

La voie vers la facturation groupée pour les services de voix et de données



_la force de l'engagement



Les technologies de l'information appliquées aux solutions d'affaires

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|---|
| LA VOIE VERS LA FACTURATION GROUÉE POUR LES SERVICES DE VOIX ET DE DONNÉES | 3 |
| SOLUTIONS DE FACTURATION DE CGI | 6 |
| À PROPOS DE CGI | 6 |

La voie vers la facturation groupée pour les services de voix et de données

Il est de notoriété publique que les services de données peuvent exercer une influence positive sur les revenus des fournisseurs de services filaires et sans fil. Les adeptes précoces ont fait la preuve que les fournisseurs de services de télécommunications ne peuvent plus ignorer ce segment de marché, ni attendre plus longtemps pour ajouter ces options à leurs offres. Pour offrir ce type de services, les fournisseurs peuvent toutefois devoir procéder à la mise à niveau de l'ensemble de leur infrastructure, une tâche colossale et très coûteuse.

Ce document questions-réponses examine les tendances en matière de services de transmission de données et formule des recommandations sur les meilleurs moyens pour les télécommunicateurs de préserver leur compétitivité. Bien que l'offre de services de données affecte de toute évidence l'ensemble des systèmes de soutien à l'exploitation, ce document se concentre sur les systèmes de facturation. Les fournisseurs qui ont déjà procédé à l'optimisation de leurs systèmes et de leurs processus de facturation pourront améliorer leurs revenus tout en fournissant une expérience positive à leurs clients.

À quel point les fournisseurs de services filaires et sans fil en sont-ils rendus en matière de services de transmission de données?

Les fournisseurs de télécommunications sans fil qui offrent des services de transmission de données ont déjà réalisé des gains substantiels. L'infrastructure technologique permettant d'offrir des services de voix et de données est déjà prête. À mesure que s'étendront les capacités et la largeur de bande de leurs réseaux, les fournisseurs lanceront de nouveaux services de données.

La tendance se dessine clairement dans le secteur des télécommunications sans fil : la rentabilité des fournisseurs de services reposera de plus en plus sur leur capacité de déployer de nouveaux services. Ces fournisseurs ne seront limités que par leur imagination.

Par contre, les fournisseurs de services filaires ont mis plus de temps à réaliser ces avantages, car les réseaux IP qui constituent la base de leurs services évolués de transmission de données sont encore en phase d'adoption. Des ressources considérables seraient nécessaires pour effectuer des investissements dans une nouvelle infrastructure.

Au même moment, de nouveaux fournisseurs de services filaires de plus petite taille, mais qui ne sont pas handicapés par une infrastructure fondée sur les anciennes technologies, ont envahi le marché des grands télécommunicateurs en offrant des services de voix à une fraction du prix exigé par leurs concurrents. L'absence d'intervention réglementaire de la FCC dans le marché des communications VoIP a contribué à l'essor de ces nouveaux joueurs. Cette concurrence est aussi attisée par les câblodistributeurs, qui abordent le marché de la téléphonie, et par les besoins de la clientèle : les entreprises exigent de pouvoir regrouper leurs réseaux filaires de communications de voix et de données.

Compte tenu de ces tendances, de quelles options les télécommunicateurs disposent-ils pour demeurer concurrentiels?

En raison de l'intensité croissante de la concurrence, les fournisseurs de services de télécommunications ne peuvent compter exclusivement sur des stratégies de réduction des coûts. Avec le déclin des marges de bénéfice des services de voix, il est essentiel que les deux types de fournisseurs développent de nouvelles sources de revenus en lançant des produits de transmission de données novateurs.

Cet objectif est particulièrement exigeant pour les fournisseurs de services filaires. Ils doivent en effet trouver des moyens de livrer simultanément concurrence aux nouveaux télécommunicateurs et aux fournisseurs de services sans fil, et ne peuvent espérer y arriver par la seule réduction des prix. À mesure que le déploiement de nouveaux réseaux sans fil

augmente la largeur de bande disponible, les télécommunicateurs filaires doivent lancer de nouveaux produits et services dans le but de convaincre leur clientèle de ne pas les abandonner.

Sur le plan de la facturation, quelles caractéristiques les télécommunicateurs doivent-ils développer dans leurs systèmes de facturation pour offrir efficacement des services de transmission de données?

Plusieurs facteurs contribuent à définir les exigences des systèmes de facturation de l'avenir. Les aspects sur lesquels les fournisseurs doivent mettre l'accent sont décrits ci-dessous.

