

SPÉCIAL TPE ET PME

SUJET #2

**MA PETITE
ENTREPRISE A TOUT
D'UNE GRANDE !**

ACCÉLÉREZ LA CROISSANCE DE VOTRE ENTREPRISE GRÂCE AU DIGITAL



ACCÉLÉREZ LA CROISSANCE DE VOTRE PME GRÂCE AU DIGITAL

Au-delà de l'innovation technologique, que peut apporter concrètement le digital à votre entreprise ?

Aujourd'hui, une PME bien organisée peut tirer parti des technologies numériques pour faire jeu égal avec les grandes entreprises. Grâce au développement d'Internet, du cloud et du Très Haut Débit fixe et mobile, votre entreprise peut s'armer pour relever les défis d'un environnement économique de plus en plus ouvert et concurrentiel, et ainsi s'engager dans sa transformation digitale.

Plus besoin de lourds investissements, ni de connaissances techniques avancées : des solutions faciles à mettre en œuvre existent. Simples à piloter, elles permettent d'améliorer votre efficacité, la productivité de votre entreprise et la qualité du service rendu à vos clients.

SOMMAIRE

ÊTRE PLUS PERFORMANT AVEC VOS CLIENTS ET PROSPECTS

- Améliorer l'accueil client : **4**
 - le standard téléphonique virtuel ou externalisé (centrex IP) **4**
 - le site Internet **6**
 - focus sur les Numéros Spéciaux : 0800, 0900... **7**

- Optimiser la relation client : **8**
 - les outils CRM *ou Customer Relationship Management* **8**
 - vers des solutions Cross Canal **9**

FACILITER LE TRAVAIL DE VOS COLLABORATEURS

- Les technologies pour accompagner la mobilité **10**
- Le travail collaboratif **11**
- S'adapter aux nouvelles formes de travail, le télétravail **11**

AMÉLIORER LE FONCTIONNEMENT DE VOTRE ENTREPRISE

- Réduire vos coûts de fonctionnement grâce au SaaS **13**
- Une parfaite sécurité des données **14**

POUR CONCLURE **15**

ÊTRE PLUS PERFORMANT AVEC VOS CLIENTS ET PROSPECTS

AMÉLIORER L'ACCUEIL CLIENT

C'est bien connu : on ne dispose jamais d'une deuxième chance pour faire bonne impression. La qualité de l'accueil réservé à vos clients ou prospects contribue pour beaucoup à l'image qu'ils se font de votre entreprise, à leur niveau de satisfaction et à l'instauration d'une relation de confiance. C'est aussi un des défis les plus difficiles à relever pour les petites structures.

Aujourd'hui encore, le téléphone est, et reste, le premier canal de communication avec les marques. Un standard téléphonique (PABX), souvent synonyme d'investissements lourds, est donc surtout dédié aux grandes entreprises. Mais, les Très Petites Entreprises ont désormais la possibilité d'investir dans des nouvelles technologies digitales à bas coûts pour avoir le même niveau de fonctionnalités qu'un vrai standard et, ainsi, pouvoir améliorer leur accueil client.

De plus, avoir le choix du mode de contact – site Internet, Numéros Spéciaux, chat, téléphone, e-mail, rendez-vous – avec votre entreprise est devenu une exigence de vos clients. Car les préférences peuvent varier en fonction des circonstances : nature du besoin, moment de la journée, etc. Offrir la même qualité de relation, quel que soit le canal choisi, devient un prérequis auquel vos clients souhaitent que vous répondiez.

Le standard téléphonique virtuel ou externalisé (centrex IP)

La capacité à gérer les appels entrants rapidement et efficacement est essentielle : rapidité de décrochage, prise en compte de la demande, orientation des appelants vers le bon interlocuteur, disponibilité sont autant de facteurs de satisfaction de vos clients et prospects. Les grandes entreprises ont su s'adapter : elles disposent toutes d'un standard téléphonique et de suffisamment de lignes

téléphoniques pour faire face à un nombre important d'appels simultanés.

Dans une TPE ou une PME, c'était jusque-là beaucoup plus compliqué, voire impossible au vue des coûts.

3 sonneries

Délai moyen de réponse acceptable par la majorité des clients ou prospects qui contactent une entreprise par téléphone.

