

# Sony Vaio s'attaque au marché professionnel

Sony marche-t-il à contre courant ? Au moment où l'industrie informatique se tourne vers le gigantesque marché du grand public, le fabricant souhaite se tourner avec sa gamme d'ordinateurs portables Vaio vers les entreprises.

Ce qui surprend dans cette démarche, c'est que le client professionnel est généralement persuadé du bien fondé de cette démarche. A savoir que les ordinateurs portables de Sony sont considérés comme des produits de haut de gamme, point de vue confirmé par l'une des technologies d'affichage parmi les meilleures du marché. Ainsi, il faut le dire, que par les prix pratiqués. Ceci établi, il se confirme que le japonais rencontre un énorme décalage entre la qualité de ses produits, qui justifie ses ambitions, et la réalité d'un marché diffus qui peine à rencontrer ses clients entreprises potentiels. Sony aurait-il enfin compris que son problème ne vient pas de ses prospects, acquis, mais de sa stratégie de distribution ? C'est en tout cas ce que sous-entend sa nouvelle annonce, qui associe le produit et les services. Pour résumer, on ne vend pas un produit grand public comme on distribue un produit professionnel ! Les prospects sont persuadés de la qualité du produit, mais les entreprises achètent de l'IBM ou du Dell ! Ceci étant établi, Sony lance donc un nouveau programme, Sony '1' (prononcer 'one'), un programme de qualification, de certification, et d'incitation de son réseau de revendeurs. Ce dernier s'accompagne d'un site Internet spécifique pour « *garantir que les partenaires de sa chaîne commerciale soient capables d'assurer le meilleur service possible à ses clients professionnels* ». Un programme commercial à destination de sa chaîne de partenaires, donc, mais qui s'accompagne d'une offre commerciale apte à séduire la cible professionnelle. Sur ce marché, les portables Vaio s'accompagnent d'une garantie de 3 ans, intervention à J+1 en réparation ou échange standard. Cela suffira-t-il à séduire les entreprises ? Les réseaux de distribution de l'informatique d'entreprise n'ont que peu de liens avec les réseaux grand public. Il n'est donc pas certain que les revendeurs Sony, habitués à une approche audio-vidéo élitiste, prennent la dimension de la mission qui le constructeur leur attribue, quel que soit le cadeau au bout de l'*incentive* ! Nous restons persuadés, et les études réalisées auprès des utilisateurs – de la marque ou non – le confirment, que les ordinateurs portables Sony Vaio sont parmi les meilleurs, en qualité d'affichage tout du moins, mais la réputation ne crée pas le réseau de distribution ! A suivre donc?