

CAHIER
SPÉCIAL
DÉTACHABLE
TÉLÉPHONIE
D'AFFAIRES

SOLUTIONS POUR TRAVAILLEURS À DOMICILE

Premiers choix importants des travailleurs à domicile : le type de service et d'équipement téléphoniques à choisir C-7

LE CENTRE D'APPEL : VITRINE DE L'ENTREPRISE

Pour une foule d'entreprises, le centre d'appel est devenu une entité stratégique de première ligne C-10

MONTRÉAL, LE SAMEDI 16 SEPTEMBRE 1995

CAHIER C - 12 PAGES



LES AFFAIRES

LES SERVICES TÉLÉPHONIQUES D'AFFAIRES PRENNENT LEUR SECOND SOUFFLE

Le téléphone est depuis longtemps un instrument absolument indispensable aux entreprises. Cependant, depuis quelques années, le développement des technologies des télécommunications et de l'informatique ont considérablement transformé son rôle.

Les réseaux sont devenus intelligents, c'est-à-dire qu'ils ne se contentent plus de transporter l'information brute. Grâce à des commutateurs et autres équipements qui sont en fait des ordinateurs, les réseaux transmettent aussi une foule d'informations de gestion. L'utilisateur peut ainsi, consciemment ou non, donner des ordres à ces équipements. Faire un «renvoi d'appel» en pianotant sur son téléphone à clavier, c'est reprogrammer un commu-

tateur.

À cette intelligence de réseau se greffe une multitude d'équipements terminaux: téléphones à mémoire, à deux lignes, systèmes téléphoniques, télécopieurs, modems. La téléphonie mobile prend des formes toujours plus variées: téléavertisseurs à écrans, téléphones cellulaires, téléphones personnels, etc.

S'ajoutent les technologies vocales: réponse vocale interactive, reconnaissance de la parole, messagerie vocale.

Client au bout du fil

Tous ces outils se développent au moment même où les quantités d'information transmises deviennent astronomiques, où les entreprises veu-

lent multiplier les contacts avec leur clientèle et leurs partenaires et où la compression des dépenses est incontournable.

La téléphonie a toujours remplacé avantageusement le transport de personnes ou de documents, mais dans certains cas seulement. Aujourd'hui, elle peut aller beaucoup plus loin. Avec un simple téléphone à clavier, on peut obtenir des quantités d'information sans intervention humaine, se faire expédier des documents par télécopie à la demande, fouiller dans des bases de données à l'aide d'un menu vocal, faire des transactions, prendre des commandes, expédier des messages vocaux en quantité.

Les entreprises ont vite compris et après avoir installé des systèmes pour

leurs besoins internes, elles se sont tournées vers les services à la clientèle. Le centre d'appels a remplacé en tout ou en partie quantité de départements et de services reliés à la clientèle: demandes d'information, vente, après-vente, prise de commande, promotion, plaintes, etc. Les centres d'appels, qui emploieront près de 9 millions de personnes en Amérique du Nord en l'an 2 000 sont devenus la vitrine de l'entreprise.

Grâce à la téléphonie moderne, le client peut être servi en tout temps, immédiatement et sous des formes variées. Les coûts de la technologie baissant constamment, les PME et même les micro-entreprises peuvent elles aussi profiter de ces technologies. ■

GI
Tocco

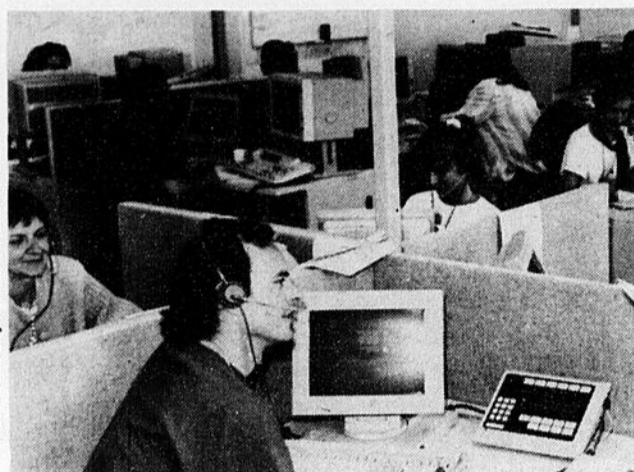
La télécommercialisation devient le point de contact privilégié avec la clientèle

Le contact direct entre une entreprise et son client se fait de plus en plus rare. Mais les contacts « à distance », eux, se multiplient. La « télécommercialisation » remplace peu à peu les rencontres entre clients et fournisseurs de produits et services.

