

LE DIGITAL MEDIA AFFICHE SON DYNAMISME

Sony cible les PME avec une offre globale

Figurant parmi les plus anciens acteurs du Digital Media, Sony considère que ce marché correspond à l'activité des revendeurs informatiques de proximité. Surtout dans les environnements d'entreprises, un secteur où la demande est forte pour des solutions technologiques à valeur ajoutée. Selon le fabricant, la création et la diffusion de contenus institutionnels s'inscrivent de bout en bout dans une chaîne numérique qui leur permet de proposer des prestations d'installation, d'intégration et de maintenance rémunératrices. « Le poste écran est devenu une partie marginale



de l'ensemble des coûts d'un système d'affichage dynamique», explique Arnaud Buannic, directeur des ventes Professional Solutions Europe. Sony compte donc sur ses partenaires distributeurs IT pour vanter auprès d'une clientèle de PME ses moniteurs de grande dimension avec *players* intégrés constituant une offre globale simple à mettre en oeuvre. « Ils sont tout désignés pour promouvoir et vendre nos solutions dans les entreprises avec lesquelles ils ont l'habitude de travailler », signale le responsable du constructeur. Et pour les y aider, Sony s'apprête à lancer une ligne de produits dédiée à cette cible. Baptisée Prosumer et commercialisée à un coût très accessible, cette gamme, à mi-chemin entre les mondes grand public et professionnel, se composera de solutions homogènes, avec le *player* et la couche logicielle adéquats ainsi qu'avec un choix de services générateurs de marges, comprenant la conception du contenu éventuellement sous-traitée à des agences publicitaires ou concernant des contraintes de mise en place. Afin de garantir la bonne installation de ces solutions, les revendeurs devront être accrédités auprès des grossistes de Sony, selon des critères de business plan et de formation. Outre qu'il évitera la sur-distribution, avec une douzaine de distributeurs par région, ce réseau permettra par ailleurs au fabricant de leur transmettre des *leads* et de les accompagner dans leurs démarches avant-vente ou avec des actions de promotion communes.

Telelogos fait interagir le TPV avec la vidéo

Le Digital Media passe du domaine de l'audiovisuel à celui de l'IT. L'informatique et les réseaux sont associés aux supports de diffusion pour rendre l'affichage véritablement dynamique. Une évolution qui correspond à une demande forte de la clientèle, surtout pour du multi-site, et au métier de Telelogos. Initialement spécialisé en gestion de parc et synchronisation de données, cet éditeur propose des logiciels qui permettent, à partir d'une console web, de gérer de manière centralisée un réseau d'écrans. « Nous avons conçu un produit simple et intuitif capable non seulement de pousser les médias, mais aussi d'interagir avec le SI d'une entreprise, pour y collecter des informations et les exploiter en tant que paramètres de la communication audiovisuelle dynamique », décrit Christophe Billaud, directeur commercial de Telelogos. Baptisé Media4Display, ce système donne ainsi la possibilité à une enseigne de lancer via ses moniteurs une

campagne de promotion en fonction du niveau de stock dans chacun de ses points de vente. La volonté de Telelogos est de distribuer intégralement son offre, sous forme de licences ou en SaaS, par l'intermédiaire d'un réseau de revendeurs et en *one tier*. Ses partenaires sont soit certifiés, soit simplement référencés. Les premiers ont reçu une formation qui leur donne droit aux remises les plus importantes et à la gratuité du support de niveau 2 assuré par Telelogos. Les seconds sont constitués de revendeurs occasionnels qui bénéficient de ce fait de remises plus modestes. Pour accompagner les uns et les autres, l'éditeur organise des démonstrations et des avant-vente produits à travers des web conférences. « Notre objectif est de travailler avec des partenaires présentant toutes les compétences requises pour



commercialiser un produit de qualité comme Media4Display, qui nous a valu d'être labellisés ISO 9001 », explique Christophe Billaud. Parallèlement à ses recrutements, Telelogos vient de renforcer ses équipes commerciales pour pouvoir notamment aider les revendeurs à traiter avec des directions marketing et communication.