

BALSAMIQ, SOCIÉTÉ ITALIENNE

Dire la vérité

En jouant la transparence extrême vis-à-vis de ses clients, un ingénieur italien a assuré le succès de sa boîte.

Une petite success-story, voilà qui fait du bien au cœur de la tempête. Giacomo « Peldi » Guilizzoni est encore tout surpris du démarrage fulgurant de sa petite entreprise informatique, en 2008. Neuf mois après la naissance de Balsamiq, il a généré plus de 3 000 clients sur 56 pays et un chiffre d'affaires de 375 000 dollars avec une marge de 84 %... Parce qu'il avait un bon produit, son logiciel Mockups d'aide à la création de maquettes d'interface, et surtout parce qu'il a su la jouer « friendly » avec ses clients. Sa boîte est devenue un cas emblématique des nouvelles règles du marketing vertueux. L'entrepreneur transalpin n'a pas hésité à jouer « *la transparence extrême* », en publiant dès le départ tous ses chiffres de ventes, ses erreurs et ses choix stratégiques sur son blog, et en parlant de sa vision avec passion. « *On ne peut pas mentir sur le Net, alors à quoi bon essayer ? Nous entrons dans une période où ce sont les produits intrinsèquement bons qui émergeront. En étant excellent, vous serez remarqué, le reste suivra.* »

Il a également réagi immédiatement aux questions sur des canaux tels que Twitter, le télégramme du Web, répondu sans délai sur les sites spécialisés dans le suivi client comme getsatisfaction.com, laissé la parole aux utilisateurs sur son site. Giacomo Guilizzoni a su ainsi créer une véritable communauté de clients, devenue à son tour une machine à produire de la notoriété.

S'estimant « *faiseur de sens* », le jeune ingénieur, qui a travaillé six ans dans la Silicon Valley chez Adobe, le géant du multimédia, ne craint pas la concurrence : « *Mockups a déjà été copié par trois sociétés dont le*

seul but est le profit, alors que le mien c'est de contribuer à éradiquer les mauvais logiciels. Le plus opiniâtre, ce sera moi. » D'autant que Mockups dédié aux concepteurs web et aux SSII est très facile d'usage, qu'il est venu répondre à un besoin laissé en friche, le tout proposé à 79 dollars, un prix très léger.

Piloter en réseau

Giacomo Guilizzoni est dans la tradition de la start-up : son bureau est une pièce dans son appartement avec deux tables Ikéa. Il a cependant réussi à embaucher en mars dernier un salarié à plein temps, qui raconte également sur le blog sa vie chez Balsamiq. Mais Peldi travaille avec d'autres personnes, éparpillées sur plusieurs continents. Aussi à l'aise à Mexico, à San Francisco qu'à Bologne pour piloter son entreprise, Peldi, tout comme avec ses clients, ne peut pas se passer de Facebook, Skype, Twitter et autres réseaux : « *Ils me permettent de créer un groupe de personnes ayant le même point de vue que moi, avec lequel je peux travailler sans me préoccuper des frontières géographiques.* »

Ce qui ne l'empêche pas de rester fidèle à sa terre natale. Originaire de l'Émilie-Romagne, il a nommé son entreprise en référence au vinaigre de Modène, fabriqué dans la même région. À l'image du condiment, Balsamiq veut ajouter une note spéciale aux logiciels existants. Sans que l'affaire ne tourne au vinaigre. ■

Gilles Lancrey

Sur son blog, Giacomo « Peldi » Guilizzoni publie ses chiffres de vente, ses choix stratégiques... une décision qui porte ses fruits.

www.getsatisfaction.com
www.balsamiq.com/blog