Plusieurs faits expliquent cette tendance qui n'est pas nouvelle mais qui s'accroît. Les contacts personnels coûtent beaucoup trop cher, nécessitent des déplacements (du client ou du fournisseur) et beaucoup de temps. Le vendeur d'assurances qui passait vous voir tous les ans n'existe plus depuis longtemps.

Le service à la clientèle est devenu la pierre d'assise de l'entreprise moderne. Les contacts sont plus fréquents. D'une part, il faut bien connaître les besoins du client, donc communiquer avec lui ; d'autre part, il faut pouvoir répondre à toutes ses demandes. D'ailleurs, ce client est plus exigeant et désire être bien servi « tout de suite ».

C'est une des raisons qui



Le service à la clientèle est devenu la pierre d'assise de l'entreprise moderne. Les contacts sont plus fréquents.

expliquent que les entreprises doivent manipuler de plus en plus d'information. Les échanges sont plus nombreux et il s'agit souvent d'échanges d'information.

Les technologies de traitement de l'information, aussi bien l'informatique que les télécommunications ont vite évolué et permettent d'automatiser, d'accélérer, de personnaliser et d'améliorer la qualité des contacts et le transfert d'information.

Le terme *télémarketing* s'emploie de moins en moins, car il rappelle ce vendeur qui vous réveille le samedi matin à huit heures pour vous proposer ses merveilleux produits.

Ce qu'est la télé-commercialisation

Les choses ont évolué et la télécommercialisation embrasse un domaine plus vaste que la vente directe.

En fait, elle s'étend à toutes les fonctions qui touchent de près ou de loin la clientèle actuelle ou éventuelle. Les demandes d'information, la mise à jour de dossiers, les prises de commande, les réclamations, la promotion, le service après-vente, toutes ces fonctions peuvent faire appel à la télécommercialisation.

Le télémarketing consistait d'abord à mettre deux personnes en relation téléphonique, généralement un vendeur et un client éventuel. La télécommercialisation, pour sa part, fait appel à une impressionnante batterie technologique qui permet d'automatiser une bonne partie du transfert d'information entre le fournisseur et le client.

Dans bien des cas, le client pourra, à l'aide d'un simple téléphone à clavier, obtenir l'information qu'il recherche, faire une transaction, recevoir de la documentation écrite ou encore contacter, sans faire aucune recherche, la personne la plus qualifiée pour résoudre son problème. La télécommercialisation

est associée, la plupart du temps, au centre d'appels.

Une panoplie de technologies

Le centre d'appels consiste en un ensemble de personnes et de machines situées en un même lieu ou géographiquement dispersées, reliées par des réseaux téléphoniques. Un centre d'appels peut employer des centaines de personnes ou se limiter à quelques-unes seulement.

La petite entreprise peut elle aussi profiter de technologies qui faciliteront les contacts avec sa clientèle et réduira ses coûts. Téléphonie intelligente, numéro 800, réponse vocale, télécopie sur demande, téléphonie cellulaire ou personnelle, toutes ces technologies sont à la portée de la PME et même de la micro-entreprise.

L'équation à résoudre pour le gestionnaire a changé. Il ne s'agit pas de comparer simplement le coût de la technologie avec les économies qu'elle permet du côté des ressources humaines. En

fait, les avantages à considérer sont de trois ordres :

- augmenter la productivité ;
- améliorer la qualité du service à la clientèle ;
- augmenter le rayon d'action de l'entreprise.

La hausse de la productivité est facile à mesurer et relativement facile à réaliser.

Il est plus difficile d'évaluer la qualité du service à la clientèle. Cependant, la télécommercialisation peut offrir des outils à cette fin : analyse des ventes sur des régions automatisées par rapport à celles qui ne le sont pas ; gestion des plaintes assortie de mesures adéquates ; sondages auprès de la clientèle, etc.

Quant à l'augmentation du rayon d'action de l'entreprise, c'est un corollaire de la télécommercialisation. En remplaçant le contact direct par des télécommunications, on peut rejoindre plus facilement plus de clients dans des régions plus vastes.

