

FICHE 9

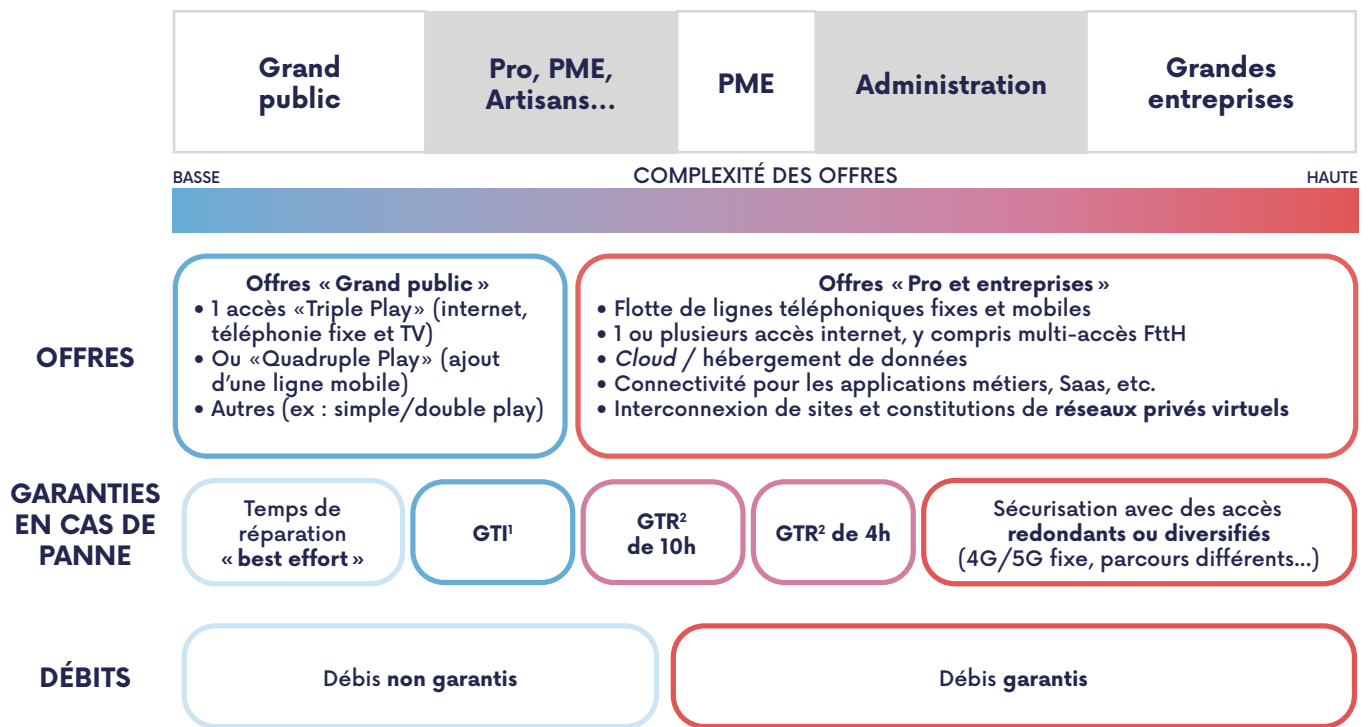
COMMENT DÉTERMINER L'OFFRE LA PLUS ADAPTÉE
AUX BESOINS DE VOTRE ENTREPRISE ?

Le marché des télécoms se divise traditionnellement en trois catégories d'offres, dont deux spécifiquement destinées aux entreprises (sociétés et professionnels possédant un numéro SIRET).

Offres « Grand Public »	Offres « Pro »	Offres « Entreprises »
Particuliers	Artisans, autoentrepreneurs, microentreprises, petits établissements, etc.	Petits, moyens ou grands établissements, ou besoins spécifiques
Offres accessibles à tous les particuliers, sans service client dédié ni garantie de temps de rétablissement^I. Elles sont facturées TTC et sont déconseillées pour un usage intensif (les contrats proposés excluent généralement ce type d'usage).	Offres standardisées avec des services additionnels par rapport aux offres « grand public » (lignes téléphoniques supplémentaires, services dans le <i>cloud</i>, etc.). Elles sont adaptées aux petites structures nécessitant des services professionnels de base.	Offres sur mesure avec une qualité de service renforcée (débit garanti, délai de mise en service, garanties de temps de rétablissement du service en cas de coupure, etc.). Elles ciblent les entreprises avec des besoins spécifiques de haute qualité.

L'une des principales distinctions entre ces différentes catégories d'offres est la qualité de service qui est proposée (garantie de temps de rétablissement, garantie de temps d'intervention, etc.). Pour en savoir plus sur ces notions, vous pouvez consulter : [FICHE 23 : Quelle qualité de service pour les offres fixes proposées aux entreprises ?](#)

I. Les termes surlignés sont définis dans le glossaire en page 122.



1. GTI: garantie de temps d'intervention. L'opérateur s'engage à intervenir, généralement sous 10h, mais sans garantir de rétablissement.

