

Collection guide

La maîtrise des budgets télécoms Fixe, mobile, Internet



Une publication

La maîtrise des budgets télécoms

Fixe, mobile, Internet



Ouvrage réalisé sous la direction de Bernard Dupré, Président de l'association CRESTEL.

CRESTEL
10 avenue Frémiet - 75016 PARIS
Tél. : 01 79 97 91 40
www.crestel.org.

Introduction

Depuis quelques années, le foisonnement des offres de services fixe, mobile et Internet place les décideurs des entreprises, petites ou grandes, devant un choix délicat : renoncer aux bénéfices qu'apportent ces nouveaux outils à l'efficacité dans le travail et l'enrichissement des relations clients ou accepter l'envol des factures de télécommunication.

Par ailleurs, le succès grandissant des offres de services informatiques « dans le cloud », en mode SaaS, c'est à dire accessible via un réseau de télécommunication, impose une attention supplémentaire sur les coûts et la qualité de service des prestations d'accès Internet.

Comment tirer avantage des nouveaux produits et services de télécommunications sans se ruiner ?

La solution, on s'en doute, passe par une démarche de contrôle, d'analyse, d'optimisation, et de valorisation des opportunités. C'est à dire, en premier lieu, par la mise en place d'une gestion financière rigoureuse, adaptée au contexte de l'entreprise.

➤ Il existe 4 moyens principaux de maîtriser ses dépenses en matière de services de télécommunications :

- 1** La maîtrise par le contrôle et l'analyse des factures.
- 2** La maîtrise par la régulation des usages, et l'optimisation des processus.
- 3** La maîtrise par la technologie.
- 4** La maîtrise par la mise en concurrence.

La maîtrise commence, en effet, par le contrôle des factures et l'analyse des flux de communications. Subséquemment, il est important de connaître et réguler les usages, les canaliser vers les solutions les plus économiques. On peut ensuite avoir recours à des dispositifs technologiques dont certains peuvent générer des baisses substantielles directs ou indirects de coûts.

Enfin, une bonne connaissance du marché des télécommunications et la pratique régulière de la mise en concurrence constituent l'une des voies les plus sûres et les plus usitées pour maintenir ses dépenses à des niveaux acceptables, et les réduire à volume de communication stable.

Se donner les moyens d'agir efficacement sur chacun de ces 4 axes est la voie qui conduit à une gestion financière optimale des télécoms en entreprise. Elle permet tout à la fois de se doter des dernières innovations utiles à l'exercice des différents métiers au sein de l'entreprise et d'atteindre la performance économique en la matière.



Présentation Crestel P8

Présentation Astra P9

I - La maîtrise par la gestion des factures P11

➤ Analyser sa consommation pour maîtriser ses coûts

1 Les outils d'analyse..... P14

➤ L'outil d'analyse de trafic peut être alimenté par différentes sources

2 Le monitoring des factures..... P19

3 La gestion des contrats et stocks..... P20

II - La maîtrise par la régulation des usages..... P21

1 Les restrictions d'appel P22

2 Le palmarès des grosses factures..... P23

3 La refacturation..... P24

4 Les chartes de bonnes pratiques P25

5 La communication interne..... P25

III - La maîtrise par les technologies..... P27

1 Le système téléphonique P27

➤ La virtualisation

2 La VoIP / ToIP P30

- La convergence des réseaux voix et données
- Les accords économiques de la ToIP
- Les outils de communications collaboratives
- Les raccordements opérateurs en SIP (Trunk SIP)

3 La téléphonie mobile P37

- Les passerelles GSM
- Le WIFI

IV - La maîtrise par la mise en concurrence P41

1 Connaître le marché des télécommunications P42

- Le marketing achat : connaissance des offres et des acteurs

2 Exprimer ses besoins P44

- L'analyse des besoins
- L'analyse de l'existant
- L'analyse des besoins futurs
- L'allotissement

3 Choisir ses fournisseurs P50

- Les documents contractuels
- Les prix
- La qualité de service et le contrat de service
- Service d'assistance et support client
- Couverture et éligibilité

PRÉSENTATION CRESTEL

Crestel rassemble et fédère l'ensemble des utilisateurs professionnels des technologies de l'information et de la communication qu'ils soient entreprises, institutionnels ou collectivités publiques.



Interlocuteur privilégié des autorités publiques, des principaux opérateurs et fournisseurs du marché, Crestel favorise la concertation et l'intermédiation pour orienter le marché des télécommunications au bénéfice des utilisateurs professionnels.

Crestel réunit régulièrement ses membres et sympathisants en présence d'experts pour échanger des points de vue et des retours d'expériences sur les produits et services de télécommunications ainsi que sur l'impact des nouvelles technologies et des nouveaux services sur les organisations, les individus, les modes de production et d'échange dans les entreprises.

Ces partages de connaissance et d'expériences construits autour de commissions et groupes de travail font l'objet de communication : publications, événements de présentation. L'ensemble de ces échanges porte sur les grands axes de développement des TIC en entreprise comme les moyens mis en oeuvre, les choix opérés, les performances, les contrats, les tarifs, les usages.

Plus qu'un simple rendez-vous d'information et d'échange, Crestel par sa convivialité, sa démarche associative et indépendante, son souci de produire une réflexion collective en prise avec la réalité objective des entreprises propose aux décideurs IT un lieu de réassurance incomparable pour conforter leur choix et leurs décisions, et les aider dans leur métier.

PRÉSENTATION AASTRA



Aastra développe et commercialise des solutions de Communication sur IP basées sur des technologies clés telles que SIP pour la convergence voix-données, WiFi et DECT sur IP pour les solutions de mobilité, LDAP pour les annuaires, des interfaces Web Services ou XML pour les portails et les applications unifiées.



Son portefeuille s'étend des serveurs de communications sur IP aux applications de communications unifiées, travail collaboratif, gestion de présence, vidéoconférence, convergence fixe mobile, centre de contacts, complété par une gamme particulièrement riche de terminaux SIP, IP, DECT, etc.

Pour développer leur compétitivité, les entreprises et leurs collaborateurs doivent aujourd'hui plus que jamais échanger, partager les informations, gérer la mobilité. Face à ce contexte et à la multiplication des médias de communication, les solutions de communications unifiées et de travail collaboratif prennent tout leur sens.

Elles contribuent à accroître les performances de l'entreprise tout en maîtrisant les coûts.

A propos d'Aastra

Situé à Concord (Ontario, Canada), Aastra (TSX : AAH) est un groupe international, acteur majeur du marché des communications d'entreprises. La société développe et commercialise des solutions ouvertes de téléphonie sur IP, de communications unifiées et de travail collaboratif, destinées tant aux PME qu'aux grandes entreprises.

Aastra compte 50 millions d'utilisateurs dans le monde et dispose d'une présence directe et indirecte dans plus de 100 pays.

Aastra permet aux entreprises de communiquer et de collaborer plus efficacement en proposant à ses clients une gamme complète de solutions de communications - terminaux, systèmes et applications - basées sur les standards du marché tels que SIP, LDAP, XML, etc.

Pour tout complément d'information : www.aastra.fr
Twitter @Aastra_France

I - LA MAÎTRISE PAR LA GESTION DES FACTURES



Avant l'ouverture du marché des télécoms, les entreprises étaient habituées à recevoir des factures de leur opérateur et à les payer généralement sans une démarche méthodique de contrôle. Avec l'ouverture du marché à la concurrence, les aspects administratifs se sont considérablement complexifiés, et les enjeux financiers ont permis le développement d'un pan entier d'activités et de solutions spécifiques : les **TEM** [pour *Telecoms Expenditure Management*] ou encore **TCM** pour [*Telecom Cost Management*].