GIL TOCCO



Bell
présente

LE 11^e SALON INTERNATIONAL LE MONDE DES AFFAIRES^{MC}

Du 28 septembre au 1^{er} octobre 1995 - PLACE BONAVENTURE

Judi : 11 h à 20 h / Ven., sam., dim. : 11 h à 18 h.

**500
EXPOSANTS
30 000
DÉCIDEURS**

NOUVEAU CETTE ANNÉE !



CITÉ du FUTUR
CAPITALISONS SUR L'AVENIR

EXPLOREZ LA CITÉ DU FUTUR
Vous n'en croirez pas vos yeux ! L'hydrogène annonce une extraordinaire révolution. Voyez le prototype de l'avion CRYOPLANE mis au point par Daimler-Benz et Tupolev. Admirez la fusée Ariane 5, l'autobus d'Hydrogen Power (USA), la camionnette Ford de l'Université de Californie, les panneaux solaires, les éoliennes, les édifices verts, et plus encore. Émerveillez-vous au THÉÂTRE H₂ devant les prochains avions supersoniques de la NASA.





NOUVEAU

LE PAVILLON DES IDÉES GAGNANTES
En grande primeur, 12 formules à succès ! Découvrez les nouveaux concepts et les stratégies audacieuses qui ont permis à une douzaine d'entreprises québécoises de connaître une réussite exceptionnelle. Comme celle de Gad Shaanan, dont l'expertise dans le design industriel rayonne jusqu'en Asie ! Venez rencontrer en personne ces entrepreneurs dynamiques. Complétez le parcours en vous rendant à la **Vitrine des Inventions**. Vous y dénicherez 20 produits à fort potentiel qui pourraient devenir les succès de demain.



NOUVEAU

BRANCHEZ-VOUS SUR L'INTERNET
Désormais, vous avez la planète au bout des doigts ! Apprenez sur écran géant à naviguer pour rejoindre 40 millions d'utilisateurs, 240 pays, les plus grandes banques de données. Pilotez vous-mêmes les nouveaux équipements au **Café Électronique**. Profitez-en pour explorer une cinquantaine de CD-ROM et poursuivez votre initiation en vous plongeant dans un nouvel univers à notre **Carrefour de réalité virtuelle**.

Internet

SAVOIR... C'EST POUVOIR!

DES OUTILS DE TRAVAIL, DES OCCASIONS D'AFFAIRES... ICI ET À L'ÉTRANGER

















Vous êtes sur la route. Avec un client.

Vous devez retrouver un design de bouteille particulier.

Votre base de données en contient 40 000.

Tout ce que vous avez comme renseignement,
c'est une vague idée de sa forme...

Parfait.

Le cerveau humain extrait l'information visuellement. Mais est-ce qu'une base de données client-serveur peut en faire autant? Eh bien, la technologie d'interrogation par contenu de l'image (QBIC) pour DB2, exclusive à IBM, va vous en mettre plein la vue! Il est désormais possible de retrouver des enregistrements à partir de leur forme; ou de leur couleur; ou même de leur texture. Vous avez ainsi un accès plus rapide aux données - y compris les données multimédias - ce qui vous permet de prendre de meilleures décisions.

Tout cela n'est guère surprenant, si l'on considère qu'IBM est le chef de file en bases de données depuis leur création. (Le logiciel DB2 est d'ailleurs utilisé par plus de 90 % des entreprises de la liste *FORTUNE 500*.) DB2 a toujours innové en offrant des outils vous permettant de tout faire, de la gestion de données à distance jusqu'à la préparation de données qui seront utilisées



Votre logiciel peut-il en faire autant?

simultanément en différents endroits. Et, bien que DB2 se démarque par ses hautes performances, c'est un logiciel qui s'adapte à tous les environnements.

Le logiciel DB2 répond aux normes ouvertes de l'industrie et est compatible avec les systèmes les plus utilisés. Il est conçu pour offrir rapidité et efficacité à partir d'un serveur de n'importe quelle taille. À 2 ou 100 000 utilisateurs. En mégaoctets ou en téraoctets.

Si vous désirez rendre votre information plus accessible, composez le 1 800 565-7948 ou consultez notre page d'accueil sur Internet en tapant le <http://www.software.ibm.com>. Vous découvrirez pourquoi tant d'entreprises considèrent que c'est avec DB2 que leur avenir prend forme.