2. GTR: garantie de temps de rétablissement, assortie de pénalités en cas de retard. Ces garanties concernent 25% des TPE et 75% des ETI

FAIRE JOUER LA CONCURRENCE

Dans le cas où votre entreprise a des besoins simples (besoins standards et peu personnalisés généralement couverts par les offres dites « Pro », comme la souscription à une offre d'accès à internet classique sans exigence particulières en matière de fonctionnalités), elle peut **comparer les différentes offres proposées par les opérateurs à partir de l'information commerciale accessible** (en agence, sur le site internet de l'opérateur, etc.) et d'éléments complémentaires fournis par l'opérateur sur demande : pour plus d'information sur les points d'attention avant de souscrire un contrat, vous pouvez consulter : [FICHE 18 : Comment gérer les contrats avec les opérateurs télécoms de votre entreprise.](#)

Dans le cas où votre entreprise a des besoins complexes (besoins spécifiques et personnalisés généralement couverts par les offres dites « Entreprises », comme des services VPN ou de qualité de service renforcée), elle peut **établir un cahier des charges détaillé**, éventuellement avec l'appui de prestataires spécialisés, à adresser par la suite aux opérateurs identifiés au préalable. En cas de renouvellement simultané des contrats pour différents services (fixe, mobile, etc.), il est important de préciser si l'on souhaite une réponse par lot – portant chacun sur un type de services – ou une réponse globale sur l'ensemble des services.

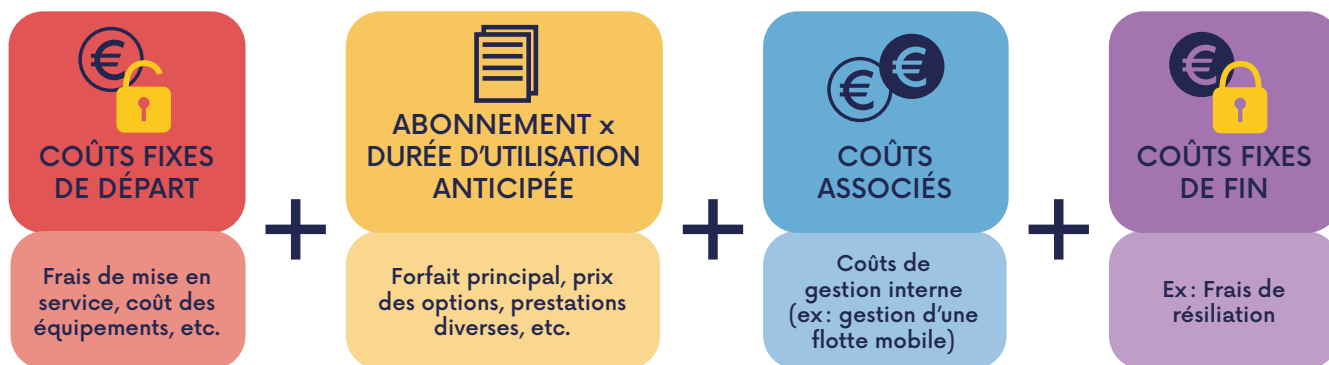


Les offres dites « convergentes » qui regroupent plusieurs services (téléphonie fixe, téléphonie mobile, accès internet, etc.) peuvent présenter certains avantages (gestion centralisée des contrats, interlocuteur unique, remises commerciales, etc.). Pour autant, il est recommandé de comparer chacune de leur composante à leurs équivalents segmentés afin d'identifier la solution la plus adaptée aux besoins de l'entreprise et/ou la plus compétitive.

RÉALISER UN COMPARATIF FINANCIER DES OFFRES

Afin de comparer le coût des différentes offres, il est conseillé de prendre en compte le « coût total de possession », c'est-à-dire l'ensemble des dépenses liées au service sur la durée d'utilisation anticipée, quel que soit le type de service (fixe, mobile, etc.).

COÛT TOTAL DE POSSESSION



Exemples d'analyse du coût total de possession pour les usages liés à la voix :

- **choix entre l'internalisation et l'externalisation des offres de téléphonie fixe** : comparer le coût total de possession d'un IPBX (dont la durée de vie est généralement comprise entre 5 et 10 ans) avec une offre de IPBX hébergé ou une solution de Centrex IP (pour découvrir en détail les solutions de téléphonie fixe : [FICHE 5 : Les offres de téléphonie fixe](#)) ;
- **choix d'une offre mobile avec ou sans terminal inclus** : comparer des forfaits équivalents avec et sans

téléphone inclus, en prenant en compte la fréquence de renouvellement du terminal :

- si la durée d'utilisation est difficile à anticiper, il est conseillé de calculer le coût total de possession, au minimum, sur la durée initiale d'engagement du contrat,
- pour les offres dites « illimitées », il s'agit de les comparer avec des offres « au compteur » sur la base des consommations observées sur une période significative (par exemple, une année).



