et autour de la sécurité. Notre intérêt est de continuer à posséder la totalité du portefeuille.

Et en matière d'acquisitions ?

Nos investissements seront plus stratégiques sur le long terme. Avant, notre focus portait sur une progression organique. Aujourd'hui, nous réalisons des acquisitions stratégiques, en particulier dans les domaines de l'entreprise et des logiciels de sécurité. L'évolution nous porte vers une plus forte intégration des solutions, à l'exemple de Quest dans le stockage. Nous voulons également rendre la sécurité plus embarquée, comme sur le BYOD avec EMMS (Enterprise Management Mobility Suite). N'oubliez pas non plus que 70 % de notre activité vient de notre réseau de partenaires, c'est pourquoi nous apportons une priorité à l'équipement de ces derniers.

Vous êtes à la tête de la division stockage. Quelles sont les tendances que l'on peut percevoir dans l'offre Dell ?

Dans le datacenter, le stockage offre de grandes opportunités. En particulier avec l'arrivée des technologies flash. Les approches hybrides se font une place tant dans le matériel que dans le logiciel. Avec un stockage Tier 0 qui se connecte au bus du serveur, c'est un nouveau focus qui s'ouvre à nous, vers la base de données In-Memory. Par contre, peu de clients investissent dans les infrastructures unifiés. Leur préférence va vers les solutions à construire, et les intégrations hétérogènes, à 70 % sur des architectures privées et 30 % publiques. Nos petits clients recherchent des solutions plus holistiques. C'est toute la force de notre channel en France. Nous percevons également de grandes opportunités sur le réseau et le SDN (virtualisation du réseau), sur les services professionnels, sur le networking et sur le campus.

Vous venez de l'évoquer, le service occupe une place de plus en plus importante pour Dell...

En effet, les services représentent aujourd'hui 7 milliards de dollars de revenus pour Dell. Une grande part provient des services de conseil 'close to the box', pour le déploiement, etc. Mais nos professionnels portent le service sur bien d'autres domaines, comme le BPO, les services avancés sur Unix avec des engagements, le mainframe, etc. Notre objectif est d'accompagner les évolutions du legacy. Nous portons également un focus sur la verticalisation de nos services, sur les métiers,

ou sur des workloads comme Microsoft, SAP, Oracle, ou plus spécifiquement le networking.

Voir aussi

[Silicon.fr étend son site dédié à l'emploi IT](#)

[Silicon.fr en direct sur les smartphones et tablettes](#)