IBM

Des solutions pour une petite planète

Le centre d'appels : souvent le premier lien entre l'entreprise et le client

Le centre d'appels, vitrine de l'entreprise, est devenu une entité importante

Pour une foule d'entreprises, le centre d'appels est devenu une entité de première importance, et pour cause.

C'est en effet par ce centre que passe l'immense majorité des activités qui sont reliées à la clientèle, d'une façon ou d'une autre.

Un centre d'appels est constitué d'un ensemble de personnes ayant reçu une formation adéquate pour répondre aux besoins divers de la clientèle ainsi que d'outils technologiques variés. Ces derniers permettent à la fois de bien gérer le centre d'appels, d'optimiser le rendement des personnes et des équipements et, enfin, d'automatiser au maximum les tâches répétitives.

Cependant, le centre d'appels n'est pas nécessairement concentré en un même lieu physique. Il peut être formé d'un ensemble de bureaux régionaux interreliés et même complété par des personnes travaillant chez elles.

Ce qui est important, c'est que le client perçoive le tout comme une entité et arrive à obtenir ce qu'il désire sans complication démesurée et sans attente excessive.

Le 800 comprend toute une gamme de services

Le centre d'appels traite à la fois les appels qui entrent et ceux qui sortent.

Les compagnies de télécommunication offrent, pour les appels qui entrent, un service bien connu, le 800.

Le service 800 ne se limite pas à l'attribution d'un numéro que le client pourra utiliser sans frais. Toute une gamme de services basés sur l'intelligence du réseau est aussi disponible.

Un premier groupe de fonctions s'attache à éviter que le client attende au bout du fil. Des fonctions de réacheminement réorienteront l'appel vers un bureau moins occupé ou vers un système

de relève et, en dernier recours, vers un enregistrement vocal.

D'autres fonctions ont pour objet d'orienter le client vers la personne ou le groupe de personnes qui peuvent le mieux répondre à son besoin. En reconnaissant son code régional, ou même sa circonscription d'appels, on pourra l'orienter vers le bureau le plus proche de chez lui.

Plus sophistiquées sont les fonctions qui reconnaissent automatiquement celui qui appelle d'après son numéro de téléphone. Cela permet d'acheminer l'appel du client X vers le bureau, l'équipe ou même la personne la mieux qualifiée pour répondre à ce client particulier.

Mieux encore, on peut affecter à chaque client un NIP (numéro d'identification personnel) à quatre chiffres. D'où que provienne l'appel, le client sera automatiquement mis en contact avec la

bonne personne ou le bon service.

Les services 800 offrent aussi des fonctions de menus vocaux et de reconnaissance de la parole. Ainsi, le client peut s'orienter en répondant à un menu vocal soit par le clavier du téléphone, soit vocalement.

Enfin, d'autres caractéristiques sont reliées à la gestion efficace du service et à la sécurité en cas d'avarie. Toutes ces fonctions ne nécessitent aucun équipement et peuvent être, en général, choisies à la carte.

Distributeur automatique d'appels

Un centre d'appels est généralement doté d'un DAA (distributeur automatique d'appels) qui se trouve soit dans le centre même, soit dans la compagnie de télécommunication qui le loue.

La première fonction d'un DAA c'est d'acheminer les appels sur une base de premier arrivé, premier servi et de les répartir équitablement entre les préposés.

C'est aussi un outil de gestion fournissant des statistiques, des écrans de visualisation en temps réel, des outils de reconfiguration.

Les DAA peuvent être des équipements en soi ; ils peuvent être couplés à des ordi-

nateurs personnels ; ils peuvent en outre se limiter à une simple carte insérée dans le commutateur téléphonique. Ils ne sont donc plus seulement réservés à la grande entreprise.

Notons qu'ils ne se limitent pas à la gestion des appels qui entrent, mais qu'ils gèrent aussi les appels qui sortent.

Avec un DAA évolué, celui qui doit contacter le client reçoit automatiquement le dossier du client sur l'écran de son ordinateur dès qu'il est libre et que le client est en ligne.

Nombreux paramètres possibles

Les équipements les plus sophistiqués peuvent traiter les appels entrant d'après une foule de paramètres : il peut s'agir, par exemple, du numéro appelé, du numéro appelant, du taux d'occupation des préposés, etc.

Ainsi, un client privilégié (Carte Or, par exemple) verra son appel traité en priorité et orienté vers les préposés les plus qualifiés.