N'oubliez pas de prendre en compte les coûts ponctuels éventuels des différentes offres qui peuvent influencer le coût total sur la durée (par exemple, en cas de dépassement de forfait ou de sortie du contrat durant la durée d'engagement, etc.).

COMPARER LES OFFRES EN PONDÉRANT VOS CRITÈRES

La réalisation d'une grille d'analyse détaillant les principaux critères de choix de l'entreprise et les pondérant en fonction de leur importance, permet de faciliter le choix final en l'objectivant.

Par ailleurs, cette grille peut également être utilisée pour identifier les critères de notation dans le cadre d'un appel d'offres.

Voici un exemple de grille à ajuster en fonction de vos besoins (certains critères de notation n'ont de sens que pour des besoins spécifiques particuliers). Si l'évaluation par coefficients vous semble incertaine, optez pour une classification simple en trois catégories : indispensable, intéressant, sans importance.

Éléments contractuels (pour plus d'information sur ces éléments, vous pouvez consulter : FICHE 18 : Comment gérer son contrat avec les opérateurs télécoms de votre entreprise ?	Coefficient
Durée d'engagement	...
Modalités de résiliation et de renouvellement des contrats	...
Pénalités versées par l'opérateur en cas de non-respect du contrat (exemple : engagement de qualité de service)	...
Qualité de service (pour plus d'information sur ces éléments, vous pouvez consulter : FICHE 22 : Quelle qualité de service pour les offres mobiles proposées aux entreprises ? et FICHE 23 : Quelle qualité de service pour les offres fixes proposées aux entreprises ?	Coefficient
Délai de mise en service	...
Engagement de délai de dépannage	...
Taux de disponibilité du service	...
Garantie de débit ou de temps de latence	...
Couverture géographique mobile (indoor et outdoor)	...
Performances du réseau mobile (débits, latence, etc.)	...
Mise à disposition d'outils d'évaluation des services fournis (débits effectifs, etc.)	...
Assistance et support client	Coefficient
Interlocuteur commercial unique	...
Interlocuteur technique SAV	...
Modalités de traitement des réclamations	...
Rapport détaillé de consommation et de facturation via un espace client	...

- **Outil d'administration** : en fonction de vos besoins, assurez-vous que l'offre dispose d'un outil d'administration simple et performant pour gérer les services (par exemple, pour activer ou désactiver une option ou une ligne) ;
- **Assistance et support** : la disponibilité, la rapidité d'intervention et la personnalisation des offres de SAV influent généralement de manière significative sur le prix des offres. Il est important de proportionner vos exigences aux enjeux pour l'entreprise ;
- **Accompagnement de l'opérateur** : les offres particulièrement riches en fonctionnalités nécessiteront éventuellement un temps d'adaptation et d'apprentissage pour vos équipes. Vérifiez si le prestataire propose un accompagnement à la prise en main de ses services pour faciliter la transition. Les opérateurs peuvent en effet proposer des prestations spécifiques pour améliorer l'expérience client :
 - des conseillers peuvent être dédiés à certains clients (un seul interlocuteur du service client interagit avec le client professionnel et suit à distance les interventions des équipes d'intervention),
 - l'opérateur peut aussi sélectionner des profils « experts » pour assurer les prestations d'intervention auprès des clients finals (mise en service, rétablissement, etc.) ; il garantit ainsi une meilleure exécution ;
- **Clarté du contrat** : la lisibilité du contrat, sa simplicité, le nombre et la précision des engagements pris par le fournisseur sont des critères à rechercher car, *in fine*, ce sont des gages de transparence. Ils sont à intégrer dans l'analyse du ratio qualité/prix ;
- **Empreinte environnementale** : les actions visant à plus d'efficacité et de sobriété dans le numérique stimulent l'innovation et contribuent à renforcer votre compétitivité. Elles permettent également d'améliorer la marque employeur, de se différencier, de réduire les coûts et de répondre aux exigences réglementaires. Pour participer à cette démarche, vous pouvez intégrer à votre grille d'analyse les critères pertinents du nouveau référentiel général de l'écoconception des services numériques (RGESN). Pour en savoir plus sur les impacts environnementaux des infrastructures numériques, les indicateurs de suivi pertinents et les outils à dispositions, vous pouvez consulter : [**FICHE 25 : Quels sont les avantages à adopter des pratiques numériques écologiquement responsables pour votre entreprise ?**](#)

N'hésitez pas à vous renseigner sur des forums ou des avis en ligne sur la réputation de l'opérateur et l'expérience d'autres utilisateurs.

