

sur les nouvelles entreprises Internet. L'émission Capital a comparé l'achat de trois CD sur Musicbox et sur le site de la FNAC, étude d'où il ressortait que sur Musicbox, le troisième CD était gratuit. Cela a provoqué un raz-de-marée et nous a donné une crédibilité énorme.»

Cette promotion inattendue, encore soulignée par la rediffusion de l'émission, permet à la nouvelle entreprise de convaincre des partenaires financiers. Dès lors, Musicbox, dont le site marchand a été refait, trouve des locaux adaptés, accueille une équipe fortifiée (12 personnes) et grossit ses stocks. Seule l'attention portée au client demeure ce qu'elle était. Musicbox est allé chercher ses premiers chalands dans les forums. Et ceux-ci, qui progressent chaque mois de 3 000 à 5 000, ont vite joué la carte de la fidélité. «Nous misons sur les prix, sur la qualité du service, sur la réactivité. Une commande (payable par carte bleue ou par chèque) faite en ligne avant 16h est livrée dans les 48 heures dans toutes les régions de France», affirme Corinne Gillet. De fait, le catalogue CD, composé de milliers de titres à succès (variétés françaises et internationales) et d'indémorables moins nombreux, propose une large palette de tarifs. Capables, pour beaucoup, de rivaliser avec ceux des géants de la vente par Internet. En revanche, pas de rayon spécialisé en classique ou jazz... Musicbox ne vise pas le titre de site culturel et reconnaît, dans ces domaines, le savoir-faire des disquaires.

Orienter le client vers un professionnel complémentaire et compétent fait d'ailleurs partie de la nouvelle donne commerciale : «Internet permet d'avoir une vitrine plus rapidement et il offre la possibilité de pratiquer des partenariats, des transferts d'influence. Si on reste seul, ça ne peut pas fonctionner. Il faut communiquer, faire découvrir d'autres sites. C'est une nouvelle façon de travailler.»

D'ici peu, Musicbox atteindra son point d'équilibre financier. Son chiffre d'affaires a généreusement prospéré entre janvier et décembre 2000. Pour autant, Corinne Gillet parle d'évolution maîtrisée, sait qu'il faudra développer les animations, ajouter la publicité en ligne au marketing viral (bouche à oreille). Elle souhaite aussi développer des liens¹ avec des labels indépendants ou des événements régionaux. «On a envie de grandir, reconnaît la dirigeante, c'est ce qui nous fait avancer. Mais nous voulons garder notre identité. Pour moi, les personnes qui répondent au téléphone doivent être de Musicbox. Je refuse de sous-traiter ce service à un centre d'appels.» ■

1. Musicbox vient de créer un partenariat avec un professionnel du secteur matériel hifi, vidéo, lecteur DVD.

Nœuds marins : l'initiation animée

«Il n'existait pas de produit équivalent. Ce CD-Rom permet d'apprendre à faire des nœuds marins et de choisir le meilleur en fonction du contexte.» Pascal Rezzouk, responsable à Angoulême d'une jeune entreprise installée au cœur de Magelis, possède, outre un master of art in interactive multimedia, une solide expérience dans le domaine de la voile. Lui et Alain Tardif, compagnon également expert en épissures et autres pomes de touline, viennent de signer la conception et la réalisation de 40 Nœuds de Marine. Premier du genre, le CD-Rom, animé en images de synthèse, propose une initiation ludique et pédagogique à la réalisation de 40 nœuds essentiels classés en cinq groupes : amarrage, navigation, remorquage, matelotage et autres. Le produit, livré avec des cordelettes, vise tous les publics... des adultes pratiquant le nautisme ou la pêche aux écoles de voile et classes de mer en passant par les simples amateurs d'exercice manuel.

Le CD-Rom coloré, doté d'un glossaire (rôle et fonction de chaque nœud) et d'un index, est en effet d'un usage très simple. Chaque nœud est commenté, replacé dans son contexte d'utilisation et donc montré à plusieurs reprises sous forme de photos, de schémas et d'images de synthèse.

Les séquences animées, en trois dimensions, sont les plus efficaces puisque le nœud se forme sous les yeux de l'utilisateur. Lequel peut, à sa guise, accélérer, ralentir et répéter la démonstration afin de la reproduire aussitôt. «Il faut que la 3D enrichisse le propos, sinon elle est inutile, argumente le responsable de Zookmedia. En l'occurrence, elle nous semblait complètement adaptée au sujet.»

Lancé lors du dernier Salon nautique de Paris, 40 Nœuds de Marine a initié de nombreux visiteurs à la réalisation d'une jambe de chien, d'une demi-clé et de trente-huit autres liens traditionnels. Ses concepteurs souhaitent désormais faire de leur CD-Rom un classique, indispensable sur le territoire national et dans tous les pays baignés par des eaux douces ou salées. A. D. ■



Claude Pauquet

CD-Rom 40 Nœuds de Marine, Editions du Plaisancier. Démonstration sur www.nœudsmarins.com