Pour ce qui est de la productivité, des fonctions évoluées permettent de vraiment maximiser le travail des préposés. Par exemple, lorsqu'un client appelle, son numéro sera automatiquement

reconnu, le système ira chercher son dossier dans l'ordinateur, trouvera le préposé libre le plus qualifié, affichera le dossier sur son écran, mettra éventuellement en évidence les points chauds du dossier. Le tout sera exécuté avant même que le préposé ne décroche son téléphone.

Systèmes à réponse vocale interactive

Les systèmes à réponse vocale interactive (RVI) peuvent compléter efficacement le centre d'appels.

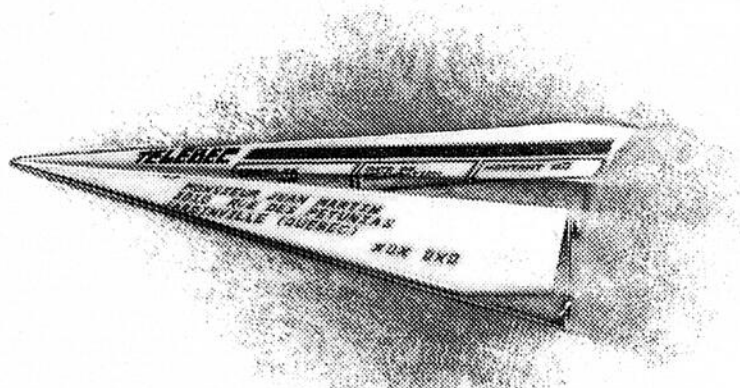
En passant par des menus vocaux grâce à son téléphone à clavier, le client pourra lui-même s'orienter.

Chaque fois qu'il recherchera de l'information générale ou facilement codifiable (un solde de compte, par exemple), il y aura accès directement sous forme d'enregistrement vocal ou d'information parlée grâce à un système de synthèse de la parole.

Les avantages sont de deux ordres. L'entreprise évite d'employer du personnel pour donner des informations répétitives ou codifiées et le client est rapidement servi à toute heure.

GIL TOCCO

AVANTAGE



IL Y A DES ÉCONOMIES DANS L'AIR!

AVANTAGE TÉLÉBEC : un nouveau plan d'escompte pour profiter d'économies inégalées sur vos interurbains.

Avec AVANTAGE TÉLÉBEC^{MC}, les escomptes sont en effet calculés sur le volume; plus vous appelez, plus les économies grimpent!

Conçu pour les clients ayant un volume d'appels interurbains de 200 \$ par mois et plus, le service AVANTAGE TÉLÉBEC^{MC} vous fait économiser sur tous vos appels faits par l'interurbain automatique ou portés à votre Carte d'appel^{MC}, partout au Canada, aux États-Unis et à l'outre-mer.

Pour un embarquement immédiat, communiquez dès aujourd'hui avec un de nos conseillers au : 1 800 626-8353.

AVANTAGE TÉLÉBEC

La Fiscalité de l'entreprise agricole SAMSON BÉLAIR/DELOITTE & TOUCHE

Voici le premier ouvrage destiné aux 55 000 producteurs agricoles québécois traitant de la Loi de l'impôt sur le revenu (Québec) et la Loi sur les impôts (Canada). Il vous permet de faire des choix éclairés en matière de fiscalité et de profiter de tous les avantages auxquels vous avez droit.

224 pages

21,35 \$ (TPS incluse)



Entrepreneurship et développement local PAUL PRÉVOST

Ce livre propose un cheminement pour accroître le potentiel entrepreneurial de nos régions. C'est une invitation à s'engager dans le développement de son milieu. On y propose un modèle pratique de prise en charge de la population par la population. Ce modèle a le mérite de s'appliquer à d'autres contextes territoriaux.

26,70 \$ (TPS incluse)