60 secondes

Le pré-décrochage ne dispense pas l'entreprise de la nécessité de traiter rapidement la demande. Estimé par le magazine *Centre d'Appels*, le temps d'attente « acceptable par le client » passe de 60 à 120 secondes, si la musique est remplacée par un message à caractère informatif.

5%

Le taux d'abandon représente la différence entre le nombre d'appels reçus et le nombre d'appels effectivement traités. Pour un service de qualité, il convient de le maintenir en dessous de 5 %. Au-delà, c'est le signe d'un temps d'attente trop long. On observe qu'en cas d'abandon, la plupart des clients ou prospects qui appellent ne se tournent pas vers un autre mode de contact, Internet par exemple.

Choisir un standard téléphonique virtuel ou externalisé est une des solutions financièrement accessibles proposées aux TPE et PME : la gestion des lignes fixes et le routage des appels sont en effet effectués via Internet, cela permet de disposer d'une bande passante suffisante et ainsi de proposer les fonctionnalités classiques d'un PABX à moindre coût.

A partir de quelques dizaines d'euros par mois, elle présente plusieurs avantages : pas d'investissement matériel, pas de câblage physique à installer (les postes téléphoniques sont branchés sur les prises existantes du réseau Internet de votre entreprise ou sont connectés au réseau mobile de l'opérateur), et un budget adapté au plus près de vos besoins réels puisque vous êtes facturé au nombre d'utilisateurs effectifs.

Les bénéfices de la solution pour votre entreprise :

- votre entreprise dispose de toutes les fonctionnalités nécessaires pour assurer un accueil téléphonique de qualité : vous améliorez le taux de satisfaction de vos clients et confortez l'image de votre entreprise.
- vous augmentez votre chiffre d'affaires en réduisant le taux d'abandon d'appels de vos prospects.

Joignable et disponible

pour vos clients et prospects, à tout moment, même en déplacement !

Ces solutions de standard permettent le renvoi des appels à la fois vers des téléphones fixes dans l'entreprise et vers les téléphones mobiles des collaborateurs. Ce renvoi (ou routage) est intelligent, c'est-à-dire qu'il peut être paramétré en tenant compte de différentes règles.

Par exemple, si l'appel entrant émane d'un numéro en particulier, l'utilisateur ou l'administrateur du standard peut décider de le router automatiquement vers le mobile. Le routage peut également tenir compte de l'horaire (ex. : aiguiller vers le mobile après 19 h), ou des règles de priorité (ex. : aiguiller d'abord vers le téléphone fixe de Madame X, puis vers le téléphone fixe de Monsieur Y en cas de non-réponse, puis, enfin, vers le téléphone portable de Monsieur Y si toujours pas de réponse).

Ainsi la nature du téléphone utilisé, fixe ou mobile, devient totalement transparente pour vos correspondants. Le paramétrage du routage s'effectue de façon simple, à partir d'un ordinateur relié à Internet ou même d'une application mobile, sans connaissance technique particulière.



Le site Internet

Autrefois, simple vitrine de votre entreprise et de vos produits, le site web est devenu un lieu d'échange et un point de contact, accessible 24 h/24, 7 j/7. Il est aujourd'hui un élément clé dans le développement du business : en effet, pour 70 % des dirigeants d'entreprise le site Internet sert à générer des contacts.

Pour faciliter le contact avec vos prospects sur votre site, assurez-vous tout d'abord qu'il réponde bien aux attentes de vos clients : clarté, facilité de navigation et présence visible des «call-to-action» pour qu'ils vous contactent simplement :

- mise en place d'un bouton «rappelez-moi» ;
- formulaire de contact ;
- assistance à la navigation ;
- interactions en ligne (chat) pour répondre aux demandes d'information ou encore orienter vos visiteurs vers l'offre répondant à leur besoin.

Veillez aussi au confort des visiteurs qui consultent votre site à partir d'un terminal mobile. L'adoption du responsive design (adaptation automatique de l'affichage à la taille d'écran ou la mise en place d'une version mobile) est aujourd'hui incontournable pour prendre en compte l'évolution du comportement d'accès des internautes.



Focus sur les Numéros Spéciaux : 0800, 0900...

Les Numéros Spéciaux vous permettent d'accroître l'accessibilité, de réduire les temps d'attente et, par l'intermédiaire d'un numéro unique, d'apporter un service à valeur ajoutée à vos clients, prospects et partenaires.

