



Mesure d'audience

Audientia veut impliquer les VAR

L'éditeur ne s'appuie plus uniquement sur des partenaires FAI ou agences interactives.

Pour prendre pied sur le marché des grands comptes, Audientia a décidé d'intensifier sa politique de partenariats avec des VAR. Une vingtaine d'entre eux pourraient être recrutés au cours des prochains mois. Ils seront chargés de la commercialisation de la nouvelle version 3,5 de WebandStats, son instrument de mesure d'audience pour les sites Internet. Cette solution peut être paramétrée pour une utilisation monosite, multisite, et elle convient également pour un intranet. « Nous avons privilégié les partenariats avec les hébergeurs et les agences interactives, souligne Cyriaque Lenfant, président d'Audientia. Mais si ces partenaires conviennent au marché des PME, ils répondent moins bien aux besoins des grands comptes qui nous réclament un outil davantage personnalisé et intégré à leurs serveurs. » WebandStats est pourvoyeur d'une forte valeur ajoutée pour les VAR, puisqu'il nécessite une dizaine de jours de paramétrage en moyenne. Commercialisé à 100 % en indirect, ce produit était jusqu'ici diffusé par des FAI, des hébergeurs, des opérateurs qui jouent le rôle de gros-



Cyriaque Lenfant,
président
d'Audientia :
« Les VAR sont
seuls à pouvoir
répondre aux
demandes des
grands comptes
qui veulent
des solutions
personnalisées. »

sistes et un réseau composé d'une vingtaine d'agences interactives et de SSII importantes (Atos, Cap Gemini...) qui se chargent de l'installation auprès de l'utilisateur final.

La certification est impérative

Les revendeurs devront tous être certifiés dans le cadre du nouveau programme, provisoirement appelé « Valued Audientia Reseller ». Pour obtenir ce label, il leur faudra suivre une formation technique de quatre jours, assurée dans leurs propres locaux par les équipes d'Audien-

tia. Trois jours d'accompagnement chez le client sont ensuite prévus, ainsi que des sessions de formation plus courtes pour les équipes commerciales. L'ensemble du cursus est intégralement pris en charge par l'éditeur. « Grâce à notre mode de commercialisation en indirect, nous pouvons compter sur l'appui de plus de deux cents commerciaux qui relaient notre offre auprès de clients bien ciblés, commente Cyriaque Lenfant. Ils ont tous reçu une formation adéquate et peuvent bénéficier d'un intérêt. » ■

Manuel Broyer