

international

TUNISIE

SPG entre dans une démarche CRM

La SSII tunisienne, créée en 1992, dote sa filiale SPG Service d'un centre d'appels. Un moyen pour cette société de développer son offre et conquérir de nouvelles parts de marché.

■ Depuis l'accord d'association signé en 1995 entre la Tunisie et l'Union Européenne sur la constitution, d'ici à 2010, d'une zone de libre

échange, les entreprises locales se préparent à la modification de leur marché. « Avec cet accord, le secteur du service sera ouvert à la concurrence. Nous avons souhaité répondre à cet enjeu de façon pro-active en mettant en place un nouveau service », explique Sahbi Gargouri, directeur général de SPG, une SSII tunisienne créée en 1992 (CA 99 de 32 MF), et dont l'une des filiales, SPG Service, est spécialisée dans la formation, le support technique téléphonique

et le consulting. La société occupe une place de choix sur le marché de l'informatique tunisien; l'entité étant agréée comme centre de support et de formation Microsoft. Pour compléter et soutenir l'activité de la SSII sur deux de ses métiers que sont l'assistance technique et la formation, et pour permettre une personnalisation de la relation clients, SPG Service vient de se doter d'un call center. « La mise en place d'un centre d'appels répond à une exigence: traiter les appels correctement. Il n'y a pas de place pour l'à-peu-près », souligne Sahbi Gargouri.



Le centre d'appels de SPG Service regroupe 17 postes de travail, un PABX Lucent Definity, une solution CRM fournie par Point Information Systems.

Laurent Bidart (Point Information Systems) : « On assiste aux débuts du CRM en Afrique du Nord »

Trois questions au directeur régional Europe du Sud de Point.

Vous venez de faire un premier pas au Maghreb avec SPG SA, une SSII tunisienne. Quelles sont, selon vous, les perspectives de développement du marché CRM en Afrique du Nord ?
On assiste en effet aux débuts du CRM en Afrique du Nord, plus particulièrement au Maroc et dernièrement en Tunisie. Deux facteurs peuvent expliquer ce phénomène. Le premier réside dans la délocalisation d'entreprises européennes qui trouvent au Maghreb une excellente qualité de service avec du personnel très bien formé, pour un coût réduit. Le second facteur est l'intérêt que les sociétés locales commencent à porter au CRM. Cette tendance a été visible lors des derniers salons (SeCa, ProgiMark) durant lesquels nous avons noté la visite de ces acteurs locaux. Ce qui n'était pas le cas lors des précédentes éditions.

Quelles sont les ambitions de Point Information Systems pour ce nouveau marché ?

En réalité, SPG SA a été une opportunité pour Point de découvrir un marché, pour le moment de niche. Les acteurs sont encore en nombre limité mais de taille importante avec une réflexion avancée autour du CRM. De par notre contrat avec SPG, nous sommes en liaison avec d'autres sociétés tunisiennes. SPG est non seulement une belle référence, mais sera dans un futur très proche un véritable partenaire, une sorte de relais sur la Tunisie. Par ailleurs, un autre de nos partenaires, Altitude Software, avec qui nous avons signé un accord de partenariat mondial, est déjà bien implanté dans cette région. Nous pensons que nos forces conjuguées peuvent être un réel atout pour conquérir de nouveaux clients.

Comment comptez-vous positionner votre offre CRM au Maghreb ? Point dispose de nombreux atouts pour attaquer le marché nord-africain. Hormis les partenariats précédemment cités, notre solution e-point propose par exemple en natif la gestion des langues bi-directionnelles, telles que l'arabe. Par ailleurs, l'attente des clients dans ce secteur correspond bien à la rapidité d'implémentation qui caractérise notre solution.

PROPOS RECUEILLIS PAR N. S

Coût global: 2,50 MF

Le nouveau service a pour vocation d'assurer, d'une part, une hot line technique et, d'autre part, des opérations commerciales (télévente de contrats de supports et d'assistance technique, de stages de formation...). Dans un premier temps, il doit permettre une meilleure fidélisation des clients, augmenter le nombre de commandes, faire un pas supplémentaire vers la qualité de la relation clients à distance et prospecter de nouveaux clients. Dans un second temps, il doit offrir de réelles prestations de GRC et servir de vitrine à des investisseurs étrangers qui souhaite-

raient sous-traiter auprès de SPG Service leurs relations clientèle. Pour ce dernier point, la SSII n'exclut pas la création d'un autre centre d'appels orienté vers l'outsourcing. D'autant plus qu'elle compte réaliser un retour sur investissement de son premier plateau dès le mois de mars prochain. Celui-ci aura coûté 2,5 millions de francs. SPG Service a fait confiance aux outils logiciels de Point Information Systems, qui signe par la même son premier contrat en Afrique du Nord (voir encadré). Le plateau constitué de 16 positions de travail plus un poste superviseur comprend un PABX Lucent Definity, un CTI CentreVu de Lucent associé à Point CTI et à des briques logicielles développées en interne. Le tout intégré par Novaxis France.

NICOLAS SEGUIN



Sahbi Gargouri (SPG) : « Nous avons souhaité avoir une démarche pro-active en mettant en place un centre d'appels. »