Très peu d'entreprises savent répondre aux questions suivantes : canaux voix et data inutilisés, nombre d'appels entrants, nombre d'appels sortants, durée des appels, dépense totale. Or, une connaissance précise de ces aspects permet de prendre les décisions pour améliorer la qualité de l'accueil téléphonique et contribue à la diminution des coûts directs de l'entreprise. Sa compétitivité n'en sera qu'améliorée.

Il devient vital pour toute organisation d'avoir une vision très claire sur leurs dépenses en services télécoms, fixe, mobile, Internet. Le suivi des dépenses et des flux de communication est primordial tout à la fois pour traquer les erreurs de facturation, optimiser le parc, faire évoluer les abonnements et aussi pour disposer des éléments de base pour une bonne mise en concurrence le moment venu, il est notamment recommandé de mettre en place un outil de simulation de coûts avant la signature d'un contrat.

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Que l'on enquête auprès des responsables télécoms des entreprises ou que l'on mesure par échantillonnage le taux d'erreurs des factures on aboutit toujours à des pourcentages qui varient entre 10 et 15% (selon diverses sources concordances Crestel, Cigref, Etsi, etc).

Les causes d'erreurs sont multiples

- erreur dans la tarification appliquée,
- non prise en compte des remises accordées,
- retards dans l'application des changements de périmètres ou d'options,
- erreurs dans le référencement ou l'identification des services,
- défauts dans la structuration de la facture, etc.

La complexité des contrats et services proposés aux entreprises sont pour une bonne part à l'origine de ces problèmes. Quoi qu'il en soit, compte tenu du risque identifié, il est évident qu'un contrôle des factures s'impose pour des raisons économiques et de bonne tenue des contrats.

Deux domaines majeurs sont à prendre en compte :

- 1** Une vision analytique de l'existant et des processus de suivi des prestataires télécoms et opérateurs.
- 2** Une analyse plus technique liée aux communications.

➤ Analyser sa consommation pour maîtriser ses coûts

Qui consomme quoi ? Où se situent les abus ? Quels services consomment le plus et qui contribue le plus à faire gonfler la facture vers l'étranger ? La réponse à ces questions est le point de départ de toute maîtrise des dépenses de télécommunications en entreprise.

Malheureusement, les factures des opérateurs ne fournissent pas, en général, une grande lisibilité. La fourniture de tableaux de bord évolués fait l'objet d'une facturation supplémentaire. Néanmoins, ils représentent une réelle valeur ajoutée. Ces analyses permettent d'intervenir au bon endroit : sensibiliser un utilisateur ou un service, détecter un appareil défectueux, interdire les numéros surtaxés, etc.

Il est souvent indispensable de disposer d'outils adaptés pour collationner et analyser les nombreuses données associés à la facturation téléphonique et aux divers flux de communication dans l'entreprise.

Il peut également être nécessaire de se faire aider par un prestataire de service aguerri à ces analyses, qui dispose d'une méthodologie et des outils qui permettront la construction d'un tableau de bord détaillé, à l'attention des gestionnaires et des rapport synthétique pour les dirigeants.

Les outils de management des dépenses télécoms comprennent généralement au moins trois modules.

ÉLÉMENT N°1

Les outils d'analyse

Ce module comprend les divers axes d'analyse des flux et des coûts tant pour concevoir la politique de régulation des usages en interne, que pour piloter les contrats et les stratégies d'achat de service et de mise en concurrence.

➤ L'outil d'analyse de trafic peut être alimenté par différentes sources

Un logiciel de mesures de trafic et de taxation

Connecté au système téléphonique et installé sur PC voire fourni en mode SaaS, c'est un dispositif d'acquisition de données édités au fil de l'eau, pour interpréter les flux de communication, financièrement et statistiquement.

En plus du trafic des appels sortants, ces logiciels éditent des justificatifs sur les appels entrants.

Certains systèmes téléphoniques intègrent, différents compteurs statistiques d'appels, basés sur des techniques d'incrémentation.

Les logiciels de conceptions récentes, notamment Full Web, permettent de diffuser automatiquement des éditions sur différents supports comme les mails, des fichiers, des imprimantes, etc.

Travaillant sur les données de l'IPBX ou du serveur d'appel, ces logiciels sont les seuls à fournir des informations liées à l'annuaire de l'entreprise (SOCIETE / SERVICE / POSTE).

Ils permettent d'extraire facilement :

- Les tops 10, 20 ou 50 des plus grosses factures,
 - la ventilation par type d'appel : fixe, mobile ou destination surtaxée,
 - une refacturation interne par entité de l'annuaire,
 - des états surveillant un éventuel piratage du PABX,
 - la mesure de la charge de trafic (saturation des lignes),
- qui permettra à l'opérateur d'ajuster le dimensionnement des liens entre le réseau public et le réseau de l'entreprise, ou bien les liens inter-sites dans le cas des entreprises multi-sites.

Ces logiciels sont indépendants des Opérateurs et se basent sur des éléments factuels et vérifiables. Certains logiciels permettent d'imprimer la source des statistiques comme élément de preuve.

Véritables outils d'aide à la décision visant à piloter le poste télécom de l'entreprise, ces outils d'analyse permettent, en outre, de mesurer la qualité de service de l'entreprise grâce à l'analyse des appels entrants (durée de sonnerie, transfert vers qui, non réponse, etc).

Des statistiques fournies par les opérateurs

En plus des fichiers de facture détaillée, les fournisseurs proposent en standard ou en option des rapports détaillés ou tableaux de bord sur la structure des communications qu'ils acheminent.

Des mesures d'indicateurs de trafic ponctuelles ou régulières quantitatives et qualitatives de trafic peuvent être aussi effectuées par l'opérateur, en fonction des besoins :

1 Mesures sur les appels entrants et sortants pour assurer le dimensionnement des accès :

Cette mesure permet d'identifier l'heure la plus chargée du faisceau principal d'un site. Cela permet d'optimiser le dimensionnement de l'accès en terme de nombre de canaux nécessaire au bon écoulement du trafic téléphonique entrant et sortant.

2 Mesures sur les appels entrants pour évaluer le taux d'appels inefficaces:

On mesurera :

- Le nombre d'appels reçus,
- le nombre d'appels efficaces,
- le nombre d'appels inefficaces pour cause d'occupation,
- le nombre d'appels inefficaces pour cause de non réponse.

Toutefois, ces données sont difficilement exploitables car décorrélées de l'annuaire de l'entreprise.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

Mettre en place une politique de maîtrise des dépenses commence par faire un état des lieux de ses moyens propres en la matière, c'est à dire :

- De contrôle des factures,
- de suivi des inventaires,
- d'investigation et d'analyse des flux et des usages,
- de pilotage et de production de rapports détaillés ou synthétiques.

En fonction de la situation constatée il faut mettre en place les moyens complémentaires et dégager les ressources nécessaires pour parvenir à un niveau supérieur de maîtrise financière des télécoms.

Les deux coûts majeurs auxquels sont confrontées les entreprises sont ceux liés à la gestion administrative des factures et à la gestion des consommations (usages).