Les Numéros Spéciaux offrent de multiples possibilités et leur mise en œuvre, qu'ils soient gratuits ou payants, doit être étroitement définie en fonction de votre stratégie.

A chaque application correspond une solution de numéro gratuit, communication locale ou payante, numéro court.

Les exemples d'applications sont nombreux :

- un numéro national d'accueil pour assurer la centralisation de tous les appels ;
- un numéro gratuit accélérateur de commandes ;
- un service après-vente ou service d'information aux consommateurs ;
- un numéro pour proposer à vos clients un suivi de commande, un service de réclamation ;
- un numéro pour fidéliser vos clients et être en conformité avec les lois LME et Chatel ;
- un numéro payant pour percevoir un reversement associé aux services ou aux informations fournies. Par exemple : les commandes, les billetteries ou les jeux concours.



1^{er} octobre 2015

Les Numéros Spéciaux changent : un nouveau modèle tarifaire plus simple, plus clair et plus efficace est mis en place. Les tarifs des appels depuis les mobiles vont être notamment plus lisibles et moins chers, une nouvelle opportunité pour les TPE et les PME.

Cette réforme est une bonne occasion pour repenser sa stratégie de relation client : renforcer le dialogue commercial, mettre en avant la valeur ajoutée des services proposés... Ce sont là des points clés du parcours et de l'expérience client.

OPTIMISER LA RELATION CLIENT

La Relation Client a toujours été au cœur des préoccupations des entreprises. Au vu du contexte économique, les sociétés qui sortiront leur épingle du jeu seront celles qui sauront bâtir une Relation Client dans la durée, basée sur la satisfaction et la fidélisation. Et pour y parvenir, il existe aujourd'hui, grâce au digital, des outils qui vous permettent de mieux connaître vos clients : les applications CRM.

Auparavant réservés aux grandes entreprises du fait de leurs coûts élevés (plusieurs dizaines de milliers d'euros pour la mise en place d'une solution), les outils et logiciels de CRM sont aujourd'hui accessibles aux TPE et PME, notamment en mode SaaS*.

Les outils CRM ou Customer Relationship Management

Concrètement, l'outil CRM centralise toutes les données clients : identité, besoins... et permet leur exploitation par tous les services de l'entreprise (marketing, ventes ou support notamment). Il permet également de constituer un historique des échanges, entre eux et l'entreprise.

Les applications proposées sur le marché offrent de nombreuses fonctionnalités pratiques :

■ une gestion centralisée de votre fichier client

Finis les tableaux Excel et les données dispersées sur les postes de vos collaborateurs : la gestion de vos fiches clients peut être désormais centralisée, ouverte sur les autres applications que vous utilisez (plate-forme d'e-mailings, site Internet, téléphonie, etc.) et accessible à tous les collaborateurs concernés, que ce soit dans les locaux de votre entreprise (sur leur poste informatique) ou à l'extérieur (sur leur ordinateur portable, leur tablette ou même leur smartphone).

■ de la gestion du fichier client à la gestion de la Relation Client

Les applications CRM vont bien au-delà de la gestion des coordonnées de vos clients. Elles offrent de riches fonctionnalités :

- récapitulatif de toutes les commandes, chiffre d'affaires réalisé, historique des paiements et en-cours de facturation ;
- suivi de tous les contacts et événements liés au client ;
- recensement des opportunités et alertes pour les commerciaux ;
- envoi de relances, de messages ou d'offres personnalisés, avec possibilité d'automatisation selon des scénarii prédéfinis.



Une gestion de bout en bout

du parcours client : de l'acquisition à la fidélisation

Avec les nouvelles applications CRM, vous disposez d'une visibilité sur l'ensemble de l'activité commerciale de votre entreprise.

Bien configurées, ces applications permettent d'être plus efficace à chaque étape du parcours client.

Par exemple, pour optimiser la prospection : les coordonnées de chaque contact sont entrées dans le système et, au fur et à mesure de la relation avec ce dernier, les fiches sont enrichies. Vous augmentez considérablement la connaissance de votre prospect ainsi que son degré de maturité et partagez ces informations avec tous les collaborateurs concernés pour automatiser les tâches de gestion. Dès l'enregistrement de la confirmation de la commande, une facture pourra être émise et adressée automatiquement (sous format électronique ou papier). L'automatisation de vos process de gestion interne vous permettra de réduire significativement vos coûts et d'offrir une meilleure qualité de service.

