

# 8D, mais pas 8 approches commerciales

Malgré qu'elle soit à la fois prestataire de services et fournisseur de produits, 8D Technologies applique une approche de vente mixte similaire dans les deux cas.

Il y a quelques semaines, la firme montréalaise 8D Technologies prenait part au Consumer Electronics Show (CES) à Las Vegas pour présenter son environnement d'exploitation Java, Cloud9, et le positionner comme plate-forme centrale pour le développement d'applications avancés pour le secteur de l'automobile.

Cloud9 offre à l'industrie de l'automobile une plate-forme de connectivité conforme au standard 1394 et permet aux fabricants de véhicules, aux intégrateurs et aux développeurs de logiciels de concevoir, de développer et de modéliser rapidement des applications logicielles pour les équipements électroniques des voitures de la prochaine génération.

Les applications présentées au CES et disponibles chez 8D incluent le système de positionnement global (GSP), les services audio/vidéo, le centre de contrôle des composantes automobiles (température, ventilations, sièges, etc.) et le système de caméra interne.

La présidente de l'entreprise, Isabelle Bettez, nous explique sa stratégie commerciale. Étant à la fois prestataire de services et fournisseur de produits, 8D Technologies doit adapter sa force de vente à ces deux réalités. « Somme toute, dit-elle, nous privilégions une approche similaire dans les deux cas. Concrètement, nous fonctionnons avec une force de vente directe ainsi qu'avec des partenaires commerciaux.

sont impliqués, nous travaillons en étroite collaboration avec eux et avec leurs clients.

« Cette approche, impliquant des partenaires pour cette commercialisation de nos solutions, est celle que nous privilégions de plus en plus. Lorsqu'un partenaire d'envergure voit dans les solutions de 8D une complémentarité et une valeur ajoutée par rapport à ce qu'il offre, il est à même de propager la bonne nouvelle dans son réseau de clients, souvent fort impressionnant. Disons que pour nous, c'est un retour sur l'investissement plus qu'intéressant. On convainc un joueur qui génère à lui seul beaucoup de projet pour 8D. Nous sommes en ce moment à finaliser ce type d'entente avec quelques partenaires commerciaux importants. » Avis donc aux intéressés.

En ce qui a trait au marketing, 8D Technologies a adoptée une formule d'un genre plutôt hybride : une équipe chez 8D et une équipe complémentaire en sous-traitance. « Le cœur du marketing (vision stratégique, définition du plan de commercialisation, réalisation en partie des outils marketing, etc.) est assuré par l'équipe de 8D, explique la jeune femme d'affaires. L'équipe est restreinte. Notre vision à ce niveau : 8D est une compagnie spécialisée en technologie dont la force est de concevoir, développer et livrer des solutions innovatrices pour ces clients et partenaires. 80% des effectifs chez 8D sont affectés à cette mission et présentent un profil technique. Cela explique d'ailleurs la stratégie de commercialisation de Cloud9, notamment, qui s'effectuera de plus en plus via des partenaires.

« Ceci étant dit, le marketing est un élément clé pour assurer le succès de 8D. Pour tout ce qui touche la production d'outils marketing, les relations publiques, les analyses de marchés etc., nous faisons appel à des spécialistes externes. Très faible courbe d'apprentissage, expertise très pointue qui complète bien celle de l'équipe de 8D, je dois avouer que le rapport qualité/prix est très avantageux. Mais il faut bien les choisir! »

## Quatre créneaux

Pour la commercialisation de Cloud9, 8D vise principalement quatre créneaux/marchés : l'automobile (incluant le transport commercial), le sans-fil (wireless), le jeu (jeux vidéo, télévision interactive...) et l'entreprise (qui inclut les ASP, projets de commerce électronique et de commerce mobile, etc.)

« La façon dont nous choisissons nos partenaires découle de cette orientation, explique Isabelle Bettez. Ils doivent chapeauter ou être très actifs (comprendre : bon volume de clients intéressants pour 8D) dans des marchés que nous convoitons. Nous sommes présentement très impliqués dans le secteur de l'automobile (d'où notre présence au CES) et travaillons notamment avec des partenaires tels que Mindready, qui se spécialise au niveau matériel, alors que nous offrons la solution logicielle (l'environnement d'exploitation intelligent Cloud9 qui permet notamment de développer rapidement des applications distribuées). Des discussions sont également en cours avec d'autres partenaires (intégrateurs de solutions, par exemple) qui desservent l'industrie de l'automobile.

« Notre avantage dans cette industrie est majeur puisque les entreprises comme nous à même de proposer une solution logicielle respectant les standards 1394 de cette industrie sont on ne peut plus rare. On devient alors intéressant pour plusieurs partenaires potentiels, qui le sont aussi pour nous ! »

Dans l'industrie du sans-fil, 8D a entrepris des discussions avec des exploitants canadiens et américains, qui voient une valeur ajoutée dans l'offre de la compagnie montréalaise pour leur réseau de clients. « Nous privilégions également les partenaires en technologie, qui sont actifs dans les créneaux que nous convoitons. »

À cet égard, Isabelle Bettez nous a confié qu'elle et son équipe étaient en « discussion active » avec un des ces partenaires, une multinationale très bien positionnées pour la revente de Cloud9. Au moment de rédiger ces lignes, il était trop tôt pour dire de qui il s'agit. Une histoire à suivre, donc!

Contact:  
[www.8d.com](http://www.8d.com)