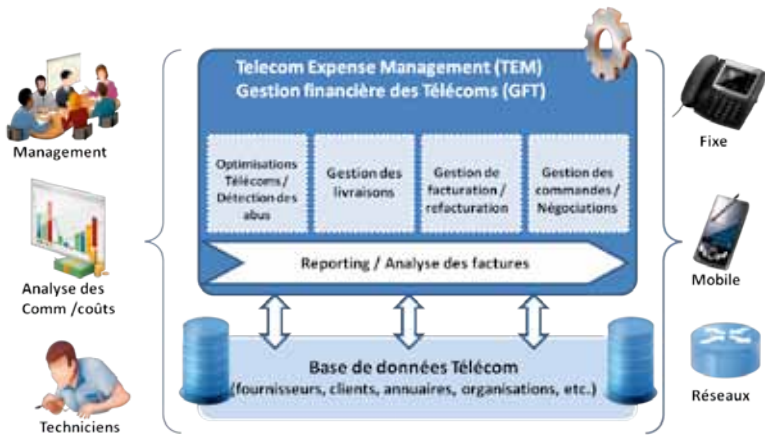
C'est pourquoi la mise en place d'outils spécialisés ou de workflow plus ou moins sophistiqués, selon la complexité de l'existant à gérer, est nécessaire pour aboutir à une réelle efficacité durable dans le temps et à des gains optimums.

Il est possible de développer ou faire développer, des bases de données et des requêtes en interne. Mais il est de loin préférable, pour des raisons de coût et de pérennité, de se porter sur des outils du marché, dès lors que leur modularité et leur paramétrage permet de répondre au besoin de chaque entreprise.

Dans l’immense majorité des cas, les dépenses associées à ces équipements et travaux peuvent être significativement amorties par l’identification d’éléments de réduction des budgets télécoms.

On notera

- La détection d’erreurs dans la facture télécom fixe,
- la détection d’erreurs dans la facture télécom mobiles,
- l’optimisation des offres on-net,
- l’optimisation des coûts de locations de matériels,
- la suppression d’options inutiles,
- la diminution des consommations surtaxées,
- résiliation de lignes sans consommation,
- le contrôle de déploiement en phase de mise en œuvre de nouveaux services.



L’architecture type d’un dispositif de gestion des services télécoms (fixe, mobile, Internet).

ÉLÉMENT N°2

Le monitoring des factures

Ce module comprend le recueil électronique des factures, leur consolidation, la vérification et le suivi du paiement des factures.

Il peut survenir des difficultés opérationnelles dans la mesure où les formats de restitution des données ne sont pas normalisés. Certains opérateurs font payer l'accès à certains niveaux d'information, en particulier les CDR (call data record).

L'étude des factures reçues peut permettre de prendre conscience de l'inutilité de certaines prestations qui devront être résiliées ou modifiées. Une méthode d'analyse permanente peut être mise en place à cette occasion. Il est recommandé d'effectuer cette étude sur une durée significative (3 à 6 mois minimum), afin d'obtenir un résultat le plus proche de la réalité sur la dernière année complète de consommation.

ÉLÉMENT N°3

La gestion des contrats et stocks

Ce module rassemble l'inventaire des lignes, les stocks de terminaux, la gestion des contrats.

Parc des abonnements, détails des options, parc de mobile sont des bases de données que l'entreprise doit maîtriser. L'une des difficultés consiste à initialiser l'inventaire de l'existant dans l'entreprise, compte tenu de la dispersion et du nombre d'équipements de lignes ou de services spécifiques, plus ou moins anciens, que l'on trouve généralement en grand nombre dans les entreprises.

Ce travail peut-être fastidieux et consommateur de ressources, mais il est important et presque toujours rentable.

II - LA MAÎTRISE PAR LA RÉGULATION DES USAGES



La question de la maîtrise des usages des moyens de communication mis à la disposition des collaborateurs s'est posée dès l'introduction systématique du téléphone dans les entreprises, au tournant des années 70.

A cette époque la tentation était déjà grande d'utiliser, de temps à autre, le téléphone professionnel à des fins personnelles, d'autant que le coût des communications était alors élevé.

Depuis la situation a évolué. Le prix des communications téléphoniques a certes diminué, mais les usages et le volume des échanges ont augmenté considérablement en raison de la diversification des appareils et des moyens de communication en voix, données, images (fixe et mobile) mis à disposition des individus.

MESURE N°1

Les restrictions d'appel

La **première mesure** a consisté à utiliser les services de **restriction d'appel** en fonction des besoins métier.

Cette manière de limiter les usages au strict nécessaire pour travailler est toujours en application dans bon nombre d'entreprises.

Toutefois, la diversification des services et l'évolution des grilles tarifaires, modifient les points de vigilance et les paramètres de restrictions.

Ceux qui n'ont pas le besoin de joindre de correspondants en province ou à l'étranger (ou les deux à la fois), peuvent être dotés de postes téléphoniques refusant ce types d'appels. Cette fonction de restriction peut être programmée sur le système téléphonique de l'entreprise ou mise en œuvre par l'opérateur, grâce à la reconnaissance du préfixe correspondant. A noter qu'avec l'apparition des forfaits de communications illimitées, l'intérêt de la discrimination des appels « province » a quasiment disparu. Reste à surveiller les appels de n° surtaxés.

Si les coûts de la téléphonie fixe sont globalement à la baisse, l'augmentation constante du nombre des appels vers les mobiles, encore tarifés à des niveaux supérieurs à ceux des fixes nationaux, peut conduire à la mise en place de restrictions. En particulier le blocage de la fonction de transfert d'appel d'un poste fixe vers un poste mobile.

De plus, la mise en place de solutions de convergence Fixe-Mobile dans les entreprises pour améliorer la « joignabilité » des collaborateurs, conduit à avoir des flux de communications de plus en plus complexes entre les systèmes téléphoniques et les GSM des collaborateurs.

MESURE N°2

Le palmarès des grosses factures

La deuxième bonne pratique en matière de régulation des usages consiste à établir et publier régulièrement des tableaux faisant apparaître les factures les plus élevées par poste.

Les tops 10, 20 ou 50 des plus grosses factures.

Lorsque l'organisation, la taille ou l'activité de l'entreprise le nécessite, il est conseillé de pratiquer cet exercice par unité, établissement ou métier, afin de tenir compte des profils de communication pouvant être très divers au sein d'une même entreprise.

L'intérêt est évidemment d'amener les auteurs des plus grosses factures à plus de parcimonie, surtout s'ils apparaissent régulièrement en haut du palmarès.

L'analyse plus fine des causes, c'est à dire des excès par type d'appel (fixe, mobile, destination, surtaxé), n'est pas toujours nécessaire. Néanmoins, dans certains cas, cela peut permettre de donner des consignes plus précises aux personnes concernées pour les aider à réduire leur facture.

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

La CNIL (Commission Nationale Informatique et Liberté) n'autorise pas (sauf exceptions très encadrées) à effectuer l'analyse des factures sur la totalité du numéro d'appel. Cela pourrait porter atteinte à la vie privée des individus. Il faut savoir que les communications téléphoniques, même professionnelles, entre dans le champ juridique de la correspondance privée.

Néanmoins, travailler sur des listing de numéros à 6 chiffres est suffisant pour effectuer des analyses très précises sur les types d'appel, étant entendu que dans le même temps il est possible de travailler sur la durée et l'heure des appels.

MESURE N°3

La refacturation

Une autre mesure de responsabilisation, dans les grandes entreprises consiste à opérer des **refacturations internes** afin de responsabiliser les cadres dirigeants. Ce travail sera bien sûr long et fastidieux si vous le faites à la main ou si vous avez peu automatisé sa production. Il peut également s'avérer complexe dès lors que vous auriez plusieurs fournisseurs, chacun structurant ses factures de manière différente.

Cet aspect du problème renvoi au chapitre précédent sur l'intérêt de mettre en œuvre des outils appropriés à la gestion financière des télécoms qui facilitent ou automatisent la refacturation intra-entreprise.

MESURE N°4

Les chartes de bonnes pratiques

La régulation de l'usage des moyens de communication en entreprise peut également prendre la forme d'une **charte de bonnes pratiques**. Ces chartes comportent a minima le rappel de la mise à disposition des moyens de communication (téléphone, mobile, Internet, selon dotation des personnels) dans le cadre des activités professionnelles.