*Software as a Service : désigne une application, mise à disposition à distance par un fournisseur, et accessible par le biais d'un navigateur Internet. Elle est aussi louée, au mois ou à l'usage. Les mises jour sont automatiques (source JDN du 03/05/2013)

Vers des solutions Cross Canal



Pour l'entreprise, le défi le plus important est lié à la multiplicité des canaux de communication avec le client : point de vente physique, téléphone, courrier, e-mail, fax, chat, réseau social, site Internet... le nombre de points de contact a presque doublé en quelques années. Ce que l'on appelle le multicanal est devenu incontournable : 94 % des Français disent recourir à différents canaux pour contacter un service client, avec une moyenne de 3 canaux, le téléphone et l'e-mail restent les plus utilisés (Baromètre Qualiweb 2015).

Mais aujourd'hui, le cross canal est en train de s'imposer progressivement aux entreprises, en lieu et place du «simple» multicanal : il permet de recevoir une demande sur un canal et de répondre sur un autre, mieux adapté.

Du côté du client, la perception est homogène : pour faire une même demande, il va mobiliser un ou plusieurs de ces canaux, parfois simultanément. Il s'attend à une réponse immédiate et cohérente, il veut savoir où en est sa demande, et il exige enfin que tout l'historique de sa relation avec l'entreprise soit parfaitement connu et pris en compte. Pas question pour lui d'avoir une information différente depuis le site web ou par le magasin, pas question de devoir réexpliquer plusieurs fois le même problème, ou d'être renvoyé d'un service vers un autre... Ces attentes sont légitimes et se résument en trois mots : immédiateté, cohérence, transparence.

C'est la raison pour laquelle les nouveaux outils proposés sur le marché sont paramétrés pour retrouver les mêmes niveaux d'information concernant vos prospects/clients, sur l'ensemble des canaux utilisés par votre entreprise.

De plus en plus plébiscités, ils permettent de gérer les demandes clients (par un conseiller ou un téléconseiller). Pouvant être reliés à votre logiciel de Relation Client, ces solutions Cross Canal donnent un accès à l'historique des interactions. Vous pouvez ainsi répondre facilement au téléphone à une demande qui fait référence à un mail envoyé auparavant.

Et, en fonction des messages que vous souhaitez adresser (suivi de commande, offres commerciales, réponse à une demande, etc.), vous pouvez même choisir le canal de communication digitale le mieux adapté.

Pour mettre en œuvre une solution Cross Canal, inutile d'investir dans un outil lourd et coûteux. Vous pouvez choisir une application dans le cloud (ou SaaS pour Software as a Service). Celle-ci vous permettra de gérer vos listes de diffusion, d'automatiser l'envoi de campagnes d'e-mailings, de messages vocaux ou de SMS personnalisées en fonction des critères stockés dans votre CRM. **Ces solutions permettent via un seul outil de centraliser l'ensemble des informations et des interactions d'un même utilisateur** (demande d'information, réclamation, suivi de livraison, etc.) au sein d'un profil unique, accessible par l'ensemble des intervenants dans la relation avec le client.

Pour quelques dizaines d'euros seulement par mois, vous offrez à vos contacts une qualité de relation commerciale, jusqu'alors réservée aux grandes entreprises.

2 - FACILITER LE TRAVAIL DES COLLABORATEURS

Gain de productivité, réduction de l'empreinte écologique, diminution des coûts immobiliers, motivation accrue, les bénéfices d'intégrer le digital dans son organisation sont nombreux et convaincants. A condition de disposer des outils et des infrastructures numériques les plus performants.

Les technologies pour accompagner la mobilité

Identifiés depuis plusieurs années dans les grandes entreprises, les déplacements sont de plus en plus nombreux dans les TPE et PME. Avec un effectif réduit, vos collaborateurs sont plus polyvalents et passent une part importante de leur temps sur le terrain. Le choix des outils et des solutions qui vont l'accompagner est donc stratégique dans une petite entreprise aujourd'hui : smartphone, tablette... et va lui permettre d'avoir une réactivité et une continuité dans ses tâches professionnelles.

D'ailleurs, la convergence (entre téléphonie fixe et mobile, d'une part, et internet-télécom, d'autre part) et le haut-débit mobile (Dual Carrier, 4G) ont permis la mise en place de solutions dites de « bureau mobile ». Ainsi, même à l'extérieur, vos collaborateurs restent connectés aux systèmes d'information et aux outils de l'entreprise.

