

Kindle Fire, il più venduto su Amazon

- Ultima modifica: Mercoledì, 30 Novembre 2011 10:21

Pubblicato: Mercoledì, 30 Novembre 2011 10:03

Scritto da Daniele Angellotti



Forse era nell'aria. Il successo che sta ottenendo Kindle Fire, a pochi giorni dal suo lancio, è decisamente interessante considerando che non può essere definito uno dei migliori tablet in commercio.

Non è un caso che, diverse settimane fa, Amazon [ha incrementato il volume di produzione](#) del suo **tablet Kindle Fire**. E' molto probabile che l'azienda si aspettasse un successo simile, anche se a poca distanza dal suo lancio ufficiale. Il [Black Friday](#), il giorno che segna l'inizio dello shopping natalizio, ha permesso alle vendite del Kindle Fire di balzare [in testa alle classifiche](#). Non si hanno ancora stime precise ma Amazon parla di "*nuovi milioni di utenti Kindle*", espressione piuttosto vaga ma eloquente.

Bisogna considerare che proprio Kindle Fire [è il tablet più venduto su Amazon](#) e nelle catene statunitensi e questo accade sin [dall'inizio della fase di prevendita](#), avvenuta circa due mesi fa. Il risultato raggiunto da questo prodotto potrebbe stupire, ma invita ad alcune [riflessioni](#). Ad una prima analisi, infatti, il tablet di Amazon [non si può considerare un device top di gamma](#) e non dispone di una scheda tecnica completa e multiaccessoriata, paragonabile ad esempio ad altri tablet sul mercato.

Ricordiamo, infatti, che Kindle Fire è equipaggiato con un processore Texas Instruments OMAP4 da 1 GHz, 512 MB di memoria RAM, storage interno da 8 GB, una versione personalizzata del sistema operativo Android 2.3 e display IPS da 7 pollici e 1.024 x 600 pixel. Non un tablet scadente, dunque, ma neanche il primo della classe. Quali potrebbero essere i fattori del successo del Kindle Fire?

Kindle Fire, il più venduto su Amazon

- Ultima modifica: Mercoledì, 30 Novembre 2011 10:21

Pubblicato: Mercoledì, 30 Novembre 2011 10:03

Scritto da Daniele Angellotti



Innanzitutto un'azienda come Amazon alle spalle, caratterizzata da un know-how acquisito negli anni e da contenuti variegati e di ottima qualità ai quali gli utenti possono facilmente accedere con il loro tablet. Il prezzo, poi, rappresenta un altro fattore essenziale se si considera che la tavoletta digitale rappresenta indubbiamente un prodotto comunque valido. Non bisogna neanche sottovalutare gli effetti prodotti sulla massa quando un colosso del calibro di Amazon mette in homepage un nuovo modello. Sembra banale ma, nel commercio, questi fattori sono tutt'altro che improbabili.