On peut trouver ensuite une liste plus ou moins longues de bonnes pratiques ou d'obligations. Par exemple : quoi faire en cas de perte ou de vol d'un téléphone mobile ? Des informations sur la protection des équipements (possibilité de « cadenas » électroniquement un appareil).

Pensez à réactualiser régulièrement cette charte en fonction de l'évolution des produits et services mis à la disposition des collaborateurs et de l'évolution des risques identifiés.

MESURE N°5

La communication interne

Si la charte peut-être utile pour fixer conventionnellement les règles du jeu, le meilleur moyen d'agir sur les comportements est de mettre en place une communication interne adaptée, ciblée et récurrente. Le e-mailing, l'Intranet, le sms, les lettres internes (lorsqu'elles existent) sont autant de moyens pour mettre en place une politique de maîtrise des usages, à la fois proactive (vulgarisation, pédagogie) et réactive (alertes, rappels). La démarche réactive suppose au préalable la mise en place d'outils de détection des anomalies de consommation et de génération des messages.

Dans le domaine des messages proactifs on peut citer les consignes délivrées avant un déplacement à l'étranger, les conseils sur le bon usage des sms en lieu et place des appels vocaux dans certains cas ou pour effectuer des appels mobile à mobile, plutôt que fixe à mobile. Trop d'appels fixe vers mobile concernent des collaborateurs internes que l'on aurait pu joindre facilement sur téléphone fixe (ou se déplaçant dans leurs bureaux).

En matière de réactivité les moyens sont désormais assez nombreux, on peut mettre en œuvre des alertes sur seuil, par sms, e-mail ou message vocal.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

plusieurs séries de mesures permettent de réguler les usages :

- la mise en place de restrictions d'appels,
- la pratique des palmarès (top 20, top 50) des grosses factures,
- la refacturation interne,
- la mise en œuvre, la réactualisation et la promotion d'une charte de bonnes pratiques,
- avoir le souci de développer une communication spécifique, pro-active et réactive.

III - LA MAÎTRISE PAR LES TECHNOLOGIES



Dès son introduction dans les entreprises et dans les foyers, le téléphone est apparu comme un formidable moyen de communication interpersonnelle, capable d'effacer instantanément les distances, de créer du lien et de développer les affaires. Mais la question de la maîtrise des dépenses afférentes s'est rapidement posée, en particulier en raison de son mode de facturation à la durée, et en fonction des destinations.

DOMAINE N°1

Le système téléphonique

La profondeur d'analyse de la numérotation (préfixes) varie d'un équipement à un autre, autorisant ainsi plus ou moins de précision dans la discrimination des appels.

Pour espérer aller encore plus loin il faut pouvoir travailler, non plus sur les « préfixes », mais en constituant directement des listes noires (numéros interdits) ou des listes blanches (numéros autorisés), ce qui est possible sur certains équipements ou via des adjonctions (périphériques).

Une variante de la discrimination d'appel sur système téléphonique a été mis en oeuvre par certains pour établir des listes de routage vers différents réseaux d'opérateurs aux fins d'optimiser la facture. Le principe, imaginé à l'ouverture du marché à la concurrence, consiste à choisir l'opérateur le moins cher dans le temps (en fonction des modulations horaire) ou par destination.

Difficile à maintenir à jour, et nécessitant la négociation et l'administration de plusieurs contrats, cette pratique dite du « least cost routing » est aujourd'hui peu pratiquée, mais peut néanmoins s'avérer payante dans certains cas particulier, ou en la combinant avec des architectures de VoIP. (Cf chapitre 4)

Le système téléphonique est un équipement interne à l'entreprise ce qui permet de disposer de rapports de trafic entrant et sortant indépendant de l'opérateur et susceptible de constituer des éléments contradictoires lors des discussions contractuelles ou sur les factures.

➤ La Virtualisation

La virtualisation consiste à faire fonctionner sur un seul ordinateur plusieurs systèmes d'exploitation comme s'ils fonctionnaient sur des ordinateurs distincts. Les technologies de virtualisation permettent une utilisation optimale des ressources ainsi qu'une allocation dynamique de la puissance de calcul en fonction des besoins de chaque application à un instant donné.

Les avantages de la virtualisation sont aussi d'ordre financier car le hardware est optimisé. En effet, dans la situation « classique » d'un serveur physique qui supporte un serveur « logique », le serveur physique n'est que très rarement utilisé juste à hauteur de ses capacités. Il est souvent surdimensionné.

Dans le cas contraire, il serait tôt ou tard « upgradé ». Les frais de maintenance, consommation électrique et climatisation, tout comme la place occupée par les matériels dans le data center ou la salle technique, sont donc optimisés.

Après les systèmes informatiques, la virtualisation a gagné aussi les systèmes de communication d'entreprise. Le serveur d'appels (IPBX) ainsi que les différentes applications de collaboration, d'accueil et de messagerie unifiées peuvent aussi être virtualisées.

Cela permet de les intégrer plus facilement dans le système d'information de l'entreprise au même titre qu'une application informatique. Ceci a donc un impact économique positif puisque les opérations de déploiement, de maintenance, et de PRA/PCA deviennent valables pour les applications métiers et les applications de communication et de collaboration.

DOMAINE N°2

La VoIP / ToIP

➤ La convergence des réseaux voix et données

Historiquement les entreprises exploitaient séparément deux réseaux distincts : l'un pour la voix, l'autre pour les données. Le résultat est la création de deux industries séparées pour opérer, équiper, installer et maintenir ces réseaux. Les structures tarifaires sont également radicalement différentes.

Faire converger la voix et les données sur un même réseau, en l'occurrence le réseau IP, est le principe de base qui a permis l'apparition des technologies VoIP (Voix sur IP) et ToIP (Téléphonie sur IP). On peut noter ici que dans le passé les tentatives d'unification des réseaux avaient plutôt emprunté le chemin inverse avec la transmission de données sur les réseaux de téléphone (principe du FAX).

Cette technologie a permis le développement de nouvelles offres :

1 Les offres basées sur l'externalisation : dans cette catégorie ce trouve une gamme d'offres qui partent du principe que les fonctions d'IPBX peuvent être mutualisées et mise à disposition de plusieurs clients qui ne possèdent plus dans leurs murs que les téléphones. Le central téléphonique se trouve chez le fournisseur, accessible par le réseau en liaison Internet haut débit.

C'est ce que l'on appelle la fonction **Centrex**. Avec la technologie IP cette gamme d'offre prend le nom d'**IP centrex**.

Plusieurs nouveaux entrants, mais aussi certains opérateurs ou intégrateurs, proposent aujourd'hui des offres basées sur ce concept et vendue généralement en abonnement par nombre de postes téléphoniques.

2 Les solutions de type Box pro s'apparentent à la fois aux solutions conventionnelles. En ce sens qu'elles sont articulées autour d'une box dont les fonctions sont assez comparables à celles d'un PBX (central téléphonique) ou dans une version basse d'une passerelle IP, mais aussi du principe de l'externalisation dans la mesure où ces équipements sont fournis en location par l'opérateur et portent l'offre de service de l'opérateur.

3 Les offres de type softphone : La solution la plus simple, qui permette à un utilisateur de PC de téléphoner, est d'équiper celui-ci, d'un ensemble micro/casque et d'un logiciel émulant un poste téléphonique, d'où le nom de softphone. On trouve aussi des combinés téléphoniques se connectant à l'ordinateur sur le port USB ou via un lien bluetooth.