La technologie, et notamment la 4G, apportent aux entreprises des possibilités élargies de travail en mobilité. Un débit comparable à celui d'un accès fixe, sur un smartphone, une tablette ou un PC portable, ça change tout... Prenons l'exemple d'une flotte de commerciaux, répartis en France : pour faire un point hebdomadaire, impossible de les réunir. En revanche, avec la 4G, il devient possible de faire une visioconférence avec du partage de documents. La fluidité apportée par la 4G, même avec une ou deux douzaines de personnes, est remarquable.

Des terminaux personnels à des fins professionnelles : une idée gagnante !

BYOD, l'acronyme de « Bring Your Own Device », désormais bien connu des entreprises, consiste à apporter ses appareils personnels (tablettes, smartphones, ordinateurs) pour s'en servir au bureau à des fins professionnelles. Cette pratique s'est démocratisée au point de séduire 44 % des sociétés françaises, si l'on en croit un sondage mené par Vanson Bourne pour Citrix. Elle a entre autres l'avantage de ne pas nécessiter de formations pour les employés qui connaissent leur terminal et qui sont plus enclin à s'en servir en situation de mobilité, ni d'investissement pour les entreprises.

Pour autant, il est nécessaire de prendre en compte les risques de sécurité pour les données de l'entreprise et la gestion des flottes (on s'attend à ce qu'en 2017, 90 % des terminaux en entreprise soient des smartphones ou des tablettes).



2 - FACILITER LE TRAVAIL DES COLLABORATEURS



Le travail collaboratif

Il existe désormais des offres permettant de faciliter et de favoriser la collaboration interne en ligne au sein des TPE et des PME, ainsi que leur accès aux informations utiles de l'entreprise (fiches produits, documents commerciaux, référentiels, modèles divers, etc.) Accessibles au sein même de l'entreprise ou depuis l'extérieur, ces applications s'apparentent aux intranets et extranets utilisés dans les grandes entreprises.

Ces offres regroupent différentes «briques» logicielles et technologiques permettant de travailler ensemble à distance. Accessibles depuis un poste de travail fixe ou un appareil mobile (smartphone ou tablette), ces outils collaboratifs facilitent le partage d'informations (rendez-vous, contacts, messages...) et de données. Le maître-mot : synchronisation. Tous les éléments sont mis à jour en temps réel et consultables partout.

Les briques les plus caractéristiques du travail collaboratif sont :

- le partage d'agenda : pour mieux organiser le travail en équipe
- la messagerie instantanée : pour une communication en temps réel
- le partage de fichiers : pour éviter de saturer les boîtes mail
- la synchronisation des documents : pour disposer de la dernière version
- la vidéoconférence : pour organiser facilement des réunions à distance

S'adapter aux nouvelles formes de travail, le télétravail

Les TPE et les PME sont les premières concernées par les nouvelles formes de travail. Si votre entreprise fonctionne en réseau avec des partenaires et intervenants extérieurs, ou si certains de vos collaborateurs travaillent depuis leur domicile, vous pouvez tirer parti des solutions présentées dans ce livre blanc pour mieux structurer votre entreprise et permettre un fonctionnement optimal « hors les murs ». En réduisant les réunions ou rendez-vous en présentiel et en permettant un accès à distance permanent et sécurisé aux systèmes d'information ainsi qu'aux outils de votre entreprise, vous gagnerez en productivité et en efficacité, tout en réduisant vos coûts.

De fait, les TPE et les PME sont souvent plus flexibles et réactives que les grandes entreprises. C'est ce qu'a montré une étude de LBMG Worklabs auprès de 150 TPE et PME pour le Conseil Général de Seine-et-Marne. L'expérience montre qu'elles peuvent intégrer vite et bien cette solution d'organisation du travail, pour améliorer leur compétitivité. Pour les grandes entreprises, le chemin est souvent plus long dans la mesure où les concertations sociales et managériales prennent plus de temps.

LE TÉLÉTRAVAIL, QUELS AVANTAGES ET BÉNÉFICES ?

