

Magic OnLine : cap sur la distribution indirecte

Pour faire face aux grands acteurs du marché qui sont ses concurrents, le FAI Magic OnLine lance un programme de vente indirecte dont l'ambition est de doubler un rythme de croissance - pourtant estimé aujourd'hui entre 10 et 15 % - grâce à une rémunération très attractive.

par Ariel Gomez



Le nom fait partie du paysage télécom français depuis 1994, autant dire la préhistoire dans le métier de fournisseur d'accès à Internet qui est celui de Magic OnLine. Et il y est arrivé aussi solidement que discrètement. Alors que l'éclatement de la bulle Internet, les mouvements de concentration ou la mauvaise gestion ont eu tour à tour raison de la grande majorité des petits et grands acteurs qui grenouillaient dans le secteur, Magic OnLine a maintenu le cap avec constance dans son positionnement de fournisseur d'accès à Internet pour les PME et grosses PME. Mieux encore, le FAI basé à Montreuil a traversé les crises sans trébucher, puisque la société est bénéficiaire depuis dix ans.

Avec un chiffre d'affaires de 8 M€ en 2009 (contre 7 M€ en 2008), réalisé avec environ 5000 clients entreprises, Magic OnLine, qui possède une licence d'opérateur de services, se positionne comme un FAI proposant non seulement de l'accès (ADSL, SDSL ; Fibre optique à partir de 2010), mais aussi un nombre croissant de services, qui vont de l'hébergement aux services « cloud computing », en passant par les services mutualisés ou l'interconnexion, sans compter les services à valeur ajoutée autour de l'IP tels, que la voix (IP Centrex), la présélection, le fax... La brique sécurisée fait également partie de l'offre Magic OnLine, à travers des prestations telles que le VPN, la sauvegarde en ligne, le firewall, l'antivirus, l'antispam...

« Nous nous devons d'étoffer notre gamme de services pour pouvoir aspirer à la fonction de guichet unique télécoms pour les PME », explique Benoit Poron, directeur commercial du FAI. Une production qui se fait à l'aide de moyens techniques conséquents. « Notre cœur de réseau s'articule autour de 3 data centers, poursuit-il, que sont ceux d'Interxion à Aubervilliers (93), Equinix à Saint Denis (93), et LD Comm [SFR Business Team, en fait] à Courbevoie (92). Pour le transport, nous travaillons avec un réseau hétérogène, qui est à la fois composé d'Orange, SFR, Completel, mais aussi des DSP, tels que Covage ».

Des fournisseurs qui sont aussi des concurrents, puisque Magic OnLine se bat dans la même cour qu'Orange Business Services, SFR Business Team ou Bouygues Télécom Entreprises. Un combat inégal, eu égard à la différence de taille et de moyens en termes de marketing. Pourtant, le FAI compte bien se démarquer et augmenter sa part de marché en s'appuyant sur un réseau de vente indirecte doté d'un tout nouveau programme.

Doubler le taux de croissance

« Pour 2010, nous visons les intégrateurs réseau, les SSII et SSDI, les web agency... ajoute Benoit Poron. Nous aimerions travailler mieux avec les installateurs télécoms, mais notre offre Centrex concurrence leurs offres ».

Pour amorcer la pompe, Magic OnLine a invité le 11 décembre dernier dans un cercle de jeux à Paris une quarantaine de revendeurs, autour d'une journée à la fois studieuse et ludique (initiation et tournoi de poker). Les participants ont eu la primeur de ce nouveau programme de Vente Indirecte (VI) composé de deux volets : celui des apporteurs d'affaires et celui de la revente en marque blanche, où le revendeur est le seul interlocuteur du client final.

« Notre offre est modulaire, détaille Benoit Poron, et sur la partie contractuelle, nous n'imposons rien aux partenaires ni en termes de durée de contrat ni de minimum de chiffre d'affaires. Et les rémunérations sont très acceptables, même si le partenaire ne fait pas un gros volume. En apport d'affaires, nous reversons tout de suite entre 2 et 3 fois le montant du loyer mensuel, soit 2 à 3 fois plus que nos confrères ».

Pour la marque blanche, Magic OnLine propose à ses revendeurs des tarifs préférentiels, avec une remise sur les prix publics qui atteint 10 à 15 %.

L'objectif de ce programme est de compter fin 2010 quelque 200 partenaires actifs, grâce à la systématisation des rencontres événements et à l'organisation de rencontres centrées autour de problématiques techniques pointues, comme l'agrégation de la monétique, la vidéo-surveillance...

« En 2010, par exemple, nous allons sortir une offre de back up sur GPRS pour les flux monétiques, conclut Benoît Poron, le partenaire pourra faire son marché dans cet environnement ». Objectif de l'opération à terme : multiplier par deux - grâce à la VI - le taux de croissance actuel, qui se situe entre 10 et 15 % par an.