La contrainte

le correspondant doit être équipé du même logiciel et disposer d'un PC en fonctionnement. Les options proposées pour appeler vers des postes téléphoniques ordinaires s'apparentent à des offres d'opérateurs, avec grille tarifaire.

➤ Les apports économiques de la ToIP

Il est facile d'imaginer que l'intégration des infrastructures voix/donnée peut être source d'économie dans différents domaines, aussi bien pour les opérateurs que pour les utilisateurs.

Ainsi des gains substantiels sont possibles sur les coûts d'exploitation grâce à la réduction des frais de maintenance et d'entretien induite par la mutualisation des infrastructures et la standardisation des équipements et logiciels. De plus, les opérations de déménagements, ajouts, suppressions sont facilitées par les reconfigurations logicielles.

Sur le coût des communications on constate de fortes économies sur le trafic intra-entreprise dans le cas de société multisites ainsi que des économies sur le trafic sortant en raison de la concentration des flux et des opportunités de least cost routing, plus simple à mettre en oeuvre dans un environnement IP que TDM (traditionnel).

Grâce à la ToIP et à l'avènement de différentes offres en mode externalisé, il est possible pour les entreprises de mettre en regard des stratégies de dépenses plus ou moins axées sur l'investissement ou le fonctionnement.

Mais l'apport de la ToIP va bien au delà. En effet, en proposant un nouveau système complet de téléphonie numérique et non pas simplement en changeant le mode de transmission, constitue le point de départ d'une nouvelle génération de services de communication basés sur la convergence de l'informatique et des télécoms.

C'est en grande partie grâce à la ToIP et à un nouveau protocole de communication spécialement conçu pour les échanges multimédias, baptisé SIP, que de nombreux services à destination des entreprises ont vu le jour, ou se sont banalisés : la vidéo-conférence, la web-conférence, la messagerie instantanée, la gestion de disponibilité, la messagerie unifiée, l'appel au clic, le numéro unique, le service vocal interactif, le « soft phone », etc.

Or ces services ont un grand mérite et un point commun: ils sont destinés à augmenter les capacités d'échange et de travail collaboratif au sein des entreprises. La contrepartie réside dans l'augmentation des flux de données échangés entre les utilisateurs et entre les systèmes, et qui par conséquent nécessitent un redimensionnement des réseaux de transport de données de l'entreprise (WAN, et LAN).

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

■ Les bénéfices

► L'innovation

- Favoriser l'intelligence collective
- Faciliter les échanges entre personnes
- Mettre en valeur des individus

► La réactivité

- Choisir le bon canal de communication en fonction de la disponibilité de l'interlocuteur
- Répondre même si l'on est déjà en réunion
- Utiliser un canal de communication instantané

► La prise de décision

- Intégrer les communications aux processus métiers
- Utiliser les canaux appropriés pour acter une décision
- Rendre l'entreprise plus agile

► La résolution de problèmes

- Avoir une seule version de document partagée par tous (pas de divergences de versions)
- Trouver le bon interlocuteur grâce aux réseaux sociaux
- Réagir rapidement auprès de la bonne personne

■ La réduction des coûts

► Moins de déplacements

- Organiser des réunions à distance
- Pouvoir partager des documents sans se déplacer
- Réunir virtuellement des équipes dispersées

► Moins de communications téléphoniques

- En utilisant l'outil adéquat en fonction du besoin, certains appels téléphoniques peuvent être remplacés par de la messagerie instantanée
- Gestion de la présence

► Meilleure utilisation des serveurs de messagerie

- Utiliser de véritables outils de stockage et d'échange de fichier afin de ne pas voir exploser la capacité des serveurs de messagerie

► Gain en productivité

- Réduire le temps à chercher ses fichiers dans la messagerie
- Réduire le nombre de messages mail reçus

Les gisements potentiels d'économies induits par la ToIP et les communications collaboratives.

➤ Les outils de communications collaboratives

Les entreprises cherchent en permanence à réduire leurs coûts et à optimiser leurs ressources. Cette nécessité est encore plus vraie dans un contexte économique défavorable.

Les applications de communications collaboratives sont des outils, qui permettent d'enrichir et de fluidifier les échanges d'informations entre les utilisateurs internes et externes, et de favoriser la productivité collective grâce à la collaboration. Au-delà des aspects de productivité, le bénéfice est économique ; il concerne les économies (court et long terme) réalisées grâce à la réduction des temps de déplacement et de mise en place de réunions.

Aujourd'hui, les communications collaboratives permettent de rationaliser et d'informatiser plusieurs tâches pour en réduire les coûts et en augmenter la qualité.

Quelques axes d'optimisations économiques

1 Réduction des frais des services et d'exploitation, comme les frais de déplacement ou de déménagements, grâce à une gestion centralisée du système de communication de l'entreprise.

2 Consolidation de l'infrastructure de communications pour réduire les coûts en remplaçant de nombreux produits par les fonctions intégrées des nouvelles solutions de communications unifiées.

3 Réduction des flux de mails inutiles grâce à l'utilisation de la présence et la messagerie instantanée. Ceci a un impact économique positif et direct sur les capacités de stockage de données dans l'entreprise.

4 Optimisation du capital humain en favorisant l'efficacité individuelle, les groupes de travail et la collaboration.

5 Télétravail et vidéoconférence : Faire des économies suite à la mise en place de solutions pour favoriser le télétravail et les réunions virtuelles, et ainsi réduire les coûts liées aux déplacements inutiles ou évitables, et de participer à l'amélioration de la productivité collective de l'entreprise (gain immatériel).

➤ Les raccordements opérateurs en SIP (Trunk SIP)

La révolution de l'IP et plus particulièrement de SIP a permis aux opérateurs et à de nouveaux fournisseurs de services télécoms de proposer des services de raccordements directement en IP, permettant ainsi à l'entreprise de générer des économies grâce à la rationalisation des accès opérateurs TO/T2 et aux lignes analogiques existantes, souvent surdimensionnés par rapport aux besoins.

Un autre bénéfice de cette technologie peut se résumer dans la simplification des contrats (surtout pour des entreprises à plusieurs dizaines de sites avec des gestions décentralisées) et une meilleure visibilité du taux d'utilisation des accès opérateurs.

Le raccordement opérateur en SIP(ou Trunk SIP) est une technologie devenue mature permettant de créer un réseau privé virtuel (VPN) entre un équipement installé dans l'entreprise (IPBX ou passerelle IP) et l'infrastructure de l'opérateur de Voix sur IP. Une fois mis en place, le Trunk SIP permet de faire transiter les appels directement en IP sous le protocole SIP.

Le Trunk SIP permet donc de remplacer les abonnements téléphoniques RTC et de bénéficier de tarifs d'appels particulièrement réduits. Les abonnements se souscrivent en format TO ou 1T2 et les offres opérateurs commencent à se structurer et se diversifier en France.

DOMAINE N°3

La téléphonie mobile

Les moyens de restriction des appels sortants sur ce type de service sont plus limités que sur les téléphones fixes. Néanmoins, il est possible de demander à son opérateur l'ouverture ou la fermeture de certains services (par exemple l'autorisation du roaming international) ou encore de programmer directement dans la carte SIM, à l'aide d'un boîtier de programmation, des séries de numéros autorisés.

➤ Les passerelles GSM

Aujourd'hui plus d'un tiers des appels qui sortent de l'entreprise sont acheminés vers un téléphone mobile. Dès lors que le différentiel de coût entre un appel fixe vers mobile et un appel mobile mobile subsiste en faveur de ce dernier, l'installation d'un dispositif appelé passerelle GSM ou hérisson (en raison du nombre parfois élevé d'antennes nécessaires pour le faire fonctionner) constitue une option rentable, surtout si les cartes SIM insérées dans ces passerelles bénéficient des tarifs négociés par les entreprises pour leur flotte de mobiles.