ETUDE IPSOS*

DÉFINITION “

Une organisation du travail qui permet d'exercer une activité en dehors des locaux de son employeur ou de son client grâce aux technologies de l'information et de la communication. ”

LES AVANTAGES DU TÉLÉTRAVAIL

POUR LES CADRES



ET POUR L'ENTREPRISE



DES ENTREPRISES QUI L'ONT
MIS EN PLACE ONT CONSTATÉ
DES GAINS DE PRODUCTIVITÉ

LES ESPACES DE TÉLÉTRAVAIL

83% DES RÉPONDANTS TROUVENT LES ESPACES DE TÉLÉTRAVAIL UTILES, LES PRINCIPAUX OUTILS TECHNOLOGIQUES Y ÉTANT DISPONIBLES :



WIFI



VISIO-CONFÉRENCE



INTERNET TRÈS
HAUT DÉBIT



TÉLÉPHONIE IP

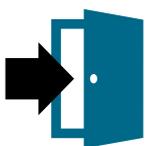


CLOUD



SÉCURITÉ

LE TÉLÉTRAVAIL DEMAIN



85%

DES SALARIÉS S'ACCORDENT À PENSER
QUE LE TÉLÉTRAVAIL REPRÉSENTE
UNE OPPORTUNITÉ POUR FAIRE ÉVOLUER
L'ORGANISATION DU TRAVAIL

D'ICI 10 ANS,

40 À 50% DE LA POPULATION ACTIVE
DE L'OCDE** POURRAIT ÊTRE ACQUISE
AU TÉLÉTRAVAIL



* Étude IPSOS octobre 2014 : les PME à l'heure du travail collaboratif et du nomadisme

** Organisation de Coopération et de Développement Économiques

3 - AMÉLIORER LE FONCTIONNEMENT DE L'ENTREPRISE

Réduire vos coûts de fonctionnement grâce au SaaS

TPE, PME, professions libérales, indépendants ou auto-entrepreneurs : tous, aujourd'hui, ont intérêt à utiliser largement le cloud et ses applications.

Maintenant, quand une petite entreprise achète ou renouvelle des logiciels en entreprise, elle doit étudier la possibilité de passer en mode Software as a Service (SaaS). Il apporte des avantages concrets, réduit les coûts, et ce, sans compromis sur la sécurité des données.

En mode traditionnel, les outils de bureautique nécessitent un investissement initial de plusieurs milliers d'euros en achat de licences de logiciels, installation d'un serveur pour l'hébergement des solutions informatiques, etc. Mais les TPE et PME n'ont pas forcément des équipes informatiques très développées, ni les moyens de maintenir une infrastructure de très bon niveau...

Avec le SaaS l'entreprise ne possède pas le logiciel mais s'y abonne à distance. Toutes les données, les mises à jour et les applications liées au logiciel en question ne sont pas hébergées sur

le site de l'entreprise mais à distance. Cela leur permet d'accéder à des fonctionnalités applicatives que seules les grosses entreprises, auparavant, pouvaient acquérir. De plus, son prix s'adapte à l'utilisation qu'on en fait et permet de payer seulement ce que l'on consomme. C'est la raison pour laquelle ce mode est totalement adapté aux TPE et PME.

Par exemple, adopter la solution Office 365 de Microsoft permet de bénéficier de la suite Office complète, pour moins d'une dizaine d'euros par mois et par utilisateur pour l'ensemble Exchange (messagerie), Lync (messagerie instantanée et réunion en ligne) et la suite Office (Word, Excel, Powerpoint et OneNote).

Le même choix est possible pour les logiciels de production. Par exemple, les logiciels de création graphique et vidéo, ainsi que des outils nécessaires au développement de sites web et d'applications mobiles peuvent être vendus en pack entre 2 000 et 4 000 euros – sans compter l'acquisition des mises à jours. Ces logiciels sont également proposés par l'éditeur en mode cloud ou SaaS pour un montant plus accessible d'une soixantaine d'euros par mois et par utilisateur.

3 raisons qui font du cloud, un booster

Au-delà de l'investissement initial, intégrer le cloud dans l'ADN de l'entreprise peut avoir un impact positif direct sur la rentabilité. Il permet de profiter de ses outils à distance. Les collaborateurs peuvent être plus souvent sur le terrain ou encore travailler une partie de leur temps en télétravail.

