

Première annonce Lenovo : rassurer et allécher?

La première annonce de Lenovo, un mois après la validation officielle de la reprise de la division PC d'IBM, était attendue avec impatience : quelle serait la profondeur du changement avec le passage sous contrôle chinois ?

Avant de décrire l'annonce produit (*lire notre article*), Lenovo a tenu à rassurer. Les équipes de la division PC d'IBM restent en place, surtout en occident où le chinois ne dispose pas d'une présence commerciale. Il est donc stratégique de maintenir le réseau indirect, et de travailler à proposer de nouvelles formations et certifications du réseau orientées services. De plus, les accords croisés entre les deux firmes, en particulier avec IBM qui continue d'assurer le financement, participent au maintien du statu quo. D'ailleurs, les commerciaux d'IBM continuent de vendre du PC IBM, même si la marque Lenovo s'est ajoutée sur les produits. Ce statu quo pourrait pourtant évoluer rapidement. Lenovo dispose de gammes de produits qui viennent compléter celles d'IBM. Le chinois consacre d'ailleurs 2% de son chiffre d'affaires à la recherche, et dispose de plus de 800 brevets. Et il faut continuer tant que c'est possible de profiter du nom 'IBM', dont Lenovo peut disposer sur ses produits et dans sa communication pour 17 mois encore (un mois vient déjà de s'écouler depuis la validation de l'acquisition). Il ne serait donc pas surprenant de découvrir prochainement de nouveaux produits Lenovo/IBM, en particulier vers le grand public. Car l'approche du chinois ne concernera pas seulement le professionnel, sur lequel se concentrait IBM. Assurer la continuité donc, pour rassurer les clients et maintenir la relation avec IBM. Mais aussi se préparer à élargir les gammes. Lenovo risque de nous réserver quelques surprises dans un futur proche?