Ainsi, malgré la baisse progressive du coût de terminaison d'appel mobile programmé par le régulateur, environ 20 % des sociétés françaises seraient aujourd'hui encore équipées de ce type de système, d'autant que leur hybridation avec les techniques VoIP a élargi le spectre de leur usage.

Avec des liens IP, si la passerelle d'un site a trop d'appels à gérer en simultané ou si le réseau GSM de l'opérateur est saturé, les communications peuvent être redirigées à bon compte vers un autre site.

L'entreprise économisera aussi beaucoup si elle compte des filiales à l'étranger. Par exemple, un appel à destination d'un mobile anglais sera routé sur le réseau IP jusqu'à la passerelle de son site britannique, et facturé comme un appel national et non plus international.

➤ Le WiFi

Les réseaux mobile GSM, qu'elle que soit leur génération, 2G ou 3G, fonctionnent sur le principe de l'abonnement, ces services étant exclusivement commercialisés via des opérateurs. Il en va différemment des réseaux WiFi qui peuvent être déployés en réseau privé sur fond propre.

C'est la raison pour laquelle nombre d'entreprises investissent et mettent en place des réseaux WiFi dans leurs entreprises, ce qui permet aux PC portables, mais aussi aux téléphones mobile de type smartphone, de se connecter à l'Internet sans coût d'abonnement et de redevance.

Même lorsqu'ils sont payants les « hotspot WiFi », c'est à dire les accès Internet sans fil public, sont souvent moins chers que les accès GSM, surtout lorsque l'on se trouve en déplacement à l'étranger.

Les équipements de communication électronique sont désormais très souvent bi-mode GSM/WiFi et peuvent ainsi être utilisés à moindre coûts dans les lieux équipés en WiFi et reprendre un fonctionnement en mode GSM dans le reste des cas.

Il est aussi possible d'étendre ce fonctionnement bi-mode aux communications vocales, mais les solutions existantes sont encore loin d'être banalisées. Elles demandent une grande maîtrise technique et sont limitées en nombre de terminaux compatibles.

La convergence Fixe-Mobile basée sur le dual-mode WIFI/GSM peut paraître attrayante pour réaliser des économies. Mais il faudrait prendre en considération les coûts additionnels de l'infrastructure WIFI liés à cet usage (extension et densification de la couverture radio sur le ou les bâtiments pour éviter des coupures d'appels lors des déplacements).

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Après la téléphonie fixe et mobile, et après les liaisons haut-débit et Internet, certaines entreprises (Hôpitaux, cliniques, établissements de formations, hôtels, résidences de tourisme) sont maintenant aussi confrontés à la gestion des flux supplémentaires (Triple-play : voix-vidéo-Internet, VOD, vidéoconférence, etc.) avec des impacts sur leurs réseaux de données et sur le système d'information, ce qui ne réduit pas la complexité. Ceci contraint ces entreprises à penser la gestion de leurs télécoms de manière plus globale afin de mieux maîtriser les coûts.

IV - LA MAÎTRISE PAR LA MISE EN CONCURRENCE



Depuis l'ouverture à la concurrence du marché de la téléphonie en 1998, une formidable opportunité a vu le jour : celle de pouvoir réduire, à service équivalent, l'un des postes des plus importants de dépenses des entreprises.

Nombre d'entre elles ont su en profiter, réduisant couramment leurs factures de téléphonie fixe de 30 à 40% à usage et service équivalent.

Avec le mécanisme de la présélection, puis grâce au dégroupage ou encore par raccordement direct en fibre optique pour les gros sites urbains, un jeu concurrentiel a pu se développer au bénéfice des clients, au premier rang desquels les entreprises. La technologie dite de la voix sur IP (VoIP) participe de cette dynamique positive en permettant la poursuite de la baisse du prix du trafic téléphonique.

Mais de nombreuses questions se posent : comment choisir le meilleur prestataire en fonction de ses besoins et de la qualité attendue ? Comment négocier un bon contrat, régler les litiges ?, quand changer de prestataire ?, etc.

Dans ce secteur il faut aussi tenir compte de l'environnement réglementaire, de la très forte dynamique du marché, de l'émergence de nouvelles technologies, des effets de la convergence voix/donnée et fixe/mobile.

En téléphonie, plus qu'ailleurs, il est recommandé d'être curieux bien informé et perspicace dans ses choix.

ÉTAPE N°1

Connaître le marché des télécommunications

Le marché des télécommunications est un marché réglementé. Cela veut dire que des dispositions particulières (droits, devoirs) ont été édictées par la loi et s'attachent à la délivrance d'un service de *communications électroniques*, puisque tel est le vocable officiel depuis 2004.

Cette réglementation est essentiellement issue de dispositions prises au niveau européen par directives. Lesquelles sont transposées en droit français pour apparaître, pour l'essentiel, dans le Code des Postes et Communications Electroniques (CPCE).

Pour garantir l'application des dispositions réglementaires et permettre l'exercice d'une compétition loyale au bénéfice des consommateurs, chaque pays s'est doté d'un régulateur. Cette Autorité de régulation (ARCEP pour la France) est en place depuis l'ouverture effective du marché à la concurrence, en 1998.

➤ Le marketing achat : connaissance des offres et des acteurs

Les prestataires de service de communications électroniques sont appelés opérateurs dès lors que leur activité est assujettie au CPCE. Leur périmètre d'activité peut être local, national ou international. Leur offre peut être adaptée à des segments de clientèle, TPE, PME, grande entreprise nationale ou internationale.

Les principales activités de services que l'on peut distinguer chez un fournisseur de service, sont les suivantes :

- Le raccordement local standard (dit à bande étroite),
- raccordement local large bande par liaison ADSL / SDSL ou variantes,
- le raccordement local en fibre optique,
- le portefeuille des destinations internationales,
- les services à valeur ajoutées (numéros libre appel ou sur-taxés),
- les services mobiles vocaux,
- les services mobiles de données : GPRS, Edge, UMTS, HS-DPA, HSUPA,
- les hot spot Wifi,
- les RPV (réseaux privés virtuels pour une tarification on-net),
- les liaisons louées,
- les services de capacités ,
- les services managés de type Centrex.

De plus, il peut être intéressant de savoir si le fournisseur considéré dispose d'une offre de services connexes tels qu'administration de firewall ou hébergement de site Internet.

D'autres acteurs sont importants dans le contexte des offres aux entreprises, ce sont les intégrateurs de solutions de communication.

ÉTAPE N°2

Exprimer ses besoins

Il est en effet généralement nécessaire sur chaque site d'interconnecter des équipements privés de téléphoniques ou informatiques avec les réseaux des opérateurs. Historiquement appelés installateurs Téléphoniques, ils ont opté récemment pour la notion de SSTR (Société de Service de Télécommunications et Réseaux) marquant ainsi le rapprochement avec l'univers des réseaux informatiques par l'effet de la convergence voix/donnée et sous l'ombrelle des technologies IP.

La corrélation avec les sites à équiper

L'acheteur devra chercher à connaître les opérateurs et les SSTR présents sur un lieu géographique donné, mais aussi les technologies accessibles : possibilité de raccordement en fibre optique, éligibilité ADSL et débit disponible en dégroupage, couverture mobile 2G, 3G, 3G+ (HSDPA).

Quelques chiffres :

Le marché des télécommunications d'entreprise représente en France environ 9,4 milliards, dont 3,8 milliards pour la communication fixe vocale, 2,9 milliards pour les services de données ou d'accès à Internet, et 2,7 milliards pour les services mobile.

