



Intégrateurs de systèmes Partager les clés du succès

Il est bien connu que le marché du divertissement numérique se développe à une vitesse spectaculaire. L'institut d'études de marché Parks Associates estime que d'ici 2010, le taux annuel de croissance moyen des serveurs multimédia sera d'environ 27 pourcent, un nombre qui attire l'attention quand on sait que le marché du PC traditionnel n'affiche un taux de croissance qu'à un seul chiffre. Tout aussi fascinant, les marges de profit des PC, usées jusqu'à la corde, sont bien faibles comparées à celles à deux chiffres offertes par de nombreux systèmes multimédia domestiques.

**Avis de recherche :
système multiroom
en accès illimité,
sans effort**

Conseil de vente

Concentrez-vous sur les avantages de vos solutions, plutôt que sur les fonctionnalités de votre matériel. Et souvenez-vous : les faits intéressent mais les histoires font vendre.

PROFIL D'UN INTÉGRATEUR DE SYSTÈMES

Jeff Galea, de Boca Theater and Automation, a toujours centré l'activité de son entreprise sur les TIC. Tout en maintenant l'accent sur les éléments traditionnels du home cinéma, tels que l'acoustique, les enceintes, les amplificateurs et les projecteurs, il propose également à ses clients des solutions de réseau de pointe. Cette intéressante association d'offres augmente considérablement la capacité de son entreprise à fournir un accès simple, efficace et sécurisé à tout type de contenu.

Son équipe a développé des solutions uniques pour permettre aux clients de gérer leur contenu A/V numérique via le réseau et donc séparément de leurs données professionnelles (feuilles de calcul, e-mails, documents, etc.). Boca Theater a configuré différents sous-réseaux sur le réseau IP du foyer du client, afin que tous les systèmes audiovisuels et d'automatisation fonctionnent sur un ensemble d'adresses IP différent de celui utilisé par la station de travail dont le client se sert à titre professionnel, pour ses projets, ses e-mails et toute autre tâche bureautique habituelle.

Ces adresses IP dédiées n'empêchent pas seulement les conflits d'adresses IP et les ralentissements de bande passante partagée, mais elles simplifient également l'accès aux imprimantes et la prévention/l'endiguement des virus, entre autres tâches de PC types.

Cette approche permet à Boca Theater de mettre l'accent sur les exigences particulières qui différencient le stockage audiovisuel du stockage des données conventionnelles. En mettant en avant les avantages des disques conçus spécifiquement pour l'audiovisuel (faible consommation d'énergie, fonctionnement générant moins de chaleur et de bruit, optimisation pour les flux vidéo, etc.) auprès du client, Boca se distingue de ses concurrents et élargit ses opportunités commerciales dans le domaine du stockage.

L'approche innovante de Boca Theater assure à ses clients une expérience d'utilisation simplifiée avec, à la clé, une plus grande confiance accordée aux systèmes de la société. Cette confiance est indispensable pour engendrer des ventes de stockage supplémentaires au moment où les clients consomment et produisent davantage de contenu.

Cette croissance et cette rentabilité impressionnantes dans le marché du divertissement numérique (serveurs multimédia numériques, PC multimédia, magnétoscopes et décodeurs numériques, serveurs multimédia NAS) ne sont pas surprenantes, étant donné la multitude de tendances en matière de réglementation, de technologie et de consommateurs régissant ce marché. Conversion des programmes de télévision analogiques en programmes numériques à l'échelle nationale, passage d'une distribution de contenu physique à une distribution électronique, télévision par Internet et HD, innovation CableCARD, automatisation domotique : autant d'éléments qui participent à l'explosion du marché.

Les intégrateurs de systèmes occupent une position unique qui leur permet de comprendre et de tirer parti des interactions de ces tendances du marché, grâce à leurs relations étroites avec les fabricants et avec les consommateurs. C'est dans ce contexte que la NASBA a souhaité rencontrer dix-huit sociétés d'intégration de systèmes importantes, afin de recueillir leur point de vue sur les systèmes de divertissement numérique, sur l'impact du stockage sur leurs plans d'activité actuels et sur la manière dont le stockage influencera leur succès futur.

