

# La gratuité, une stratégie commerciale payante

Publié par Laurent BAILLIARD le 1 mai 2009

Accueil **Equipement**

Miser sur le gratuit pour conquérir une nouvelle cible. Voici la stratégie commerciale adoptée par les éditeurs de logiciels Ciel et Ines pour toucher les TPE.



Donner pour vendre. C'est la tendance sur laquelle surfent certains éditeurs de logiciels B to B, à l'image d'Ines et de Ciel. Ce dernier profite notamment du statut d'auto-entrepreneur, mis en place le 1er janvier dernier, pour partir à la conquête des jeunes créateurs d'entreprise. Près de 100 000 personnes ont, en effet, déjà adopté ce statut pour lancer leur activité professionnelle. Seul inconvénient: ces nouveaux acteurs ne disposent pas de ressources financières suffisantes pour acheter les nombreux produits et services dont ils ont besoin pour développer leur activité. Voilà pourquoi Ciel, éditeur de solution de comptabilité, mise sur le gratuit pour conquérir cette cible. «*En offrant un logiciel de gestion spécifiquement développé pour les auto-entrepreneurs, nous les incitons à s'équiper et à utiliser des outils informatiques auxquels ils n'auraient pas pu avoir accès*», explique Guillaume Bretin, chef de marché chez Ciel. L'application gratuite Ciel Auto-entrepreneur Facile permet ainsi d'émettre des devis et des factures. Grâce à cet outil basique, les jeunes dirigeants s'accoutument à ce type de logiciel, avant de migrer vers des solutions plus complexes, comme Ciel Profession Indépendant qui coûte 189 euros. «*Mettre un pied dans l'entreprise est pour nous essentiel, car en accompagnant l'entrepreneur dès le début de son aventure, nous mettons toutes les chances de notre côté pour le fidéliser*, souligne Guillaume Bretin. Ainsi, lorsqu'il aura besoin de nouveaux outils plus complexes pour assurer son développement, il achètera plus facilement nos produits.» Mais attention, toi

Paramètres de Gestion de la Confidentialité

Auto-entrepreneur Facile est téléchargeable gratuitement, l'assistance téléphonique d'un an est, quant à elle, facturée 99 euros. L'éditeur propose également une autre formule, disponible à partir de 149 euros sur son site, qui inclut, en plus du logiciel et de l'assistance téléphonique, une session de formation à distance de deux heures...

## Guillaume Bretin, chef de marché chez Ciel

« En accompagnant l'entrepreneur dès le début de son aventure, nous mettons toutes les chances de notre côté pour le fidéliser. »



## Un pari payant

Si Ciel a opté récemment pour cette stratégie, elle n'est pourtant pas nouvelle. Ines l'expérimente depuis 2007. Depuis trois ans en effet, l'éditeur de CRM propose gratuitement un module de gestion de contacts en mode externalisé aux TPE. «*La gratuité nous a permis de travailler notre notoriété auprès des petites entreprises grâce à un bouche à oreille efficace. Cela leur a permis de connaître nos solutions CRM en mode dématérialisée qu'elles n'auraient probablement pas achetées*», assure Julien Duhaubois, directeur commercial d'Ines. Certes, l'application distribuée gratuitement aux TPE est bridée - elle est réservée à deux utilisateurs, avec des tailles de fichiers limités... - mais l'objectif était pour Ines d'éviter d'entrer en concurrence avec ses solutions payantes. Et permettre à ces clients «gratuits» d'évoluer à l'avenir vers des produits plus complets. Pour Ines, ce pari audacieux s'est avéré gagnant. A ce jour en effet, 700 petites entreprises utilisent ce logiciel. Et, cerise sur le gâteau, 15% de ces utilisateurs ont migré vers des solutions payantes! Pour Julien Duhaubois, «*sans cette possibilité d'utiliser notre logiciel gratuitement et sans limite de temps, nous n'aurions jamais pu toucher ces entreprises qui sont aujourd'hui devenues des clients à part entière*».

## Julien Duhaubois, directeur commercial d'Ines

« Sans cette stratégie de la gratuité, nous n'aurions pu toucher la cible des petites entreprises. »

