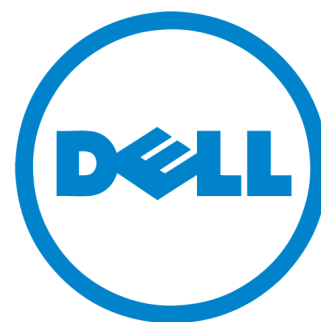


# Un marché en constante évolution: la position des revendeurs



Un Livre Blanc qui présente les transformations actuelles du réseau de revendeurs européens et décrit comment les exigences auprès des partenaires les amènent à solliciter de plus en plus de conseils et d'études.

## Introduction

Le secteur informatique subit des changements constants. Pour y pallier, les acteurs concernés doivent constamment s'adapter aux évolutions et aux tendances du marché. Deux événements récents façonnent la manière dont les fournisseurs et leurs partenaires exercent leur activité. Tout d'abord, la crise a obligé les clients à redéfinir leurs priorités, ce qui les a amenés à revoir et à réajuster leurs dépenses. Ensuite, le Cloud a fait son entrée avec beaucoup d'éclat, promettant aux clients des changements radicaux très avantageux et aux fournisseurs de nouvelles opportunités de croissance.

Ces facteurs influencent la conversation avec le client ; les revendeurs ont la nette impression de redoubler d'efforts, sans pour autant enregistrer d'augmentation au niveau du nombre d'opportunités commerciales. Les revendeurs connaissent leurs clients qui apprécient et estiment l'assistance qui leur est offerte. Y aurait-il une possibilité pour les revendeurs d'augmenter leur chiffre d'affaires, en proposant aux clients des solutions qui leur permettraient d'optimiser le rendement de leur activité? Les clients souhaitent tirer pleinement profit de l'informatique pour favoriser leur activité professionnelle, mais se sentent parfois limités. Pour répondre à ces contraintes, les fournisseurs de solutions technologiques doivent adopter une nouvelle approche, un nouveau langage et de meilleurs degrés d'analyses.

Les données stockées et traitées sont cruciales pour les entreprises et l'informatique devient de plus en plus indispensable pour chacune d'entre elles. Ainsi, au vu de ces différents facteurs, ainsi que des aptitudes et compétences limitées à l'essentiel au niveau informatique chez le client, comment les revendeurs peuvent-ils entamer une conversation efficace au sujet des mises à jour informatiques ou de la manière dont les clients gèrent leurs données?

Les clients recherchent des fournisseurs capables de les aider, là où ils n'ont ni le temps, ni les connaissances pour le faire eux-mêmes. Toute conversation axée sur le client, prenant en compte à la fois les coûts informatiques auxquels l'entreprise doit faire face et l'accès aux solutions innovantes, est une conversation réfléchie et efficace.

Le présent Livre Blanc concerne essentiellement les clients PME et TPE, ainsi que les fournisseurs qui leur proposent des solutions technologiques. En se basant sur des études récentes, ce Livre Blanc présente le type de questions auxquelles doivent faire face les revendeurs, y compris les questions relatives aux technologies et aux problèmes des entreprises. Il indique comment les revendeurs peuvent trouver des réponses et comment les différentes ressources disponibles leur permettent d'avancer, même en temps de crise.

*Le présent Livre Blanc repose sur les études menées en septembre 2011 par Foster MacCallum International Ltd, spécialiste du développement des partenaires, pour le compte de Dell. Les recherches traitent des facteurs qui ont une influence sur le marché des fournisseurs informatiques pour les PME. Ce livre présente les derniers changements en termes d'exigences des clients et la réaction des partenaires, ainsi que des références permettant aux revendeurs d'obtenir de l'aide et des conseils.*

## Nouvelles pressions du marché...

Dans le cadre d'une étude menée en septembre 2011 par Foster MacCallum International Ltd, les revendeurs du marché européen ont été interrogés au sujet de leurs activités informatiques destinées aux PME et aux changements que ces activités subissent.

Le marché lié à la prestation de services et de produits informatiques est en cours de transformations importantes. Une partie des grandes entreprises informatiques et des intégrateurs de renom convoitent le marché des PME depuis un certain temps et souhaitent en tirer le plus grand profit. Les tendances de leur engagement futur ne sont pas clairement définies, mais ces acteurs souhaiteraient offrir des solutions standardisées qui permettraient de fidéliser les clients.