Ce modèle facilite aussi le développement de l'entreprise qui doit, en fonction de ses besoins, recruter de nouveaux collaborateurs, des stagiaires ou faire appel à des contributeurs externes. Chaque nouvel intervenant est immédiatement doté des outils nécessaires à sa mission. Le modèle économique du cloud s'adapte bien aux collaborations de courte durée, puisqu'il n'y a pas d'engagement de durée d'abonnement au service. Les coûts mensuels sont ainsi toujours calculés au plus juste, ce qui permet à l'entreprise d'être plus agile.

Le cloud permet enfin l'hébergement et l'archivage de documents juridiques telle que la facture. L'émission de facture électronique est une source d'économie évidente grâce à la disparition des frais d'impression et d'envoi.

3 - AMÉLIORER LE FONCTIONNEMENT DE L'ENTREPRISE

Une parfaite sécurité des données

Pour toute entreprise, l'essentiel de la valeur créée est stockée sur les disques durs des collaborateurs de l'entreprise ou sur ses serveurs. Les nouveaux modes d'organisation, la mobilité, le travail collaboratif, etc. aident l'entreprise à gagner en productivité, certes, mais ils multiplient les risques et posent de nouveaux problèmes de sécurité.

On peut même dire que l'indisponibilité ou la perte des données sont pour les entreprises un centre de coûts réel. La perte ou le vol d'un ordinateur portable, un virus dans le système, peuvent avoir des conséquences dramatiques.

Si on estime les attaques par jour à plus de 110 000 (virus, cyber attaque via pièces jointes, Phishing...), les dirigeants d'entreprise n'en ont pas tous conscience. Néanmoins, face aux nouvelles menaces, les services de sécurité managée dans le cloud fournissent une solution efficace car globale.

Aujourd'hui, l'ensemble des fichiers peut être stocké à la fois dans le cloud et sur les postes de travail des utilisateurs. Avec des solutions de back up ou de synchronisation, la réplique des données se fait automatiquement, donc les documents sont toujours à jour, où qu'ils soient conservés.

De plus en plus de fabricants proposent la possibilité d'une sauvegarde en ligne pour tout client d'un de leurs matériels ou services. Ces solutions de back up restaurent efficacement en cas de panne, perte ou vol de vos données, vous permettant d'assurer la reprise rapide et sereine de l'activité de votre entreprise. Souvent facturé à l'usage, vous profitez d'un service de sauvegarde et de récupération de données sur-mesure, adapté à vos besoins et parfaitement maîtrisé. Des éditeurs d'antivirus, des fabricants de tablettes, de PC, de portables, des opérateurs de télécommunications proposent également des espaces de stockage en ligne gratuits. Une possibilité supplémentaire de conserver ses données et d'éviter le pire.

Les services de sécurité pour faciliter l'échange d'information

Prenons l'exemple d'un ingénieur commercial, en visite chez un client, voulant accéder à des données, documents et conseils pour son rendez-vous (son cas d'étude client, la cotation associée...) et ce, en toute simplicité et avec les différents appareils mobiles dont il dispose (sa tablette, son smartphone ou encore son ordinateur portable).

Tout ceci est aujourd'hui possible avec des solutions ergonomiques, faciles d'accès pour l'entreprise et ses commerciaux, sans pour autant rogner les niveaux de sécurité avancés et primordiaux pour protéger le savoir-faire de l'entreprise.

Pour la phase d'authentification de l'utilisateur, la phase d'adoption peut être ultra raccourcie si on ré-utilise son smartphone, par exemple, comme système d'authentification forte. Idem pour le chiffrement de ses communications ainsi que la traçabilité de ses accès, s'il se connecte à son intranet au moyen d'une appli mobile disponible depuis sa tablette.

Lorsque le commercial voudra échanger des données avec son client, les deux parties pourront travailler conjointement sur le document d'analyse du besoin, partager une présentation jusqu'à finalement approuver le devis. Tout ceci à l'aide d'une solution de synchronisation et de stockage sécurisé de documents, là aussi directement disponible depuis un ordinateur portable, voire depuis une application web qu'ils pourront initier depuis le PC du client, sans avoir à attendre d'être de retour au bureau.



POUR CONCLURE

Les entreprises n'ont pas forcément d'équipes informatiques très développées, ni les moyens de maintenir une infrastructure dédiée. Les solutions évoquées dans ce livre blanc peuvent vous aider à accéder à des fonctionnalités applicatives que seules les grosses entreprises, auparavant, pouvaient acquérir.