En vente en librairies

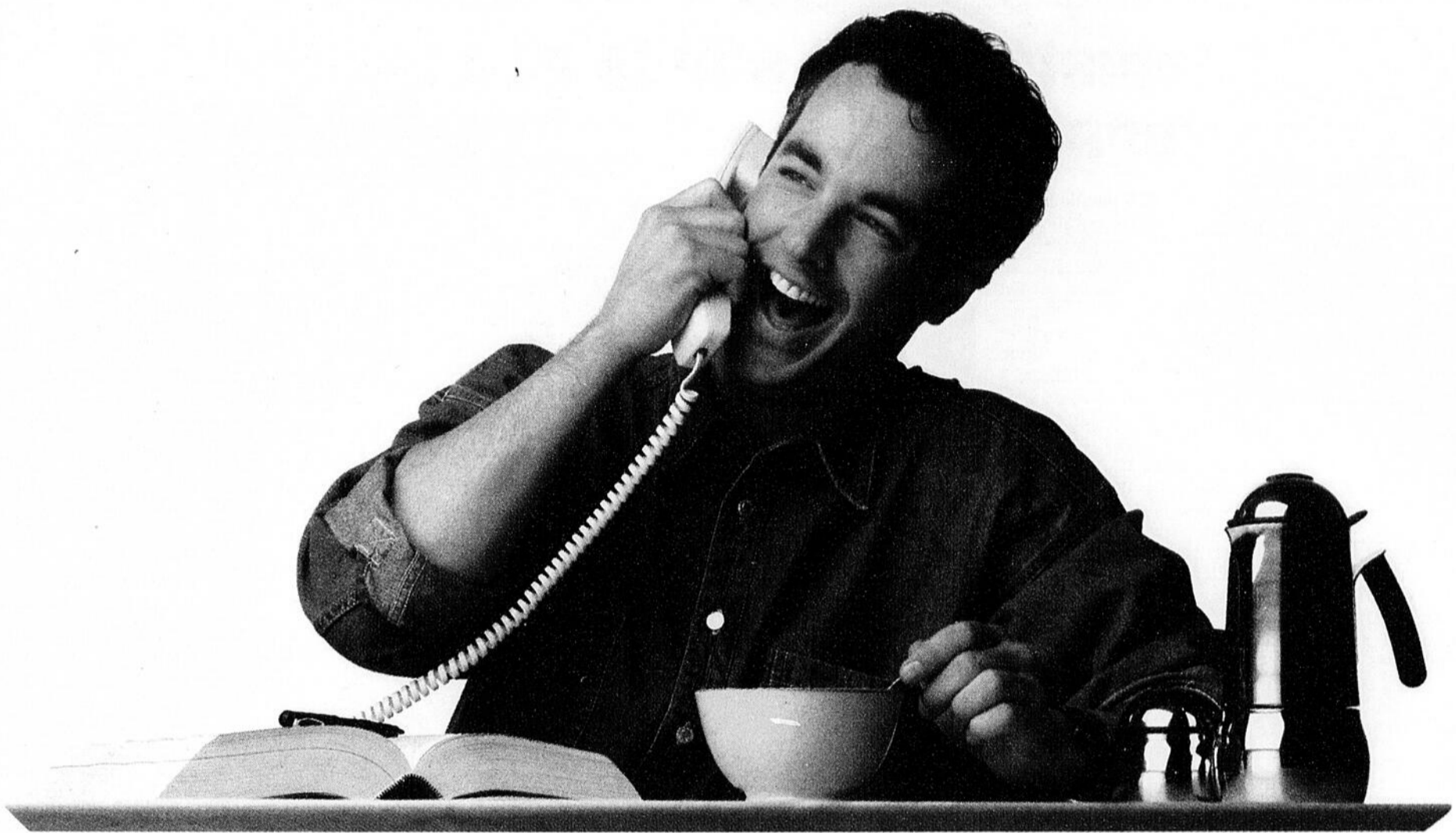
200 pages

Entreprise : _____
 Nom : _____
 Adresse : _____
 Code postal : _____ Téléphone : () _____
 Chèque Carte de crédit : Visa MasterCard Amex
 Numéro : _____ Expiration _____

Envoyez votre commande à : Les Éditions TRANSCONTINENTAL inc.
 1100, boul. René-Lévesque Ouest, 24^e étage
 Montréal (Québec) H3B 4X9

Pour commander par carte de crédit : (514) 392-9000 ou sans frais 1-800-361-5479

Important : Veuillez ajouter 2,67 \$ de frais de poste au total de votre commande.



Cet homme vient de perdre 5 000\$

S'il avait eu le service *TéléRéponse*^{MC} Bell, cela ne se serait pas produit: son client n'aurait pas perdu patience en se butant à une ligne occupée. C'est que le service *TéléRéponse* prend tous vos messages, même lorsque vous êtes au téléphone. Avantage que ne vous procure pas un simple répondeur. Et c'est beaucoup plus encore. C'est une garantie de n'avoir aucun bris d'équipement. C'est une option multiusagers qui vous offre une boîte vocale pour la maison et une pour l'entreprise. C'est la possibilité de modifier facilement vos messages d'accueil au jour le jour. Bref, c'est l'outil tout désigné pour assurer à vos clients un service hors pair.