Avec la diminution des opportunités commerciales, ces grandes entreprises de prestation de services informatiques se voient contraintes de se tourner vers le marché des PME. Les principales questions auxquelles les partenaires souhaiteraient pouvoir répondre ont été révélées dans le cadre d'une étude récente menée auprès de petits ou moyens revendeurs en Europe.

La plupart des revendeurs interrogés (soit 75 %) ont constaté un bouleversement sur le marché des PME et ont enregistré une baisse plus ou moins importante des ventes réalisées au cours des dernières années. Ces faits sont avant tout dus au ralentissement général du marché et à la sensibilité accrue des clients au rapport qualité/prix.

L'étude a révélé que, d'une manière générale, les réactions aux changements constatés variaient au cas par cas. Les solutions adoptées pour répondre aux changements influencent l'intérêt pour la prestation de services : on observe une augmentation des services de conseil relatifs aux

technologies innovantes et rentables, des services de conseil relatifs à la migration vers des services gérés et vers la sous-traitance, en particulier lorsque les clients prennent en compte la migration vers une infrastructure Cloud, afin d'économiser leurs ressources. Cette approche permet également de renforcer les relations avec les clients existants, tout en créant des opportunités pour conclure de nouveaux contrats.

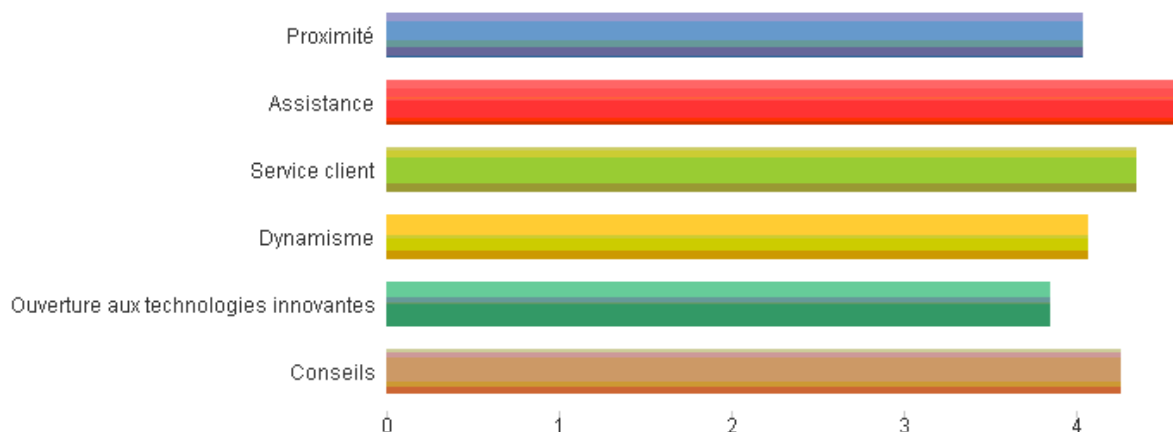
Les partenaires ont effectivement été contraints de redoubler d'efforts pour apporter support et assistance à tous les clients peu convaincus par les nouvelles technologies et tentés de maintenir leur ancien système.

Dans certains cas, on constate une réduction des prix ou l'adoption de conditions de paiement plus flexibles, au détriment des marges. Malgré les programmes conçus au cas par cas, rares sont les partenaires qui semblent vouloir adopter une approche proactive auprès de leur clientèle. Un certain nombre d'entre eux ne proposent aucune solution qui permettraient aux clients d'optimiser leurs investissements, à moins d'y avoir été invité. Tout cela reflète peut-être le contexte d'incertitude qui règne actuellement sur le marché.

La plupart des partenaires se montrent optimistes et s'attendent à une augmentation importante des services et conseils en général, même s'ils estiment également que la vente de matériel, dans sa forme traditionnelle, est loin d'être inexistante sur le marché des PME.

