



## Bouygues Telecom : de la startup à l'opérateur « n°1 de la relation client » avec Visual TOM.

### ↳ Une production ordonnancée depuis le départ, cœur de métier oblige

« Lorsque nous avons choisi Visual TOM en 1999, Bouygues Telecom était encore une start-up, sur un marché en pleine émergence, » se souvient Alain Balaguer, Responsable Systèmes au sein de la DSI de Bouygues Telecom. « Aujourd'hui nous sommes une entreprise mûre, en croissance régulière, propriétaire de son réseau DSL depuis 2008 et forte de plus de 9,5 millions de clients. Visual TOM a été incontestablement un soutien critique dans cette aventure, plutôt efficace et satisfaisant, sans quoi nous nous en serions déjà débarrassés! » Un bel argument en faveur de Visual TOM quand on sait combien l'ordonnanceur de production informatique est, pour l'opérateur, un élément stratégique de sa productivité métier globale. L'ensemble de son activité repose en effet sur 2 systèmes d'information sensibles : l'un pour gérer son réseau (au sens télécom du terme), l'autre, commercial, intégrant les outils de gestion de la relation client (CRM) et de facturation, générateurs directs de chiffre d'affaires. Suite au lancement de la première offre de type forfait de Bouygues Telecom en 1996, qui allait changer la donne du marché de la téléphonie mobile, cette DSI s'est équipée d'un premier ordonnanceur réputé, concurrent de celui d'Absyss. Objectif : automatiser et optimiser un planning de production complexe (jours ouvrés, non ouvrés, fériés, 1ier jour de la semaine...), de façon séquentielle, avec gestion centralisée des tâches récurrentes.

### ↳ Visual TOM retenu comme ordonnanceur unique, pour sa simplicité de prise en main

« Trop compliqué à mettre en œuvre, ce premier ordonnanceur n'a pas réussi à remporter l'adhésion de ses utilisateurs, » souligne Alain Balaguer. « Son coût élevé ne jouait pas non plus en sa faveur. Fin 1998, après quelques mois d'usage non probants, nous avons lancé un nouvel appel d'offres. Au cours de ce dernier, lors d'une matinée de démonstration, un consultant d'Absyss a implémenté toute l'automatisation d'une application métier, tâche qui demandait plusieurs semaines avec l'outil précédent : nous avons donc acquis Visual TOM, en outre moins coûteux, pour cette simplicité qui répondait pleinement aux attentes de nos utilisateurs. Simplicité qui était aussi un gage de productivité pour toute la DSI ! »

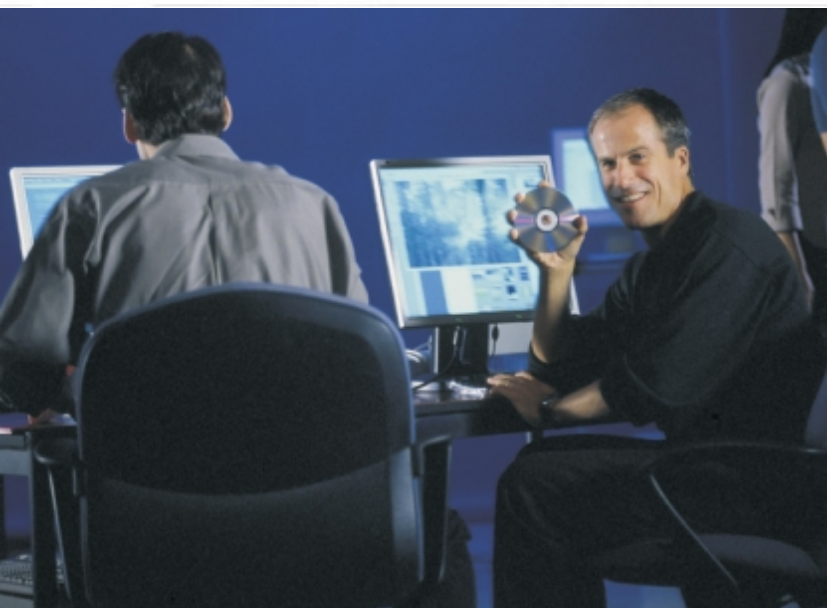
Acquis par Bouygues Telecom dès 1999, Visual TOM fait partie des fondations stratégiques sur lesquelles l'opérateur a bâti sa réussite : 16.685 jobs sont aujourd'hui traités par Visual TOM dans les « soutes » de la DSI, pour contribuer à offrir des services et une relation de qualité à quelques 9,7 millions de clients.