Les opportunités de stockage se développent

Pour résumer, un intégrateur qui ne vend ni n'installe de solutions de stockage numérique passe à côté d'importantes opportunités de revenu. Comme nous l'expliquons ci-dessous, ces opportunités comprennent les ventes à forte marge d'aujourd'hui ainsi qu'une catégorie émergente d'offres de service à forte marge également, dont la croissance s'annonce florissante et qui devrait donc assurer des revenus réguliers dans le futur.

Les dix-huit entreprises interrogées ont mentionné qu'elles installaient actuellement certains types de solutions de stockage numérique dans 95 pourcent de leurs projets, ce qui prouve combien la demande de stockage de musique, de films et de photos se développe. En effet, une étude de Parks Associates datant de février 2007 a révélé que les consommateurs prévoyaient une augmentation de 50 pourcent de leurs besoins en matière de stockage en 2007.

Trois clés pour réussir dans le stockage numérique

Historiquement, la musique a été la première raison justifiant l'introduction de solutions de stockage numérique dans les foyers, les intégrateurs proposant des solutions sur disque dur aux consommateurs souhaitant conserver de vastes bibliothèques numériques. L'expérience précieuse de ce type d'installations a appris aux intégrateurs trois principes fondamentaux qui vont bien au-delà des systèmes axés sur la musique et soutiennent le succès continu des intégrateurs offrant des solutions de stockage pour tous les types de contenu numérique.

PRINCIPE N°1 : DISTRIBUTION MULTIROOM

Les consommateurs demandent généralement des systèmes d'audiothèque numérique accessibles de n'importe quelle pièce de la maison, ce qui représente un argument de vente considérable, d'après les intégrateurs. Outre le fait d'assurer des revenus aux intégrateurs grâce aux logiciels et au matériel des serveurs de musique, ces systèmes leur permettent d'engendrer des ventes supplémentaires de produits et services annexes, tels que les enceintes et les contrôleurs.

La compréhension de ce modèle de « distribution multiroom » est capitale pour tout intégrateur souhaitant explorer de nouvelles

opportunités en termes de solutions de stockage de vidéos, de films et de photos.

PRINCIPE N°2 : ACCÈS ILLIMITÉ AU CONTENU

Les intégrateurs ont systématiquement noté une intensification de la demande de serveurs de musique de la part des consommateurs, avec le développement des contenus disponibles dans des formats simples et peu onéreux (les iPod et iTunes ont joué un rôle extrêmement important dans cette évolution).

En outre, la simplicité d'accès a permis aux consommateurs d'acheter nettement plus de musique en ligne. Avec l'explosion de leur audiothèque, les consommateurs souhaitent plus de flexibilité quant à l'écoute de leur musique à travers la maison. La solution ? Les serveurs de musique multiroom, qui proposent un référentiel central pour toute la musique acquise par les membres de la famille et en assurent un accès facile, dans toutes les pièces de la maison.

De plus, le contenu doit rester facilement accessible et transférable entre les différents périphériques et/ou systèmes. En effet, les consommateurs ont tendance à éviter les serveurs de musique qui n'offrent pas de synchronisation facile du contenu avec les PC et les périphériques portables. En réponse à cette forte préférence des consommateurs, plusieurs sociétés proposant des serveurs de musique ont ouvert leurs systèmes, de manière à permettre une synchronisation et un partage simples entre leurs plates-formes et les iPods.

Comprenant que les consommateurs souhaitent regrouper tout leurs contenus sur un unique système capable de synchroniser aisément les données issues de différentes sources, de nombreux intégrateurs profitent des opportunités émergentes dans le secteur du stockage de vidéos, de films et de photos.