Les partenaires semblent parfois adopter une approche hésitante : selon l'étude menée, tous les partenaires offrent des services de conseil autour des solutions qu'ils proposent. La plupart d'entre eux, c'est-à-dire un peu moins des trois quarts,

**Qu'offrent les partenaires aux clients ? source : étude Dell**



## ...et évolutions du réseau de revendeurs

facturent ces services (en particulier dans les entreprises françaises et allemandes) qui font partie intégrante de leurs contrats types. Dans certains cas, les services de conseil sont offerts gratuitement aux nouveaux clients, notamment pour attiser leur curiosité ou dans le cas de ventes plus importantes. Une minorité propose ses services de conseil sans frais supplémentaires, dans le but de conclure un contrat ou d'apporter aux clients des conseils sur les nouveaux systèmes et technologies. Ensuite, environ 10 % des partenaires ont exprimé leurs craintes face à la concurrence d'entreprises et de fournisseurs plus importants, susceptibles d'influer sur leurs rendements générés par le marché des PME.

Les partenaires sont néanmoins plus précis concernant leur relation avec les clients PME. Leur expérience a affirmé leur valeur auprès des clients au fil des années ; le support, les services et les conseils apportés sont considérés comme un élément important, voire indispensable, de l'offre des partenaires (voir graphique ci-après). Même la proximité géographique est considérée comme un facteur important de la relation entre le client PME et le partenaire informatique.

Lorsqu'ils ont été interrogés sur l'année à venir, de nombreux partenaires semblaient montrer davantage d'incertitudes que lors des périodes précédentes. Ces incertitudes sont surtout dues aux conditions économiques actuelles.

En ce qui concerne l'avenir, toutes les entreprises n'ont pas encore de stratégie claire. Toutefois, un tiers des personnes interrogées affirment clairement que l'extension des services proposés, notamment dans le domaine du Cloud, représente une étape clé de la stratégie à adopter. D'autres comptent assister et se concentrer sur leurs clients existants dans le but de conclure des contrats supplémentaires et de

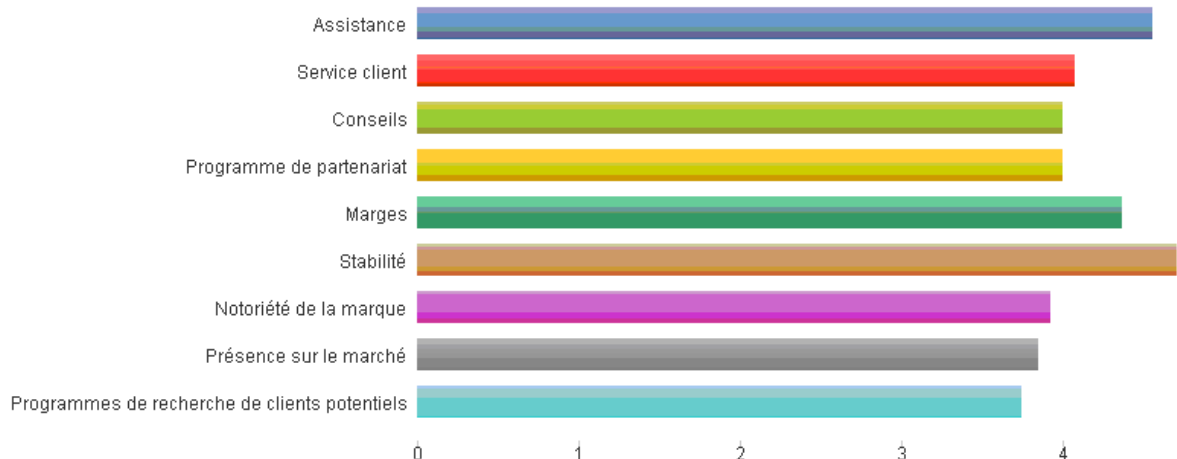
se forger une réputation positive sur le marché.

D'autres encore projettent d'élargir leur portefeuille de produits et d'en étendre la couverture géographique et verticale, mais la voie à suivre pour y parvenir est souvent floue. La plupart des entreprises pensent que pour atteindre leurs objectifs, elles devront inévitablement investir dans une équipe supplémentaire et/ou plus qualifiée, en particulier dans des ressources techniques. Un plus petit nombre de personnes a indiqué avoir besoin d'une aide externe, provenant par exemple de fournisseurs qui pourraient les conseiller et leur apporter l'assistance requise dans le domaine de la recherche de clients potentiels, de l'avant-vente et de la vente.

