

Champion du smartphone low cost, Wiko s'attaque aux entreprises

Depuis sa création il y a à peine 5 ans, le Français Wiko a su se faire une place au soleil. Il s'inscrit aujourd'hui comme le deuxième constructeur de smartphones en France et le cinquième en Europe (hors ventes opérateurs, selon GFK). En 2016, il aura vendu 15 millions de téléphones mobiles et réalisé 500 millions d'euros de chiffre d'affaires. Pas mal pour une entreprise qui a démarré dans un garage à Marseille autour de 4 personnes. Depuis, 500 salariés les ont rejoints, dont 200 en France (et une bonne partie du reste dans les usines et dans le centre de R&D en Chine).

Accompagner l'entreprise de A à Z

Il n'en reste pas moins que « *vendre du matériel devient une commodité* », souligne Raphaël Syren chez Wiko. Un constat qui pousse le fabricant à chercher sa croissance ailleurs. Notamment du côté des services aux entreprises. C'est en ce sens que le Français lance Wiko Business Solutions. Une nouvelle entité que le constructeur présente dans le cadre du salon Mobility for Business (8 et 9 novembre à Paris) où il est présent pour la première fois.

« *Environ 90% des clients sont en demande de solutions pour gérer leur mobilité* », raconte Raphaël Syren (en photo ci-dessus), en charge de la nouvelle division. D'où la volonté du constructeur « *d'accompagner l'entreprise de A à Z dans son projet de mobilité* ». Un accompagnement qui, après un an de développement de l'offre, se traduit par une série de cinq solutions autour du conseil en sélection de produit, du test grandeur nature avant achat, de la sécurité, d'un service premium pour traiter les demandes spécifiques et proposer de la localisation de flotte, ou encore du développement applicatif.

Les partenaires piliers de l'offre B2B

Wiko se veut pragmatique et n'entend pas tout faire seul. « *Nous n'avons pas la prétention de tout savoir et nous nous appuyons sur des partenaires pour apporter une expertise plus pointue* », annonce le responsable. Ce qui s'illustre notamment dans WiBUILD, une plate-forme de développement d'applications mobiles pour répondre à des besoins spécifiques de l'entreprise et pour laquelle le constructeur s'appuie sur la solution de Daxium, une autre pépite de la French Tech. « *C'est une grosse boîte à outils qui permet de développer assez rapidement des applications* », explique notre interlocuteur. La plate-forme offre une interface en mode Cloud qui permet de faire apparaître les données souhaitées par drag&drop dans l'application mobile. « *Cela permet de faire de la collecte d'informations, notamment de géolocalisation, d'envoyer des tâches aux utilisateurs de terrain pour de la maintenance, de réaliser des apps d'identification de tags, entre autres.* » Des applications qui répondront dans la majorité des cas aux besoins des PME principalement.

Côté sécurité et gestion de flottes, Wiko proposera d'intégrer des solutions de MDM (gestion de flottes de smartphones, avec prise de contrôle à distance) et de MAM (gestion des applications) sur

ses modèles. « *Les clients resteront libres d'installer la solution qu'ils souhaitent* », rassure le responsable. Là aussi, Wiko s'appuie sur un partenaire dont Raphaël Syren ne peut pas encore révéler le nom faute de finalisation de l'accord le jour de cet entretien. « *Mais c'est un acteur majeur du MDM* », assure-t-il.

Accélération des recrutements en 2017

Basé à Paris, Wiko Business Solutions est aujourd'hui animé par trois personnes. Un peu juste pour assurer l'accompagnement des clients. « *On commence à peine à communiquer sur le service B2B et nous allons accélérer les recrutements en 2017* », promet le responsable. Qui ajoute que la division B2B s'appuiera aussi sur les équipes de développement Android basées à Marseille et celles de la R&D en Chine. « *Nous allons surtout jouer le rôle du chef d'orchestre.* » A titre d'illustration, Raphaël Syren a récemment eu recours aux équipes internes pour faire signer l'application d'un client avec le certificat constructeur de Wiko. Bref, en accompagnant ses clients au-delà de la seule offre matérielle, le constructeur, qui se lance par ailleurs sur le marché des objets connectés grand public (avec un bracelet traqueur d'activité et une oreillette Bluetooth), entend plus que jamais affirmer son image de *game changer*.

Si, pour l'heure, les ventes de smartphones aux entreprises représentent 15% de son chiffre d'affaires, les nouveaux services B2B pourraient bien gonfler cette part à un niveau plus significatif. « *Le marché de l'entreprise est plus rentable* », laisse entendre Raphaël Syren. Un marché sur lequel, au-delà des services annoncés aujourd'hui, Wiko travaille aussi sur des interfaces de pilotage d'objets connectés à partir de ses terminaux. Autant d'activités complémentaires à la vente de smartphones, qui pourraient permettre à Wiko de tracer sa route vers le milliard d'euros de chiffre d'affaires.

Lire également

[Smartphones et IoT en entreprise : un marché à 200 milliards de dollars en 2020](#)
[7 des 10 premiers constructeurs de smartphones sont chinois](#)