

ZTE étend son offre réseau aux entreprises et collectivités

Après son concurrent et compatriote Huawei (lire l'article sur SiliconDSI.fr [Au coeur de Huawei](#)), le chinois ZTE, fournisseur d'équipements télécoms et réseaux, étend son offre jusqu'alors surtout [proposée aux opérateurs télécoms](#) à toutes les entreprises. Une politique globale qui concerne ses filiales française, britannique, allemande, polonaise, turque et américaine.

Accès à très haut débit, vidéoconférence, et numérisation, le fabricant vise essentiellement les équipements de cœur de réseau dans les datacenters des entreprises. Un positionnement qui réussit plutôt bien à Huawei.

Le cœur de réseau pour commencer

La nouvelle offre entreprise sera lancée avec des produits de type switches, des DSLAM ou mini DSLAM, ainsi que [des équipements de vidéoconférence](#). Autant de domaines sur lesquels les équipementiers en place réalisent encore de fortes marges. Mais qu'en sera-t-il avec l'arrivée de constructeurs proposant des prix très compétitifs ? Même si ces derniers ne souhaitent pas – avec raison – mettre uniquement le prix en avant, mais aussi les performances et le respect des standards. Un point crucial, tandis que les concurrents se battent plutôt sur des technologies propriétaires, ou sur une adaptation « *très personnelle des standards* », limitant l'interopérabilité entre leurs équipements.

Une connaissance du terrain

Travaillant depuis des années avec les opérateurs télécom, ZTE est conscient des enjeux technologiques et réglementaires, et souhaite proposer une offre sur mesure pour répondre aux besoins de quatre grandes catégories de clients : les opérateurs alternatifs locaux, les collectivités, les grands comptes et les petites et moyennes entreprises.

« Chacune de ces catégories, très dynamiques, présente à l'heure actuelle des besoins propres, mais qui tendent à fortement converger. C'est la raison pour laquelle nous souhaitons les aider à mettre en place des infrastructures techniques fiables, performantes et ouvertes, qui leur permettront d'envisager le futur avec la souplesse nécessaire dans un contexte d'interconnexion et de demande forte pour des services de très haut débit », explique Antoine Jia, directeur commercial de ZTE France.

Seule solution : la vente indirecte

Cibler toutes ces entreprises nécessite la mise en place d'un réseau de partenaires et donc d'un modèle indirect, long à déployer. ZTE met en avant sa collaboration avec un distributeur et prospecte le panorama de la distribution à la recherche de nouveaux partenaires.

Profil des partenaires recherchés : des sociétés réalisant un chiffre d'affaires compris entre 10 et 100 millions d'euros, disposant éventuellement d'une envergure internationale et d'une solide expérience en matière d'intégration de solutions entreprises.

Évidemment, ZTE se chargera de la formation des distributeurs en organisant régulièrement des ateliers. Toutefois, il faudra convaincre ces partenaires avec des marges et des outils intéressants. En effet, les partenaires régionaux déjà formés à des solutions Cisco, Alcatel et autres Juniper, seront-ils encore prêts à absorber d'autres technologies ?