La situation économique et le sentiment d'incertitude face à l'avenir constituent les inquiétudes principales pour la moitié des personnes interrogées, dans la mesure où ces facteurs engendrent une baisse de la demande, une augmentation des coûts internes et une hausse des taxes. Une autre inquiétude exprimée par les personnes interrogées voit son origine dans la concurrence d'entreprises et de fournisseurs plus importants qui vendent des produits et solutions directement à des utilisateurs finaux. Elles craignent ne pas obtenir le support requis de la part de leurs partenaires et pensent ne pas pouvoir faire face aux évolutions rapides du marché par leurs seuls moyens.

Ne prévoyant aucune expansion de leur activité, une très petite part (11 %) des personnes interrogées n'émet aucune crainte ou supposition anticipée ou ne montre aucune préoccupation particulière.

### Que doit offrir un fournisseur aux partenaires ? source : étude Dell



## Point de vue du fournisseur

Selon Renaud Marcadet (à droite), directeur marketing de Dell EMEA Medium Business, les clients doivent faire face à un environnement de plus en plus complexe, et la complexité de cet environnement doit être cernée et gérée par le revendeur. « Les clients requièrent des systèmes informatiques de plus en plus performants et avec le volume de composants dépendant du système informatique dans chaque entreprise, la situation est de plus en plus complexe et les revendeurs se trouvent dans une position forte, dans laquelle ils doivent concevoir des solutions personnalisées et conseiller les utilisateurs. »

Parallèlement, les besoins en termes de sécurité ne cessent de croître. Pour les revendeurs plus petits qui ne disposent pas toujours de toutes les compétences pour chaque aspect de la solution, la pression monte tout particulièrement, ajoute-t-il.

D'après Renaud Marcadet, tout devient de plus en plus complexe, avant même que les clients ne commencent à envisager de migrer vers le Cloud. « Le Cloud n'est pas la réponse absolue dans tous les cas. Dans la pensée collective, chaque nouveauté dans le domaine de l'informatique est toujours supposée remplacer immédiatement les solutions existantes. Mais en fin de compte, nous constatons qu'il ne s'agit pas d'une solution de remplacement, mais d'une couche supplémentaire, à utiliser avec la solution précédente. Nous avons donc les couches de l'ancien système, les couches du serveur client, les applications Web et maintenant les applications Cloud. »

Dans le domaine de l'informatique, les clients recherchent une solution adaptée à leurs besoins et souhaitent avoir une personne de contact qui soit à leur écoute, qui puisse les conseiller, leur garantir que le système tient la route du point de vue financier et les informer sur les options de l'impact économique, explique-t-il. Voilà ce qu'on attend d'un revendeur de nos jours.

Il reste néanmoins la technologie et la complexité. C'est pourquoi les revendeurs ont besoin d'une personne qui puisse leur fournir un

haut niveau d'expertise et d'assistance, à la fois pour le matériel et les logiciels, afin d'éviter de travailler avec des fournisseurs qui déclinent leurs responsabilités. Ils doivent pouvoir consulter des experts en logiciels, pour ensuite prendre en charge les solutions adaptées aux petites entreprises, y compris dans le domaine de la mise en réseau, des serveurs, de la sécurité et des logiciels. « Cela ne signifie pas que la solution ne devrait pas être entièrement standardisée, mais nous pensons que les clients devraient pouvoir faire leurs propres choix. »



« Le but principal est donc de se concentrer sur le revendeur, pour lui garantir des connaissances approfondies et couvrir le périmètre des décisions d'achat du client : les aspects financiers, la technologie, la prise en charge et l'architecture, une expertise dans le domaine des logiciels, y compris en gestion des licences et mise en réseau ; tous les éléments qui devraient être couverts par la solution. À la différence avec d'autres fournisseurs de matériel, Dell n'a pas de parti pris pour une solution donnée. Notre idée principale est de fournir l'expertise directement aux revendeurs, afin qu'ils puissent se concentrer sur les conversations avec leurs clients. »

« Nous disposons clairement d'une expertise pour tous les produits. Nos équipes d'aide à la vente pour les partenaires de distribution travaillent étroitement avec les équipes de support et les ingénieurs d'avant-vente technique. Chaque revendeur peut interagir avec des spécialistes dans six à dix domaines d'expertise, rien qu'au sein de Dell. Nous sommes régulièrement en contact avec le revendeur en question et grâce à notre proximité avec Microsoft, VMware, Symantec, Trend Micro et de nombreux autres fournisseurs, nous pouvons garantir une réelle expertise dans tous ces domaines et fournir des réponses à toutes sortes de questions et autres informations requises. »

