

By Paul Belleflamme, 29 March 2013

## Francqui & Prezi



J'ai donné hier la leçon inaugurale de la Chaire Francqui que m'a accordée HEC-ULg. Le titre : *"Les grandes batailles de l'Internet. Un décodage économique"*.

Pour avoir une idée de ce dont j'ai parlé, vous pouvez visionner ma [présentation](#).

Pour réaliser cette présentation, j'ai utilisé le nouveau logiciel de présentation dont tout le monde parle (et que je vous invite à découvrir si vous ne le connaissez pas déjà) : [Prezi](#).

Je n'ai pas utilisé Prezi uniquement comme outil de présentation mais également comme illustration de mon propos. En effet, j'ai consacré une partie de mon exposé à expliquer quelques logiques économiques de la gratuité sur Internet (un thème déjà développé sur ce blog [ici](#) et [ici](#)). Comme vous le lirez (ou l'avez déjà lu) dans ma présentation, le gratuit se justifie en présence d'[effets de réseau](#), de [coûts de changement](#) et d'incertitude quant à la qualité d'un produit. Le logiciel Prezi réunit ces trois propriétés et je profite de ce billet pour pousser un peu plus loin cette étude de cas.



# Prezi

- *Prezi a mis en place différents moyens visant à construire une réelle communauté d'utilisateurs autour de ses logiciels.* Ainsi, les utilisateurs sont invités à s'inscrire via leur profil Facebook, à rendre leurs présentations publiques et même, s'ils le désirent, à permettre à d'autres utilisateurs de se les approprier et de les modifier. Prezi propose également un logiciel de [conduite de réunions](#) et a organisé un [forum](#) sur lequel les utilisateurs peuvent s'échanger des conseils ou poser et répondre à des questions. Enfin, Prezi engage des "[ambassadeurs étudiants](#)" dont la mission est de créer le bouche-à-oreille sur les campus de par le monde. Clairement, *toutes ces mesures visent à générer des effets de réseau* : plus Prezi est adopté, plus il devient intéressant pour de nouveaux utilisateurs de l'adopter aussi.
- Comme la plupart des logiciels qui demandent un certain investissement en temps pour apprendre à les utiliser correctement, *Prezi génère des coûts de changement.* Même si l'utilisation de Prezi est assez intuitive, le logiciel a des fonctionnalités qui lui sont propres et dont l'apprentissage ne sera guère utile pour un autre logiciel. De plus, l'existence d'une communauté d'utilisateurs et de fonctions de partage rend l'utilisateur de Prezi un peu "prisonnier". Quitter Prezi pour un logiciel concurrent signifie donc se priver des bénéfices liés à l'apprentissage du logiciel et aux interactions avec d'autres utilisateurs.
- Comme tout logiciel, *Prezi est un "bien d'expérience"*. On veut dire par là qu'on ne peut en estimer la valeur qu'une fois qu'on a pris la peine d'apprendre comment l'utiliser.

En proposant une [version gratuite](#) de son logiciel (soit via une utilisation en ligne, soit via une version "desktop" qui peut être utilisée gratuitement pendant un mois, soit en assurant la gratuité aux [étudiants et professeurs](#)), Prezi essaie de résoudre les problèmes que soulèvent les trois points qui viennent d'être évoqués. En effet, la version gratuite ...

- ... attire les premiers utilisateurs qui, via les effets de réseau, attireront les suivants;
- ... rassure les utilisateurs qui anticipent qu'une fois qu'ils auront investi du temps dans l'apprentissage du logiciel, se retrouveront "coincés" par les coûts de changement;
- ... permet aux utilisateurs circonspects de se familiariser avec le logiciel et de se rendre

compte de la valeur qu'il représente pour eux.

Bien sûr, l'entreprise qui propose Prezi (une entreprise hongroise, cela mérite d'être souligné) ne pourra jamais être rentable si la majorité des utilisateurs se contentent de la version gratuite. L'idée est bien sûr d'amener un nombre suffisant d'utilisateurs (essentiellement des entreprises) à se tourner vers les [versions payantes](#), offrant une série de fonctionnalités supplémentaires.

Si les chiffres que donne l'entreprise sont corrects,

*"Over a million new users a month. More than one prezi created every second."*

il semble que ce défi a de fortes chances d'être relevé! Et c'est tout ce qu'on leur souhaite.