

# Mysoft met Power E-M@iler sur le marché

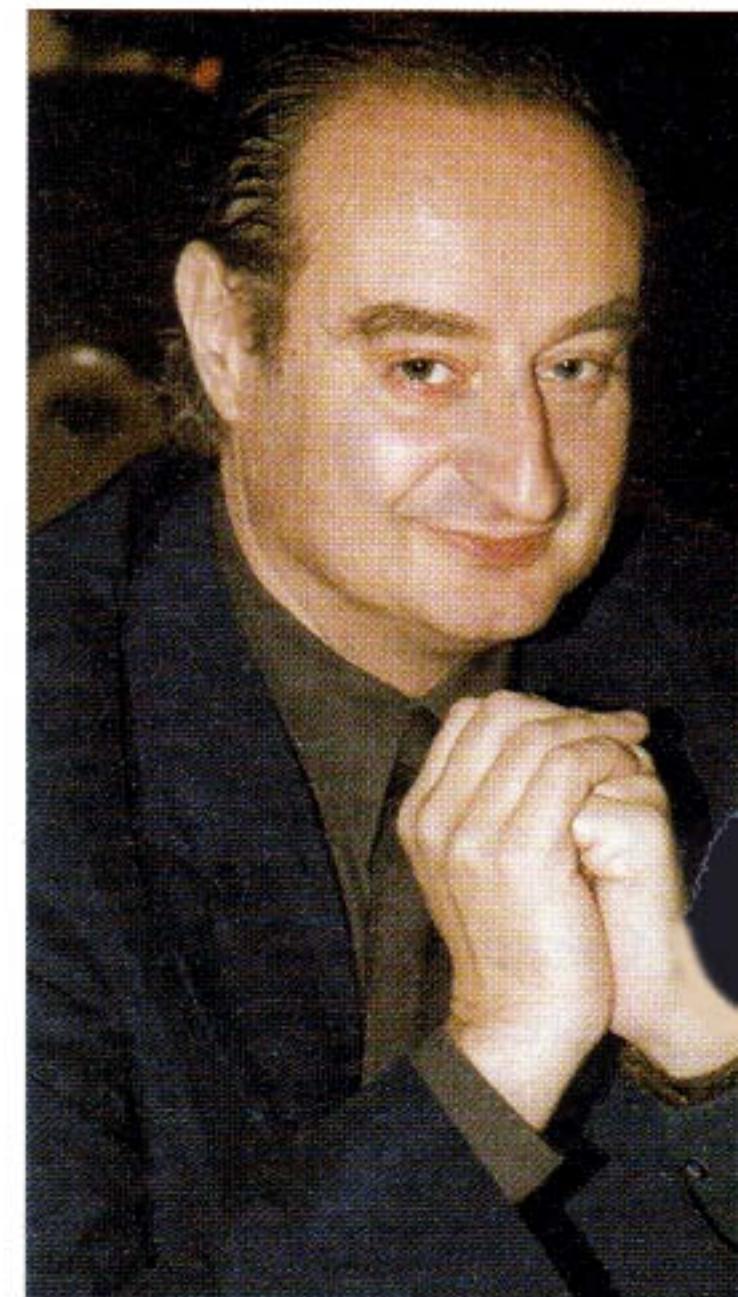
La collaboration avec les grossistes et la participation à des salons spécialisés sont au cœur du dispositif marketing pour lancer la nouvelle offre.

**S**pécialiste des logiciels de traduction et de dictée vocale, Mysoft ajoute une corde à son arc. Son outil de publipostage par messagerie Power E-M@iler est l'un des moins chers du marché. Il est vendu 149 € (ttc), et cible les PME, comme son concurrent Sarbacane de Goto. Fidèle à ses habitudes, l'éditeur insiste sur le marketing. « Nous consacrons en moyenne 25 000 € à chaque lancement de produit », reconnaît Laurent Schuhl, le directeur général, qui souligne l'importance du travail réalisé en amont auprès des grossistes, Ingram Micro, Tech Data et Innelec. Power E-M@iler figure dans l'actuel Techmag de Tech

Data et il sera mis en vedette dans les parutions des deux autres grossistes. Une opération de stimulation des ventes est aussi en cours chez Innelec.

### Des objectifs de vente modestes

Pour sa part, Mysoft édite des fiches produits sur papier destinées aux revendeurs. De plus, E-M@iler est disponible en téléchargement sur son site Internet dans une version d'évaluation (le nombre d'envois est limité). Si le merchandising auprès des grandes chaînes comme la Fnac n'est pas à l'ordre du jour « car l'e-mailing n'a pas besoin d'être démontré », en revanche, l'éditeur sera présent aux salons verticaux. Il participera, notamment, à



**Laurent Schuhl**, directeur général : « Nous avons conçu un emballage explicatif pour faciliter la vente. »

ceux qui sont orientés vers les professions juridiques et médicales. Il prévoit de vendre trois mille licences la première année, un chiffre qui paraît raisonnable eu égard à la jeunesse du marché. ■

AL