PRINCIPE N°3 : MAÎTRISE SANS EFFORT

Le principe le plus important que les intégrateurs et les fabricants aient appris ? Une maîtrise simple et intuitive du contenu est capitale pour une vente et une intégration de solutions de stockage réussies. Un produit qui réunirait les exigences standard mentionnées dans les deux premiers principes serait malgré tout susceptible d'échouer sur le marché s'il ne possédait pas une interface utilisateur simple et intuitive.

En fait, on trouve sur le marché des systèmes dont on peut dire qu'ils ignorent les deux premiers principes mais qui ont tout de même la cote auprès des consommateurs, tout simplement parce qu'ils offrent une interface utilisateur de meilleure qualité. Les intégrateurs citent l'iPod comme un excellent exemple de ce phénomène. L'iPod n'est pas par nature un système multiroom (s'il n'est pas connecté à d'autres périphériques) et il ne permet pas non plus de synchroniser et de partager simplement du contenu avec des systèmes autres que iTunes. Cependant, comme les consommateurs considèrent que son interface est exceptionnellement simple à utiliser, la plupart des intégrateurs interrogés intègrent les iPods dans presque tous leurs projets de systèmes.

Conseil de vente

Écoutez les rêves et les objectifs de vos clients et traitez-les comme s'ils étaient uniques et spéciaux. Ces objectifs seront souvent identiques à ceux exposés dans les principes ci-dessus ; soyez par conséquent prêts à présenter à vos clients différentes solutions préconçues parmi lesquelles ils pourront faire leur choix.

Trucs et astuces

Lorsque vous testez l'interface utilisateur (IU) d'un produit que vous envisagez de vendre, ne vous fiez pas à votre seule impression. Demandez à plusieurs de vos employé(e)s et à leurs conjoint(e)s de tester l'IU et de vous donner leur avis avant de vous engager.

Principes en action

Les dix-huit intégrateurs sans exception qui ont participé à cette étude pensent que les trois principes décrits ci-dessus jouent un rôle fondamental dans leur réussite actuelle en matière de systèmes de divertissement numérique. Il est évident que d'autres intégrateurs et fabricants de serveurs numériques domestiques feraient bien d'intégrer ces concepts à leurs modèles de gestion.

Lors de la phase de discussion entre intégrateur et client, au cours de laquelle est conçu le futur système en fonction des besoins et du mode de vie du client, il est important de garder à l'esprit ces trois principes essentiels. (De plus, les fabricants concevant de nouvelles offres de produits et/ou envisageant d'améliorer des produits existants devraient fournir des échantillons d'évaluation aux intégrateurs qui apprécieraient de pouvoir donner leurs impressions, ainsi que celles de leurs clients. Les ingénieurs sont par nature trop familiers avec les produits pour pouvoir évaluer objectivement la facilité d'utilisation de ces derniers.)

Les trois principes présentés ci-dessus sont avant tout basés sur les expériences des intégrateurs qui ont vendu et installé des systèmes dédiés à la musique ces cinq ou six dernières années. Sans surprise, les intégrateurs participant à cette étude considèrent que les mêmes concepts s'appliquent également à l'adoption de nouveaux contenus numériques. Connaître ces principes s'avère indispensable pour pouvoir tirer parti de ces nouvelles opportunités sur le marché du numérique domestique.

Note sur l'auteur

Roland Graham est directeur de NASBA Digital Home, une association d'intégrateurs de systèmes numériques pour le foyer (www.nasbadigitalhome.com). Il est aussi le fondateur et le producteur délégué de www.HDHomes.tv, une plateforme vidéo en ligne qui fournit aux entreprises des solutions de marketing et de communication répondant à tous leurs besoins en termes de vidéo en ligne.

Pour des informations détaillées sur les produits Seagate, les partenaires OEM, la société ou pour devenir client ou partenaire de Seagate, rendez-vous sur www.seagate.com.

**Appel gratuit : 00 8004 SEAGATE (732 4283)
(Appel payant : 001 405 324 4714)**