

Dell confirme: à nous l'électronique grand public

Quinze jours après avoir annoncé son intention d'attaquer le marché de l'électronique grand public, le constructeur d'ordinateurs Dell détaille aujourd'hui sa stratégie.

Le groupe américain va ainsi lancer avant les vacances de Noël un service de vente de musique en ligne, un lecteur de fichiers musicaux (le Dell Digital Jukebox), un téléviseur à écran plat et un nouvel ordinateur de poche. « *Nous voulons que nos clients puissent profiter de la musique, des films, des vidéos et des communications personnelles quand, où et comme ils le désirent* », a expliqué le PDG de Dell, Michael Dell. Il s'agit pour Dell de diversifier ses offres et ne plus être complètement dépendant du marché des PC, un marché hyper-concurrentiel. **Vente directe** « *En 1997, nous n'étions pas encore vraiment présents sur le marché des ordinateurs personnels pour le grand public. Nous sommes maintenant les premiers sur le plus grand marché au monde. Il est imaginable que nous puissions faire de même dans d'autres secteurs* », a déclaré Michael Dell. Pour pénétrer ce marché, Dell compte sur son système de vente directe, grâce auquel il est devenu numéro-un mondial de la vente d'ordinateurs personnels. Mais les analystes estiment que Dell, même avec son système de distribution très au point, devrait mettre du temps avant de dégager des bénéfices sur ce secteur.