Le volume d'affaires est relativement stable au global, même si des mouvements forts s'opèrent au sein de ce portefeuille. Par exemple une croissance actuelle de l'ordre de 20% du volume d'affaires sur la mobilité data.

En moyenne une ligne mobile professionnelle coûte 55 € HT/mois et une ligne fixe 35 € HT.

En téléphonie fixe, la part des abonnements représente désormais près de 50% de la facture.

source Crestel > Mise à jour des chiffres

Pour l'achat de services de communications électroniques, la phase de définition et d'analyse des besoins est particulièrement importante, car elle permet ensuite de rédiger un cahier des charges précis facilitant la formulation de la réponse par les soumissionnaires et la comparaison de leurs offres.

Préalablement à la détermination des besoins, il convient de mettre au point un calendrier de la procédure d'achat. Il convient de prévoir les délais nécessaires pour recenser l'existant, 15 jours à 2 mois de dépouillement des offres, les délais de déroulement des procédures internes de décision. L'analyse des besoins fonctionnels peut faire l'objet d'un marché d'étude préalable, en fonction de la complexité de l'installation prévue, et des moyens matériels et humains disponibles dans l'entreprise.

Étude préalable portant sur

1 L'analyse détaillée des besoins (équipement, services de télécommunication et actions d'accompagnement internes).

2 L'élaboration de scénarios techniques d'infrastructures et de services.

➤ L'analyse des besoins

Il convient d'analyser tout d'abord l'existant avant de déterminer les besoins en volumes et en valeur pour les années futures.

➤ L'analyse de l'existant

Il sera nécessaire de procéder à un état des lieux précis, critique et le plus complet possible en s'appuyant sur :

- Des entretiens avec les différents responsables des établissements concernés par les prestations en cause,
- des relevés d'informations sur les sites composant le réseau,
- des schémas techniques des sites et de leurs spécificités,
- des inventaires des équipements existants et du nombre d'utilisateurs,
- l'état des consommations constatées sur les exercices précédents et des évolutions envisagées,
- l'état des contrats et services connexes,
- la connaissance des contrats de maintenance et autres accords contractualisés.

Si l'entreprise ne dispose pas préalablement d'un système pour mesurer les volumes de prestations consommées (cf chapitre 1), il est conseillé de mettre en œuvre une analyse du trafic sur une durée significative (3 à 6 mois minimum), afin d'obtenir un résultat le plus proche possible de la réalité sur la dernière année complète de consommation.

Cas spécifique de la téléphonie mobile

Par ailleurs, si les services de données représentent une part importante des besoins, il pourra être judicieux d'individualiser ces prestations dans un lot spécifique afin de faire jouer la concurrence et obtenir de meilleurs prix.

Il faudra donc penser à établir un bilan de l'existant spécifique à ce service, parfois appelé data mobile. Il faudra également être attentif au mode de facturation qui peut être à la durée ou au Moctets.

Les résultats sur la facture peuvent être bien différents. Si vous pouvez faire une estimation assez fiable des besoins des différents utilisateurs la solution au volume de Moctets est préférable. C'est souvent possible dès lors que les usages sont limités à des applications internes : messagerie, accès intranet, application métier, etc.

La question du renouvellement des équipements en cours de contrat doit également être traitée lors de la préparation du marché, car les offres de téléphonie mobile intègrent généralement, sous forme de vente liée, l'abonnement et l'appareil en vente ou location. Le client peut certes refuser cette vente liée mais cela risque de surenchérir considérablement le prix des équipements mobiles, sauf pour les très grandes entreprises qui disposent d'un volume suffisant pour négocier directement avec les industriels et grossistes du secteur.

➤ L'analyse des besoins futurs

La transmission d'informations les plus fiables et les plus détaillées possibles concernant les besoins futurs (nombre d'accès, de minutes, de terminaux, etc.) est déterminante pour obtenir de l'opérateur les propositions tarifaires les plus intéressantes.

Cette analyse s'appuiera essentiellement sur des entretiens avec les utilisateurs pour déterminer des projections en terme :

- D'objectifs principaux (opportunités et enjeux),
- d'estimation des développements futurs de l'entreprise en termes d'effectifs et de nombre de sites,
- d'évaluation du montant des dépenses prévisionnelles distinguant l'investissement du fonctionnement,
- d'évolution envisagée des flux téléphoniques,
- débits souhaités pour les échanges de données en fonction des usages prévus, et tout particulièrement en cas de recours à la technologie VoIP,
- d'options technologiques envisageables pour une évolution du réseau,
- d'amélioration portant sur la sécurité des communications et la disponibilité des services,
- d'estimation du coût global nécessaire pour la mise en œuvre des services sous les différentes options technologiques,
- d'estimation des économies potentielles sur les coûts d'exploitation actuels,
- de démarche en coût global prenant en compte non seulement les montants forfaitaires estimés des prestations, mais aussi les coûts de fonctionnement et de maintenance qui seront associés à l'usage du service et éventuellement de l'équipement acheté.

➤ L'allotissement

La définition des lots est particulièrement importante pour permettre aux acheteurs de bénéficier pleinement de l'effet de concurrence.

Il est nécessaire de concevoir l'allotissement en fonction de plusieurs critères propres à la situation de l'entreprise, aboutissant à un compromis entre deux objectifs :

1 S'assurer d'une concurrence suffisante sur chacun des lots, ce qui nécessite d'avoir une première idée des offres disponibles sur un territoire donné et de leur compatibilité avec les évolutions réglementaires et technologiques prévisibles à brève échéance ;

2 Limiter la complexité et les conséquences opérationnelles d'un trop grand nombre de fournisseurs (complexité technique, nombre de factures et charges de gestion).

Ce découpage en lot n'est pas engageant pour le choix des prestataires sur chaque lot, car, après consultation, l'acheteur aura la possibilité d'attribuer plusieurs lots à un même prestataire, en fonction des combinaisons gagnantes.

Le plus souvent, la téléphonie fixe, la téléphonie mobile, le service d'accès à l'Internet, les services de capacité (transport de données) et les services spécifiques à valeurs ajoutées tels que, les services de vidéoconférence, feront l'objet de marchés distincts ou de lots distincts au sein d'un même marché. Néanmoins l'attribution conjointe des prestations de transport de données et de téléphonie fixe ou encore de téléphonie mobile et fixe, peuvent être traités dans le cadre de solutions proposant des services de convergence voix/données ou fixe/mobile (n° unique).

ÉTAPE N°3

Choisir ses fournisseurs

➤ Les documents contractuels

Avant de souscrire il est important de prendre connaissance de tous les documents contractuels et des informations mis à disposition par le fournisseur de service. A la signature, il faut vérifier l'exactitude des caractéristiques de l'abonnement et le détail des services choisis.

Les données quantitatives (nombre de lignes, nombre de postes, etc.), la durée d'engagement, les modalités de résiliation et les prix dont les éventuelles remises accordées sont principalement à contrôler.

La lisibilité du contrat, sa simplicité sont des critères à rechercher. Le nombre et la précision des engagements pris par le fournisseur pour délivrer un service de qualité sont évidemment importants dans une démarche d'évaluation du ratio qualité/prix.

Certains opérateurs se sont engagés dans des démarches de type certification/labellisation ou d'affichage de charte de bonnes pratiques.

Ces initiatives sont intéressantes et permettent de fixer des standards de qualité et de performances dans un univers où les repères sont encore peu nombreux pour les utilisateurs. Mais il faut être conscient que ces éléments n'ont pas de valeur contractuelle.

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Que contiennent les contrats de téléphonie ?

