

Alphalink : Les MVNO sont morts, vive les GVNO !!!

Internet

Posté par : JulieM

Publié le : 29/4/2015 13:00:00

Après l'arrivée de Free, Orange, SFR et Bouygues Télécom ont baissé leurs tarifs pour éviter une fuite massive de leurs clients vers Free. Du coup, les MVNO, qui jouaient sur la différence entre leurs tarifs et ceux des NMO, ont été éliminés.

Parallèlement, sur le marché du B2B (plus de 600 opérateurs déclarés), l'innovation n'a jamais autant offert d'opportunités commerciales, techniques et financières.

Virgin, Joe Mobile, Systeme U, Zero, ces MVNO (Mobile Virtual Mobile Operator), et d'autres, ont payé au prix fort le prix d'une concentration nécessaire à la relance d'un marché de la téléphonie mobile trop concurrentiel. Ce bouleversement du paysage des télécoms est dû à l'arrivée d'un quatrième opérateur.

En l'occurrence, Free qui s'est lancé dans une guerre des prix. S'appuyant sur son maître de base, l'accès haut débit notamment via ADSL, il a lancé des offres bon marché qui menaçaient les trois autres NMO (Network Mobile Operator ou opérateurs hôtés) : Orange, SFR et Bouygues Télécom. À leur tour, ceux-ci ont baissé leurs tarifs pour éviter une fuite massive de leurs clients vers Free. Du coup, les MVNO, qui jouaient sur la différence entre leurs tarifs et ceux des NMO, ont été éliminés.

Parallèlement, sur le marché du B2B (plus de 600 opérateurs déclarés), l'innovation n'a jamais autant offert d'opportunités commerciales, techniques et financières. Des services nouveaux sont apparus, tels que la communication unifiée ou la convergence fixe-mobile.

Conséquence, les offres fondées sur les seules performances du réseau sont réduites. L'investissement dans les équipements croque une belle part de la capacité financière des NMO, sans pour autant leur garantir du chiffre d'affaires. Les forfaits compliqués et alambiqués sont, eux aussi, en retrait. Sur le marché des entreprises, les opérateurs ont compris que les lourds investissements réseaux ne leur permettront pas de se démarquer de la concurrence.

Désormais, les investissements surtout dans leur système d'information. En confiant à celui-ci ouverture et souplesse, ils sont en mesure de profiter des bénéfices des dernières technologies, telles que Le SDN (Software Defined Network). Ils sont en mesure de centrer leur stratégie sur les enjeux de base : la valorisation de leur entreprise.

Les dernières concentrations du marché démontrent largement que seul l'abonnement compte et que le coût de réseau n'est plus considéré que comme un mal nécessaire, voir, au mieux, une ligne comptable valorisant un actif.

Le système d'information (notamment l'OSS ou Operation Support System et le BSS ou Business Support System) devient la clé de la gestion efficace de l'abonnement. Le SI est le seul outil lui permettant de maîtriser sa relation avec les clients et de développer de nouvelles offres.

Celles-ci, nerfs de la guerre des « marketeurs », deviennent l'arme de guerre indispensable pour s'implanter sur ce marché. Les innovations constantes des acteurs, combinées à la redistribution des cartes issue des stratégies Cloud des opérateurs, éditeurs ou équipementiers, imposent aux opérateurs locaux de globaliser leurs offres de services, avec, en

filigrane, une relation de proximité.

C'est dans ce contexte qu'est née la généralisation des Global Virtual Network Opérateur (GVNO). Brisant le traditionnel découpage de l'activité télécoms en silos (mobile, accès haut débit, RTC), forts de la connaissance du métier de leurs clients, attentifs au sens du détail nécessaire à la compétitivité de leurs clients, ils proposent aux entreprises une offre répondant à l'ensemble de leurs besoins. Ils détiennent les clés du coffre de la croissance.

Vive les GVNO !!! confirme Alexandre Nicaise, Co-Fondateur d'Alphalink