

Microsoft envoie ses "gourous" au secours de Vista

L'opération 'il faut sauver le soldat Vista' entre dans une nouvelle phase. Après avoir injecté 300 millions de dollars en communication et s'être assuré les services du célèbre humoriste [Jerry Seinfeld](#), la firme de Redmond a décidé de passer au deuxième acte : l'envoi de « **gourous** ». Selon une information de *Daily Tech*, au moins **155 représentants commerciaux** se déploieront dans l'ensemble des Etats-Unis, au sein des magasins des plus grands revendeurs tout au long de l'année 2008. Leur objectif ? Aider les clients à choisir leur PC en répondant aux questions susceptibles de concerner Microsoft. Leur tâche consistera, sans doute, à lisser l'image assez négative de Vista. L'ouvrage ne manquera donc pas. L'initiative, lancée à moindre échelle en octobre 2007, dans quelques magasins d'Europe et aux Etats-Unis, devrait connaître une accélération notable au cours de l'année 2008-2009. Cette nouvelle opération de soutien, qui s'ajoute à la toute dernière campagne publicitaire et à l'expérience « Mojave », où des utilisateurs testaient un [Windows Vista grimé](#) en un OS inconnu, confirme un sentiment général de malaise chez la firme de Redmond. Windows Vista reste assez impopulaire surtout chez les entreprises, très réticentes à l'idée d'adopter l'OS, préfèrent rester sous XP. Rappelons que selon une enquête, [35% des PC achetés en entreprise opéreraient un retour sous XP](#). Selon certains spécialistes, Vista connaîtrait même un recul malgré des opérations telles que Small Business Assurance. Avec ses « gourous », la firme de Redmond tente, une fois de plus, d'inverser la vapeur.