

Les partenaires au cœur du S+S de Microsoft

Houston – Depuis sa création, Microsoft a fortement misé sur ses partenaires et leur la proximité du client. Les résultats bénéfiques de cet écosystème vertueux le poussent naturellement à agir de même avec ses services en ligne. Ce n'est donc vraiment pas un hasard si l'éditeur a profité de sa conférence Partenaires (WPC) à Houston ces jours-ci pour lancer ses nouveaux services en ligne aux États-Unis, et les présenter à tous ses partenaires mondiaux : 7.500 présents sur cet événement !

We need You !

« Nos 5.000 partenaires génèrent près de 90 % de notre chiffre d'affaires, et je vous en remercie, » lance Stephen Elop, président de la division Microsoft Business chez Microsoft, sous les applaudissements. « Chaque euro que nous encaissons génère 7 euros de revenus en moyenne pour le partenaire. Par exemple, SharePoint rapporte un milliard de dollars et le marché des services autour de SharePoint s'élève à 5,4 milliards de dollars ! Le Gartner estime que les services en ligne croîtront de 32 % par an jusqu'en 2011, et qu'ils généreront 25 % d'activité supplémentaire. Notre secteur économique évolue, ainsi que celui de nos clients. En tant que partenaire, votre activité va aussi évoluer. » Pour monter à temps dans le train de services en ligne, Microsoft a besoin de ses partenaires, et le leur affirme clairement. Alors, il fourbit des atouts attrayants

Des revenus récurrents et du service à l'horizon

Pour commencer, les services seront vendus par les partenaires, qui en profiteront pour se créer des revenus récurrents. Une notion plutôt plaisante. Ainsi, le partenaire touchera 12 % de la vente, et 6 % des abonnements chaque année (soit 18 % la première année). Un modèle de rémunération très incitatif. Par ailleurs, les partenaires peuvent proposer des services à valeur ajoutée comme l'intégration entre l'annuaire de l'entreprise et le service en ligne, le support utilisateur final (la partie technique étant assumée par Microsoft), etc. De multiples possibilités de couplage avec des prestations restent ouvertes : accès Internet, sécurisation du réseau, administration du poste de travail, migrations...

Quant au développement d'applications, l'éditeur poursuit sa politique de publication des fonctions et API de ses produits, ce qui concerne aussi SharePoint et son Workflow par exemple, sollicité par de nombreuses entreprises pour automatiser simplement des processus. « Sur les services, nous disposons de trois types de partenaires : des opérateurs comme Orange, des spécialistes de l'outsourcing comme Atos, ou des intégrateurs comme ABC Systèmes.

Avec l'arrivée du Cloud Computing et de la collaboration entre plates-formes sur le Web, il y a fort à parier que le marché des prestations autour des services en ligne sera rapidement porteur. En tout cas, il semble bien que ce soit le sens de l'histoire.

[**A lire également, notre présentation de l'offre Microsoft Online Services**](#)