

Harmoniser voiture et silhouette

Un concessionnaire Chevrolet britannique a aménagé une cabine d'essayage spéciale, équipée de trois grands miroirs et d'une commande à distance. L'acheteur potentiel peut y entrer avec la voiture de son choix et actionner une plaque tournante. En se voyant sous tous les angles dans les miroirs, il peut se faire une idée de l'allure qu'il a au volant du véhicule.

Source: Trendletter.

Guido Swillen ■



CLEVERWOOD Consultants interactifs

Premier acte du programme de la jeune entreprise bruxelloise : des missions de consultance dans le secteur du digital.

Caroline Dubois

« Le métier de webmaster a évolué. Ce n'est plus un homme «couteau suisse» compétent dans différents domaines, constate Olivier Beaujean, *managing director* de Cleverwood. Puisque le niveau d'exigence pour chaque sous-métier a augmenté, différentes personnes se succèdent dans la réalisation d'un projet interactif ou digital. » Partis de ce constat et des nouveaux besoins qui se créent en la matière, quatre jeunes trentenaires ont uni leurs compétences pour créer Cleverwood, en décembre 2007.

La jeune société met des consultants spécialisés dans le digital à la disposition de sociétés. «Nous proposons des professionnels ayant à la fois la compétence technique et une compréhension du business à des clients qui ont des projets web, mobile et/ou iDTV (*Ndlr, télé digitale interactive*)», précise Olivier Beaujean, en charge du *day-to-day* de la nouvelle structure. «Il peut s'agir de la gestion du projet, de la gestion du contenu d'un site, d'une réflexion fonctionnelle sur un site, de son ergonomie, de son animation, de conseils pour exploiter les nouvelles opportunités du téléphone mobile...» Exemple : Fabian Tilmant, un des associés et consultants, est en mission longue durée chez Sanoma Magazines Belgium. Fort de son expérience dans la téléphonie mobile, il guide l'éditeur dans ce domaine.

Les deux autres actionnaires de Cleverwood sont également de vieux briscards du domaine. Jurgen Noël est *digital advertisement manager* chez ING et Laurent Kinet dirige Early Stage, une société de consultance en e-business. S'ils pilotent Cleverwood de plus loin, leur connaissance du secteur permet d'orienter le positionnement et la stratégie de leur nouveau business.

Les quatre mousquetaires sont convaincus du potentiel qu'offre le secteur dans lequel ils croisent l'épée. «Une partie du marché digital est déjà arrivée à maturité. Les besoins et les métiers sont clairement identifiés. Par contre, la télévision interactive ou le marketing mobile en sont encore à leurs balbutiements et offrent des possibilités gigantesques», souligne Olivier Beaujean. Agences et autres consultants ont déjà investi cette niche de services prisée par les entreprises perdues face à ce type de projets. L'avantage de Cleverwood ? «La qualité élevée de notre service. Nous nous engageons dans la durée pour offrir la continuité du service», pointe l'ingénieur civil converti en ambitieux manager.

De l'ambition, Cleverwood en a à revendre. Ses fondateurs visent de préférence les moyennes et grandes entreprises. D'ici 2010, ils souhaitent monter une équipe d'une quinzaine de



LAURENT KINET, OLIVIER BEAUJEAN, FABIAN TILMANT ET JURGEN NOËL, MANAGING PARTNERS DE CLEVERWOOD
«Une partie du marché digital est déjà arrivée à maturité. Par contre, la télévision interactive et le marketing mobile en sont encore à leurs balbutiements...»

consultants permanents renforcée de quelques *freelances*. Ils voient même beaucoup plus grand puisque Cleverwood n'est en fait qu'une entité du «holding», comme l'appelle en souriant Olivier Beaujean, Fair Wood Ventures. «Nous avons d'autres projets tels que des prises de participation dans des petites sociétés actives dans le domaine du marketing digital. Nous avons donc créé la structure nécessaire», explique le jeune entrepreneur. En attendant, les quatre associés se concentrent sur le démarrage de Cleverwood.

www.cleverwood.be