### Pourquoi maintenant ?

L'année 2011 a été marquée par de nombreux changements. Selon les analyses IDC, les stratégies de différenciation et nouvelles tendances de déploiement contribuent à la transformation des marchés de serveurs. En même temps, la croissance et le développement de dispositifs intelligents entraînent des charges de travail plus importantes sur les serveurs, à l'instant même où la virtualisation prend de la vitesse. D'après cette étude, le nombre d'appareils mobiles intelligents fonctionnant comme des ordinateurs portables aurait été doublé en 2011 et ces périphériques connectés favorisent l'échange social, les transactions mobiles et la création de contenu numérique. D'une manière générale, IDC prévoit qu'entre 2009 et 2020, le volume de données numériques sera 44 fois plus important. Par conséquent, il sera particulièrement important de créer des infrastructures Web, de collaboration et de sécurité.

Les attentes des utilisateurs finaux en termes d'interruption et de temps d'arrêt des systèmes engendrent la création de charges de travail importantes, même dans les entreprises de petite taille. Parallèlement, le nombre de personnes ayant des compétences informatiques appropriées est en baisse, notamment en raison du paysage concurrentiel et des

changements démographiques. Afin de permettre aux petites entreprises de maintenir un bon rapport qualité/prix, l'intégration de matériel et de logiciels est essentielle, explique IDC. La virtualisation, en pleine expansion, soulève un certain nombre d'inquiétudes et de points de discussion auprès de clients disposant de budgets et de ressources informatiques limités. Selon une étude récente menée par Gartner, un peu plus de 75 % des moyennes entreprises prévoient de virtualiser une grande partie de leur serveur d'ici 2012. La virtualisation offre un certain nombre d'avantages, y compris la capacité à déployer plus rapidement des applications logicielles, une meilleure disponibilité de la puissance informatique et une reprise après sinistre optimisée. Selon l'étude du groupe de recherche Ovum, tous ces projets de virtualisation du serveur peuvent néanmoins provoquer des complications inattendues sur les infrastructures de stockage des entreprises concernées. Les clients sont donc à la recherche de réponses à leurs craintes et à leurs doutes sur un marché constituant un vrai terrain de jeu public, à la fois dans le domaine du matériel et du logiciel ; un marché sur lequel les entreprises capables de proposer des solutions « tout-en-un » sont très rares. Le choix de partenaires appropriés jouera donc un rôle essentiel pour la réussite d'une entreprise, explique IDC.

**RÉSUMÉ:** Les clients, en particulier les petites entreprises, sollicitent plus que jamais de l'aide. Ils souhaitent obtenir des conseils sur la stratégie informatique, le Cloud, l'intégration et de nombreuses autres problématiques de plus en plus complexes. Notre réseau de revendeurs constitue leur point de contact et première source de réponses. Mais comment ces revendeurs peuvent-ils obtenir leurs réponses ? ?

Dell investit dans ce domaine et œuvre à offrir à ses partenaires les plus hauts niveaux d'assistance possible, grâce à son expertise et à l'accès aux principaux acteurs informatiques, afin de leur fournir des réponses objectives et détaillées, qui leur serviront dans leur conversation avec le client. Qu'il s'agisse de serveurs, de logiciels, des aspects légaux de la gestion des licences et du Cloud, des stratégies informatiques, de l'utilisation de systèmes existants, ou autres, le but est avant tout de fournir aux partenaires des éléments concrets pour ouvrir le dialogue et générer des ventes.

Les revendeurs devraient s'engager avec des partenaires IT ouverts et proactifs, qui ont une approche consultative et une bonne appréhension des différents défis ou challenges que peuvent rencontrer les revendeurs s'adressant au marché des petites et moyennes entreprises. Pour savoir comment Dell peut vous aider à relever ces défis et les tourner à votre avantage, veuillez vous rendre sur le site dédié aux partenaires de Dell, le **[Portail PartnerDirect](#)**, ou contactez-nous directement au 0825387666.

