

Nicolas Amestoy, Scholè Marketing : « Les entreprises ont du mal à s'y retrouver dans la jungle des offres de ToIP »

03/10/2007 11:34:01 - ZdNet

Envoyer par email Imprimer A+ Citer dans votre blog Commentaires 0 Votes 0

EN PLUS

La ToIP en entreprises: quels matériels, à quels prix?

Mylène Veillet, IP-Label: «Le marché de la ToIP doit prendre des engagements de niveau de service»

Centrex, VoIP ou offres hybrides : la téléphonie hébergée s'adapte à ses publics

À l'occasion du salon (3 au 5 octobre à Paris), le cabinet d'études Scholè Marketing présente son « Observatoire de la ToIP auprès des entreprises » (*). Un état des lieux d'une technologie qui peine à s'imposer dans les PME, comme l'explique son directeur général.

ZdNet.fr -Que représente la ToIP en France aujourd'hui ?

Nicolas Amestoy - 11,9 % des entreprises ont adopté une solution de téléphonie sur IP (ToIP) ou de voix sur IP (VoIP), ce qui représente 29 500 entreprises et 2,75 millions de postes intégrés fixes ou DECT. Il s'agit essentiellement de grandes entreprises (250 salariés et plus) ; 33 % d'entre elles ont migré contre 11 % des PME.

La ToIP offre donc un grand potentiel, mais on reste loin d'un quelconque raz de marée. Les entreprises se montrent attentistes et retardent leur renouvellement de matériels. La notoriété spontanée des offreurs reste trop faible pour entraîner un décollage. 12,1 % des entreprises ont l'intention de migrer, soit 31 400, trois millions de postes et quelque 100 000 PABX.

L'essor des « box » grand public a-t-il incité les TPE à passer à la ToIP ?

Certes, elles motivent les dirigeants de TPE à s'intéresser à la ToIP, avec toutefois deux réserves : la qualité de communication des box individuelles a pu poser problème, et la gratuité n'est pas transposable dans l'entreprise. Le modèle des box grand public a un effet incitatif mais de manière limitée.

Quels sont les facteurs favorables au développement de la ToIP ?

Le parc installé des PABX en France se répartit en fonction de leur ancienneté en trois tiers : un tiers a moins de trois ans d'existence, un tiers se situe entre trois et sept ans, un dernier tiers affiche plus de sept ans d'âge. Ce dernier chiffre montre un fort potentiel de renouvellement et donc une base confortable pour le passage à la ToIP. Les entreprises multisites sont les plus susceptibles de franchir le pas. 20 à 22 % des communications étant intersites, le taux de pénétration des offres de ToIP y est nettement supérieur. On constate également un intérêt croissant pour la ToIP en fonction de la taille des entreprises.

Quel est alors le facteur déclencheur pour une solution de ToIP : l'économie ou les services ?

Sans aucun doute, et notre étude le montre clairement, l'économie attendue est la clé de la ToIP. 78 % des entreprises interrogées attendent des économies sur le coût de leurs communications, 79 % des entreprises de 10 à 249 salariés et 62 % de celles dont l'effectif est supérieur à 250 personnes. Les grandes entreprises se montrent particulièrement intéressées par les économies en matière de services, que ce soit les services de maintenance ou ceux d'exploitation. 53 % des entreprises qui envisagent leur migration attendent même une économie de 20 % ou plus sur leur budget télécoms.

Inversement, quels sont les facteurs défavorables ?

Des interrogations subsistent sur les gains réels qui vont en résulter, et, surtout, les entreprises ont encore du mal à s'y retrouver dans la jungle des offres et à détecter le bon interlocuteur. Les offreurs doivent « évangéliser » encore, surtout dans ces PME dépourvues de responsable télécom et souvent de responsable informatique. Au total, 39 % des entreprises non équipées en ToIP en ont simplement entendu parler, ce qui traduit un déficit d'information.

La qualité de la voix est également vue comme un frein par 46 % des entreprises interrogées. Au total, pour les grandes entreprises, c'est le montant de l'investissement qui apparaît comme le frein principal, dans 69 % des réponses ; suivi de la qualité de la voix, 46 % ; et de la refonte nécessaire des réseaux data 45 %.

(*) Le cabinet Scholè Marketing a réalisé une étude auprès de 5 000 entreprises sur le développement de la ToIP, commanditée par Alcatel-Lucent, Etde, Inéo Com, Nextiraone, Orange Business Services, Primo.

LES INTERNAUTES ONT CHOISI

Tous les articles

High Tech - Commentaires 3 Voter 17

Le secteur français du logiciel et des services recrute à tour de bras

High Tech - Commentaires 0 Voter 15

Photo : l'offensive des spécialistes de l'électronique

High Tech - Commentaires 0 Voter 12

Un Nobel de physique franco-allemand lié à la miniaturisation des disques durs

1 2 3 4 5 6

Grand "JE" concours
+ de 100 000 € de cadeaux à gagner

JE choisis ce que JE veux gagner

>>> cliquez

LIBRAIRIE EN LIGNE



L'annuaire du pouvoir 2007
350,00 €



Les clubs de réflexion et d'influence
50,00 €

RÉAGISSEZ A CET ARTICLE

Vous n'êtes pas membre, laissez votre commentaire, avec votre pseudo et email. Il apparaîtra après modération.

Vous êtes déjà membre, connectez-vous et commentez l'actualité en direct
Devenir membre pour commenter l'actualité en direct

Pseudo

Email

Mot de passe

OK

E-mail

S'inscrire pour réagir en direct

Vous avez oublié votre mot de

Commentaire