Le contrat de services ou **fiche de souscription** constitue le document de base. Il comporte au minimum les coordonnées du fournisseur et du client, la caractérisation du service (type d'offre, de formule, etc.), la durée d'engagement et les modalités de paiement retenues. Il engage l'opérateur et le client chacun pour ce qui les concerne, au respect des **Conditions Générales de Vente** (CGV) et le cas échéant les conditions spécifiques ou particulières.

Selon les fournisseurs, les engagements de niveau de service, (taux de disponibilité du service, délai de mise en service, délai de dépannage, etc.) sont intégrés aux CGV et aux conditions particulières ou font l'objet d'un document spécifique appelé **contrat de niveau de service** plus couramment connu sous son sigle anglais (SLA : Service Level Agreement).

Ces documents peuvent être amenés à évoluer et comporter par la suite des avenants. **La grille tarifaire** (pour toutes les destinations et tous les numéros d'appels possibles) en vigueur à la date de la signature complète la documentation et fait partie intégrante du contrat, même si elle n'est pas fournie sous format papier.

Les contrats de téléphonie sont des contrats de souscription à durée indéterminées mais peuvent (c'est le cas général) contenir une clause d'engagement pour une période minimale initiale.

➤ Les prix

Les prix et les modalités de facturation des communications sont à considérer avec attention.

La lecture attentive des conditions contractuelles feront peut-être apparaître certains éléments qui vous avaient échappés préalablement :

- Certaines conditions tarifaires ne sont consenties que pour une période limitée du contrat (les premiers mois) Le prix à la minute cache parfois des charges d'établissement d'appel pour chaque communication aboutie, en sus du coût à la durée.
- Les offres de forfaits illimités qui se multiplient sont parfois restreintes par des clauses du contrat.

Trois types de limitations peuvent exister :

1 Les limitations horaires : appel illimité que sur certaines plages horaires.

2 Les limitations en volume : pas plus de X numéros d'appel différents, pas de communication continue de plus Y heures, accès Internet illimité en temps de connexion mais pas en volume de Moctet, etc.

3 Les limitations d'usage : pas de cession d'appel, pas d'usage massif et exclusif pour des appels sortants type télémarketing, etc.

Enfin, certains outils de Gestion Financière des Télécoms (cf chapitre 1) permettent de définir simplement et rapidement l'opérateur par lesquels les coûts téléphoniques seraient les moins importants : Ainsi, pour une période choisie, un outil de simulation recalcule les coûts des communications en se basant sur l'offre tarifaire d'un ou plusieurs opérateurs, mettant en évidence l'offre la plus intéressante.

➤ La qualité de service et le contrat de service

Les critères de base :

La libéralisation du marché et la formidable diversification des technologies font émerger de nouveau type de problèmes inconnus avec la téléphonie traditionnelle délivrée par un seul opérateur sur des réseaux dit commutés. C'est pourquoi le contenu du contrat portant sur les engagements de niveau de service est à regarder avec attention.

Les 3 principaux critères fonctionnels sont les suivants :

- 1 Délai de mise en service.
- 2 Délai de dépannage.
- 3 Débit de la ligne (voie montante et voie descendante).

Le délai de mise en service est normalement assez facile à contractualiser. Encore faut-il s'entendre sur le service, ses caractéristiques essentielles, ses options.

Pour la clause de dépannage, le milieu des télécoms, fait généralement usage de la notion de **GTR** (Garantie de Temps de Réparation) Un même opérateur peut être amené à proposer des tarifs différenciés en fonction du niveau d'exigence : 2h ou 4h, 7 jours sur 7 ou hors week-end, etc.

Attention à ne pas confondre délai d'intervention et délai de dépannage. C'est bien cette dernière notion qui présente de l'intérêt pour le client.

Le débit est la caractéristique technique principale d'une offre construite sur un accès Internet. Pourtant il est souvent très mal défini, la notion de débit maximum étant typiquement de l'ordre du « meilleur effort » et non de l'engagement de résultat. Quoi qu'il en soit, il est souvent plus pertinent de s'attacher à définir des niveaux de disponibilité pour chaque service rendu : téléphonie, accès e-mail, accès web, etc.

Lorsque les performances annoncées ne sont pas tenues, des compensations doivent être prévues au contrat. A ces 3 critères on ajoute souvent celui du taux de disponibilité (pourcentage du temps pendant lequel le service est disponible), car même dépanné rapidement, il est toujours préjudiciable pour le business de ne pas pouvoir appeler ou recevoir d'appel (ou les 2 à la fois). Il en va de même pour les e-mails, la messagerie vocale ou l'accès web.

Donc moins cela se produit mieux cela vaut. En téléphonie fixe les taux sont de l'ordre de 95 à quasiment 100%. En téléphonie mobile, du fait de la mobilité et de la saturation temporaire toujours possible des cellules radioélectriques, les taux s'échelonnent plutôt entre 93 et 98% selon les réseaux et les situations d'usage.

Les valeurs communiquées par les opérateurs sont souvent données à titre indicatif, sur l'année. Il peut être intéressant de demander des valeurs types sur un mois afin d'échapper à l'effet de lissage sur 12 mois.

➤ Services d'assistance et support client

Le contrat doit comporter des informations sur la disponibilité du support client, les moyens de contact, et les informations échangées lors du signalement d'un dysfonctionnement ou d'une défaillance.

Les caractéristiques suivantes doivent être spécifiées :

1 Moyens de contact (téléphone, fax, mail, FAQ).

2 Heures et jours de disponibilité.

Ces éléments peuvent avoir été spécifiés préalablement par l'acheteur en fonction de ses contraintes. Il est évident que cet aspect de la qualité de service associé aux délais garantis de remise en service constitue une part prépondérante du coût de la fourniture.

3 Enregistrement et prise en compte des signalements.

Traçabilité des contacts. Un principe de centralisation de l'information est souhaitable et des indications précises doivent être données sur l'information délivrée au client au cours de l'intervention : cause présumée, progression de l'intervention, durée prévisible, etc.

➤ Couverture et éligibilité

La qualité et les performances des services d'accès Internet, de téléphonie IP, ou de téléphonie mobile varient avec l'endroit où va se situer la connexion.

Dans le cas le plus défavorable, il n'y a pas de service du tout (zone non couverte). Dans d'autres cas, le jeu concurrentiel est limité (zone non dégroupée pour l'ADSL). Dans tous les cas, le débit (et donc la gamme de services possibles ou le confort d'utilisation) et la disponibilité du service peuvent être grandement modifiés par la localisation géographique.

Internet et téléphonie IP : il est important de savoir si les lignes téléphoniques qui raccordent l'établissement sont éligibles à l'ADSL, le SDSL ou la fibre optique, et plus précisément si elles permettent de transporter des débits suffisants pour accéder aux services choisis. Ceci peut être particulièrement critique pour les sites isolés et de petite taille (boutique, mairie en zone rurale, etc).

Téléphonie mobile : A chaque technologie (GSM, GPRS, EDGE, UMTS, HSDPA) correspond une zone de couverture. En fonction de ses besoins il faut donc vérifier auprès de l'opérateur s'il est possible sur le site d'accéder aux services choisis.

Des tests d'éligibilité « théorique » ou des cartes de couverture géographique sont mis à disposition sur les sites Internet des opérateurs. Mais il est généralement nécessaire de demander expressément dans le cahier des charges de consultation, des indications précises en fonction des besoins identifiés par l'entreprise.

Collection guide

La maîtrise des budgets télécoms

Fixe, mobile, Internet



La maîtrise des budgets télécoms : Fixe, mobile, Internet a pour objectif d'aider les entreprises dans leur démarche. Il passe en revue les moyens disponibles pour maîtriser les dépenses en matière de services de télécommunications.

Conception et maquette :

imb
imprimerie moderne bayeux

www.imb-bx.fr

Partenaire

A/STRA