Les nouvelles technologies et l'utilisation du cloud permettent de nouveaux modes de fonctionnement plus agiles. Toutes les données, les mises à jour, les applications et les standards téléphoniques ne sont plus hébergés sur le site de l'entreprise mais à distance ; et c'est ce qui fait que ce mode, agile et économique, est totalement adapté aux TPE et PME.

D'ailleurs, les entreprises, sans forcément s'en rendre compte, sont rompues à ce mode de fonctionnement. Certaines choses ont toujours marché en mode SaaS, comme les messageries : beaucoup d'entreprises n'ont jamais eu de serveur propre mais un abonnement via lequel elles disposent d'une ou plusieurs adresses mails. Elles utilisent les réseaux sociaux, l'hébergement de photos et le transfert de fichiers (youSendit ou wetransfer par exemple), par le même biais, en mode SaaS... Et, comme ce sont des fonctionnalités que les salariés utilisent tous les jours, au bureau comme chez eux, ils y sont déjà sensibilisés...

Plus agile, plus réactive, plus efficace et plus rentable, votre entreprise peut s'adapter plus facilement aux nouvelles exigences du marché. Débarrassé des contraintes d'infrastructure et d'investissement, vous pourrez vous consacrer au moteur essentiel de votre croissance : vos clients.



BUSINESS

Libérons l'énergie d'entreprendre

Ce livre blanc vous est proposé par SFR Business, l'une des marques du groupe Numericable-SFR pour les entreprises.

Depuis plus de 25 ans, SFR Business est le partenaire privilégié des entreprises. Nous anticipons les besoins, en proposant des solutions simples et performantes, en accompagnant nos clients dans la mise en œuvre de leur solution.

Cela passe aussi par un décryptage des nouvelles technologies et les usages qu'elles génèrent. La transformation numérique change profondément notre façon de travailler. Plus rapides, plus connectées, l'information et la communication de l'entreprise se sont transformées. Pour faire du numérique un atout et une source de croissance, les entreprises elles aussi doivent évoluer.

Et c'est là que nous intervenons. SFR Business accompagne chaque entreprise et l'aide à développer son potentiel.

Nous avons pour vocation à éclairer objectivement vos choix. Des choix qui bien souvent vous engagent, modifient votre organisation, améliorent votre productivité. C'est pourquoi il est essentiel pour nous d'être votre partenaire de confiance dans un environnement où les évolutions par les technologies de l'information et de la communication doivent être parfaitement appréhendées pour en faire des avantages concurrentiels.

A propos du Groupe Numericable-SFR - www.numericable-sfr.com

Issu du rapprochement entre Numericable Group et SFR, le groupe Numericable-SFR a pour ambition de créer, à partir du premier réseau en fibre optique et d'un réseau mobile de premier plan, le leader national de la convergence du Très Haut Débit fixe-mobile. Propriétaire de ses infrastructures, le groupe combine deux réseaux puissants et, grâce à ses investissements, Numericable-SFR a pour objectif d'étendre rapidement la couverture Fibre et 4G au plus près des territoires et d'offrir une qualité de service optimale. Opérateur global, Numericable-SFR dispose de positions d'envergure sur l'ensemble du marché français des télécommunications, que ce soit auprès du grand public, des entreprises, des collectivités ou du marché de gros. Fort de la complémentarité de ses marques, le groupe propose une offre de services complets d'accès à Internet, de téléphonie fixe et mobile et de services audiovisuels. Le groupe compte 21,9 millions de clients Mobile et 6,4 millions de foyers abonnés au Haut Débit. Pour le grand public, le groupe opère sous les marques Numericable, SFR, RED by SFR et Virgin Mobile. Pour l'entreprise, il opère sous les marques SFR Business, Completel et Telindus, au service de plus de 190 000 entreprises. Coté sur Euronext Paris (Euronext NUM) et détenu à 78% par le groupe Altice, le groupe Numericable-SFR a réalisé un chiffre d'affaires proforma de 11,4 milliards d'euros en 2014 et rassemble 16 500 collaborateurs.

[*Suivez l'actualité du groupe sur Twitter*](#)

Pour en savoir plus, contactez le

0805 70 24 54

Appel gratuit depuis un poste fixe du lundi au vendredi, de 9 h à 18 h, hors jours fériés.
Depuis un mobile, voir conditions de votre abonnement.

ou connectez-vous sur **sfrbusiness.fr**