

Wooxo relève ses exigences envers son réseau de distribution



Luc D'Urso, PDG de **Wooxo**. Crédit photo : D.R.

Face à des problématiques de sécurité des données qui se complexifient, le fournisseur de solutions de sauvegarde/restauration lance un nouveau programme partenaires plus sélectif. Selon lui, le relèvement de ses critères ne devrait pas réduire le nombre actuel de ses revendeurs.

Wooxo n'est pas présent sur IT Partners 2015 uniquement pour promouvoir ses offres auprès de la distribution IT et télécoms. L'éditeur de La Ciotat (13), spécialisé dans les solutions de sauvegarde/restauration et de recherche documentaire (principalement vendus sous forme d'appliances), est aussi venu annoncer aux revendeurs le lancement de son nouveau programme partenaires. Baptisé I Love Yoo, le dispositif entrera en vigueur le 1er mars. Sa principale vocation n'est pas de permettre au fournisseur de recruter davantage de partenaires, mais de faire monter en compétences son réseau de distribution actuel. « La protection des données est un domaine qui devient de plus en plus complexe. Aujourd'hui, les données peuvent être à la fois être stockées sur site, en ligne et dans des environnements virtualisés. Elles sont de fait atomisées et il ne suffit plus de protéger un serveur pour assurer leur intégrité. Nous devons donc aider nos revendeurs à être à jour des compétences requises », explique Luc D'Urso, le PDG de **Wooxo**.

Trois niveaux de partenariats contre deux auparavant

I Love Yoo propose trois niveaux de certification aux revendeurs. L'obtention du moins contraignant d'entre eux, le niveau « jaune », impose aux partenaires de disposer en interne d'un référent technique certifié sur l'installation et la maintenance des produits de **Wooxo**. Ils devront également assurer la présence de l'équivalent d'une ressource commerciale formée, chargée de développer le portefeuille clients du revendeur labellisé.

Les revendeurs qui souhaiteront accéder au niveau « vert », le label supérieur, devront également aligner un référent technique mais celui-ci devra être davantage certifié, notamment pour afficher des compétences sur des solutions plus complexes. L'exigence est surtout plus élevée en termes de ressources commerciales. Elles devront être 5 à maîtriser les offres de **Wooxo**. En contrepartie, l'éditeur s'engage à fournir aux revendeurs des opportunités d'affaires à hauteur de 20% du nombre de celles qu'ils auront eux-mêmes identifiées.

L'accompagnement de l'éditeur sera encore plus important pour les revendeurs labellisés « vert », notamment en termes d'apport d'opportunités commerciales. Pour en disposer, les partenaires devront cette fois-ci disposer d'une équipe de 30 commerciaux terrain minimum, et toujours d'un référent technique disposant au moins d'un adjoint. Ce nombre de commerciaux peut paraître élevé pour un revendeur informatique de taille moyenne. Mais, il faut savoir que le nouveau programme s'adresse aussi aux



opérateurs (Wooxo travaille par exemple avec Coriolis) et des constructeurs bureautiques qui disposent de forces de vente directe et de réseaux de concessionnaires importants.

Les partenaires les moins compétents sont déjà partis d'eux-mêmes

« La version précédente de notre programme partenaires incluait également des contraintes en termes de compétences techniques et commerciales, mais moins élevées que le nouveau, indique Luc D'Urso. En outre, il ne comportait que deux étages dont le premier ne consistait qu'en une acquisition de discours et de méthode commerciales. Les partenaires remplissant les critères les plus bas perdaient de plus en plus pied, ce qui nous demandait de leur fournir un support plus important autour des projets sur lesquels ils s'étaient positionnés. » Quant au niveau le plus élevé de l'ancien programme partenaires, il correspond globalement au niveau « jaune » du nouveau. Pour Wooxo, le rehaussement de ses exigences envers son réseau de distribution ne devrait pas occasionner de départs dans les rangs des 300 revendeurs avec qui il collabore aujourd'hui. « Ceux qui ne se sont pas investis sont déjà partis et nous avons imaginé notre nouveau programme partenaires avec ceux qui sont restés à nos côtés », indique Luc D'Urso.

Si le programme de Wooxo n'a pas, en tant que tel, vocation à générer de nombreux ralliements de revendeurs, l'éditeur a tout de même besoin de recruter. Notamment pour disposer de davantage de relais dans des zones telles que la région de Perpignan, la Champagne-Ardenne et la Normandie. Créé en janvier 2010, Wooxo a réalisé 5 M€ de chiffre d'affaires en 2014 contre 4,2 M€ l'année précédente. La société connaît une croissance rapide puisque ses revenus de l'année 2012 ne s'élevaient encore qu'à 3 M€.