Depuis 1999, Visual TOM assure l'automatisation de tous les flux liés au système d'information du réseau télécom : gestion du patrimoine réseau, gestion des bornes, etc. Il pilote également la quasi-totalité des applications de gestion back-office de l'entreprise (Gestion financière sous SAP, immobilisations, paie...) et du système d'information commercial. Une charge qui représente aujourd'hui 16.685 jobs sur 537 machines, batchs de nuit ou batchs temps réel de supervision : arrêt et démarrage des applications métiers, échange de données entre applications, etc.

## ↳ Une qualité de service garante de la valorisation du chiffre d'affaires

Parmi les chaînes de traitements ordonnancées, certaines sont particulièrement critiques pour l'opérateur : par exemple la production de la paie de ses 8650 collaborateurs, le calcul du commissionnement mensuel de son réseau commercial (Boutiques, points de vente, grandes surfaces, grandes enseignes...) ou encore les chaînes de traitement de CRM qui participent directement à la place de n°1 de la relation client en téléphonie mobile qu'occupe Bouygues Telecom pour la troisième année consécutive. Autres chaînes critiques, déclinées en 3 segments (grand public prépayé, grand-public post-payé, entreprises) : celles dites de « valorisation ». Elles permettent le suivi de consommation des clients (tickets de taxe, dans le jargon métier) et leur facturation mensuelle, avec comptabilisation de leurs points de fidélité pour le renouvellement des téléphones mobiles, notamment.



Les tickets de taxe sont mesurés sur le réseau télécom à chaque appel clients, puis transmis automatiquement par Visual TOM aux applications de facturation. « Le moindre incident sur ces chaînes de « valorisation » se traduit directement par des pertes de chiffre d'affaires, » ajoute Alain Balaguer. « C'est pourquoi nous sommes particulièrement attentifs à leur bon déroulement et très satisfaits aujourd'hui du haut niveau de qualité de service offert par notre production informatique. » Une qualité qui doit beaucoup à la vision centralisée dont bénéficie les équipes chargées du contrôle des jobs 24 heures sur 24 (une bonne vingtaine de personnes en horaires décalés), via un cockpit de pilotage unique permettant la supervision et l'automatisation.

## ↳ Visual TOM au cœur du développement commercial de l'opérateur

« Aujourd'hui, avec nos presque 17.000 jobs gérés, la DSI de Bouygues Telecom atteint les limites de l'architecture de sa solution Visual TOM (Version 4), qui repose sur une base de données propriétaire », constate Alain Balaguer « Heureusement, la proximité de notre éditeur – français – son écoute et les relations très cordiales, sans nuire au professionnalisme, qu'il sait tisser avec ses clients, font que la réponse à notre problème est déjà prête avec la version 5 en cours de finalisation. Elle implémente une base de données relationnelle qui, grâce à ses capacités de réorganisation « à chaud », lui confère une plus grande évolutivité ». Une nouvelle version très attendue, car chaque nouvelle offre mobile lancée par l'opérateur génère son nouveau lot de jobs, à intégrer à la planification séquentielle déjà bien complexe. Et Alain Balaguer de conclure : « En toute discrétion, Visual TOM est un élément structurant du développement commercial de Bouygues Telecom, en contribuant aux performances et à la qualité des systèmes d'information générateurs de valeur pour les métiers. Il sera également un élément structurant de son avenir en permettant le lancement de nouvelles offres innovantes, soit techniquement, soit commercialement. »

### Bouygues Telecom en bref

Créée en 1994, Bouygues Telecom compte plus de 9,7 millions de clients, dont 7,3 millions de clients Forfait, et 8 650 collaborateurs. L'entreprise a pour ambition de "devenir la marque préférée de service de communication mobile, fixe, TV et Internet" et de libérer les usages en privilégiant l'accueil, le conseil, le service et l'accompagnement de ses clients. N°1 de la Relation Clients en téléphonie mobile\* pour la troisième année consécutive, Bouygues Telecom assure un service de proximité. Ses conseillers de clientèle, son réseau de distribution de 590 magasins Club Bouygues Telecom et le site Internet disponible 7j/7 et 24h/24 permettent d'offrir une présence de qualité auprès de ses clients.

\* Podium de la Relation Clients BearingPoint-TNS Sofres (avril 2009)

Pour en savoir plus : [www.bouyguetelecom.fr](http://www.bouyguetelecom.fr)