1. Vitesse et efficacité

La vitesse et l'efficacité avec lesquelles les nouveaux produits seront lancés exerceront une influence essentielle sur leur succès. La vitesse et l'efficacité sont des attributs vitaux des fournisseurs qui désirent préserver leur avantage concurrentiel en matière d'innovations dans les produits et qui veulent être en mesure de réagir rapidement aux pressions concurrentielles. Les exemples antérieurs, comme le lancement du service « Friends and Family » par MCI en 1990, permettent de dégager de précieuses leçons. À l'époque, MCI a pris une nette avance sur ses concurrents, qui n'ont pas su réagir rapidement à cette initiative.

2. Souplesse

Pour agir rapidement et efficacement, un fournisseur doit faire preuve d'une grande souplesse et être prêt à réagir à l'imprévisible. Un fournisseur ne peut sélectionner un système de facturation en fonction des exigences courantes, car celles-ci risquent de changer rapidement. Il doit mettre chaque fournisseur de systèmes de facturation au défi d'expliquer clairement toutes les caractéristiques qui distinguent ses produits. La capacité d'établir des tarifs en fonction de la durée des appels, du volume de données transmises et du contenu fait déjà partie des caractéristiques recherchées aujourd'hui dans des systèmes de facturation efficaces. Pour se démarquer, un fournisseur de systèmes de facturation doit donc être en mesure d'expliquer quelles autres fonctions sont intégrées à son produit.

3. Modularité

Les télécommunicateurs doivent aussi rechercher la modularité. La mise en œuvre (ou le remplacement) d'une solution de bout en bout monolithique exige trop de temps. Même dans le cas où un télécommunicateur ne s'approvisionne qu'auprès d'un seul fournisseur, il doit néanmoins déterminer le niveau de modularité du système dont il envisage l'acquisition, et la facilité avec laquelle ses composantes peuvent être remplacées. La modularité d'un système peut en accélérer le déploiement, et permet à un télécommunicateur de mettre rapidement en service les composantes qui facilitent la résolution des problèmes les plus urgents auxquels le télécommunicateur est confronté.

4. Compatibilité

Les télécommunicateurs doivent également rechercher des systèmes de facturation compatibles avec les services prépayés et postpayés. En Europe, la plupart des transmissions de données sont effectuées à l'aide de services prépayés; cette tendance prend une importance croissante aux États-Unis. Les barrières séparant les services prépayés et postpayés tendent à s'effondrer. La cohabitation de services prépayés, postpayés et hybrides sera vraisemblablement plus courante dans les réseaux des générations à venir. Un système de facturation efficace doit pouvoir traiter les deux types de services.

La « facturation pour les données » signifie que les télécommunicateurs doivent pouvoir facturer n'importe quel type d'événements. Ces événements peuvent être fondés sur un large éventail de quantités mesurables, par exemple des munitions ou des « vies » dans un jeu vidéo en ligne, ou une combinaison de divers paramètres de tarification. Ainsi, la tarification

de services de téléchargement de données pourrait être fondée à la fois sur le nombre d'octets téléchargés et sur le type de données (événements) transmises (sonneries, musique, jeux, etc.).

La facturation des services de transmission de données doit tenir compte de la qualité et de la classe de service et, éventuellement, de l'emplacement à partir duquel les services sont offerts. Bien entendu, les nouveaux systèmes de facturation doivent aussi être compatibles avec les services de voix actuels.

Depuis toujours, les fournisseurs de services filaires utilisent de nombreux systèmes de facturation disparates. Compte tenu des contraintes fiscales avec lesquelles ils doivent composer, quelles stratégies les télécommunicateurs qui utilisent de multiples systèmes de facturation devraient-ils adopter?

L'époque où un télécommunicateur mettait en œuvre un nouveau système de facturation chaque fois qu'il lançait un nouveau produit est révolue. L'heure est maintenant au regroupement des systèmes de facturation. Cependant, les télécommunicateurs doivent relever le défi de trouver le financement nécessaire à cette consolidation, tout en lançant de nouveaux produits de transmission de données sans devoir réaliser d'importants investissements. Pour résoudre ce problème, il est préférable pour les télécommunicateurs d'adopter une approche qui favorise la consolidation graduelle des systèmes de facturation.

Cet objectif peut être réalisé de plusieurs façons. Par exemple, un télécommunicateur peut faire utiliser une application de refacturation, qui importe des données des anciens systèmes, et peut graduellement devenir son nouveau système de facturation.

Le télécommunicateur peut aussi se servir d'une application d'appoint pour l'établissement de tarifs pour compléter certaines des fonctionnalités du système de facturation existant, tout en travaillant simultanément au regroupement des différents systèmes de facturation.

Dans le cas des télécommunicateurs qui exploitent de nombreux systèmes de facturation, la stratégie la plus efficace peut consister en la migration graduelle vers une nouvelle plate-forme. Une mise à niveau graduelle est plus facile à justifier, et présente moins de risques que la mise en œuvre rapide d'un système entièrement nouveau.

Quelles autres caractéristiques les télécommunicateurs doivent-ils tenter de mettre en œuvre en préparant leurs systèmes de facturation pour les services de données?

La facturation des services de données doit rehausser l'expérience des clients et faciliter la définition des règles d'affaires. Dans les cas où la qualité du service fourni est inférieure à celle promise aux clients, les règles d'affaires doivent déterminer par quels moyens les clients peuvent être compensés, avant même qu'ils reçoivent leur facture et portent plainte au service à la clientèle. Bien sûr, la mise au point d'ensembles de services convergents constitue une étape importante, et permet d'offrir aux clients d'intéressants rabais pour l'utilisation de produits diversifiés. Les télécommunicateurs doivent garder à l'esprit que rien n'est impossible. Ils doivent donc être prêts à réagir à l'inattendu. Pour s'y préparer, il importe qu'ils commencent dès maintenant à poser les questions pertinentes à leurs fournisseurs.

Les télécommunicateurs peuvent-ils encore attendre que d'autres tendances se dessinent?

Quand IBM a lancé la première génération de son PC, en 1980, cette machine était dotée d'un processeur Intel 8088 cadencé à 4,77 MHz et d'une mémoire vive de 16 ko. En dollars courants, cet ordinateur coûterait environ 4 000 \$. Bien que ce produit ait connu un succès retentissant à l'époque, seuls les collectionneurs s'y intéressent de nos jours. Cet exemple montre que les fournisseurs ne peuvent espérer que les clients achèteront encore dans 10 ans les produits qu'ils offrent actuellement. Pour les télécommunicateurs, l'immobilisme est synonyme de perte d'avantages concurrentiels. Les chefs de file du marché se distingueront de leurs concurrents et augmenteront leurs parts de marché par l'innovation, la créativité et

une compréhension du marché leur permettant de lancer des produits de transmission de données novateurs. La mise en œuvre d'un système de facturation compatible avec les services de voix et de données constitue un fondement de la réalisation de cette vision au profit des clients.

Solutions de facturation de CGI

CGI se spécialise dans la mise au point de solutions de facturation offrant une capacité de traitement et un rendement élevés pour les fournisseurs de services de télécommunications de toute taille, partout dans le monde. Par l'intermédiaire de nos services-conseils, de nos services d'impartition, de notre expertise en intégration de systèmes et de nos solutions technologiques, nous aidons nos clients à réduire leurs frais d'exploitation tout en maintenant une qualité de service exemplaire. CGI offre aussi aux fournisseurs de services de télécommunications la solution TapestryMD de CGI-AMS, l'ensemble logiciel de gestion du cycle de facturation qui occupe la tête du marché.

En combinant nos produits et nos services-conseils, nous pouvons répondre aux besoins des télécommunicateurs qui recherchent des moyens d'augmenter leur rentabilité, de réduire le niveau de risque auquel ils sont exposés et de fournir à leurs clients une expérience uniforme, quels que soient les canaux qu'ils empruntent et les fonctions auxquelles ils font appel. La feuille de route de CGI témoigne de sa spécialisation de longue date dans ce secteur.

À propos de CGI

Fondée en 1976, CGI aide des clients provenant d'un vaste éventail de secteurs économiques à tabler sur les technologies de l'information pour maximiser leur performance et la valeur ajoutée qu'ils produisent. CGI offre également une gamme complète de services d'impartition des processus d'affaires qui lui permettent de gérer et d'améliorer les processus d'affaires quotidiens de ses clients, afin qu'ils puissent se concentrer sur leurs décisions stratégiques. La Société offre des services de consultation, d'intégration de systèmes et d'impartition répondant à l'ensemble des besoins technologiques et d'affaires de sa clientèle. CGI aborde chaque mandat avec un même objectif en tête – contribuer à la croissance et au succès de ses clients. CGI fournit des services à des clients dans le monde entier, à partir de ses bureaux du Canada, des États-Unis et d'Europe, et également de ses centres d'excellence en Inde et au Canada.

Pour explorer ces aspects et découvrir comment CGI peut vous aider, communiquez avec votre directeur de compte CGI, ou visitez la page www.cgi.com/web/fr/siege_social.htm pour connaître l'emplacement des bureaux de CGI le plus près des vôtres. D'autres renseignements sont affichés sur le site www.cgi.com.