Abonnez-vous en composant le 1 800 210-BELL



Offert là où la technologie le permet.

Combinaison de l'informatique, des cartes vocales et du téléphone à clavier Prima Telematic mise sur la réponse vocale interactive

Fondée à l'époque de la télématique Alex, associée pour un temps avec le Groupe IST et Cossette Communications, Prima Telematic vole maintenant de ses propres ailes. Et l'entreprise s'est choisie un nouveau créneau : la réponse vocale interactive (RVI).

Cette technologie profite du fait que le téléphone est l'instrument de communication le plus populaire au monde, tout en étant le plus simple à utiliser.

En combinant l'informatique, les cartes vocales et le téléphone à clavier, la réponse vocale interactive propose des solutions relativement peu coûteuses et pouvant être très sophistiquées dans le domaine des relations entre les entreprises et leur clientèle.

Messagerie intégrée, systèmes sur mesure

« Chez Prima Telematic, nous travaillons suivant deux axes, a expliqué aux AFFAIRES François Rainville, président de l'entreprise montréalaise.

« Le premier propose des solutions de messagerie intégrée ; le second consiste à fabriquer des systèmes sur mesure reliés aux ordinateurs de nos clients. »

Par « messagerie inté-

grée », M. Rainville entend la messagerie vocale à laquelle s'ajoute l'expédition de documents télécopiés. La messagerie vocale permet d'expédier un message parlé dans la boîte vocale d'un interlocuteur, de faire suivre un message, de le diffuser à plusieurs adresses, de l'archiver, bref, de faire tout ce qui existe dans un système de messagerie informatisé. Dans ce cas précis, on ajoute la possibilité d'ajouter un texte parlé un document écrit qui pourra être récupéré sur télécopieur ou grâce à un fax-modem.

« Avec la progression de la synthèse de la parole, nous envisageons dans le futur d'ajouter une fonction permettant d'écouter les messages écrits. L'utilisateur A pourra expédier un message écrit à l'utilisateur B qui pourra soit l'imprimer sur un télécopieur, soit en écouter une transcription sonore, soit les deux. »

Systèmes transactionnels

Les systèmes sur mesure de Prima Telematic vont beaucoup plus loin puisqu'ils incluent des possibilités de transactions plus ou moins élaborées toujours à partir d'un téléphone à clavier.

« L'information échangée



François Rainville : « Avec la progression de la synthèse de la parole, nous envisageons d'ajouter une fonction permettant d'écouter les messages écrits. »

entre une entreprise et son client peut être de trois ordres, a poursuivi M. Rainville.

« Elle peut être non personnalisée, comme de l'information générale sur l'entreprise, la description de certains services, les heures d'ouverture, etc. Dans ce cas, on peut facilement enregistrer vocalement cette information et l'organiser dans un menu vocal. Elle pourra être complétée éventuellement par de l'information télécopiée. »

Ensuite, l'information peut

être personnalisée mais facilement codifiable ; par exemple, un numéro de compte, de produit, un solde, etc.

Ici encore, on peut automatiser le transfert d'information en combinant menu vocal, messages préenregistrés et touches du clavier du téléphone.

« Reste l'information personnelle qui ne peut pas se codifier et nécessite l'intervention d'un spécialiste. Dans ce cas, le système doit permettre d'accéder le plus facilement possible à une

personne pouvant répondre à la demande. »

Solutions intégrées dans un centre d'appels

En fait, les solutions de Prima Telematic peuvent parfaitement s'intégrer dans un centre d'appels et elles le font.

Un tel système permet d'effectuer une foule de transactions : remplir une commande après s'être promené dans un catalogue vocal de produits, consulter un

compte pour en connaître le solde, connaître l'état d'un procédé d'expédition de marchandises... les utilisations possibles sont pratiquement infinies.

Bien entendu, pour que le tout soit efficace, il faut que le système vocal soit relié au système de gestion de l'information de l'entreprise et qu'il puisse aller y chercher, y ajouter et y modifier des données au fur et à mesure que le besoin s'en présente.

Expertise particulière

« Notre façon de procéder, c'est d'émuler un terminal. L'ordinateur voit alors notre système comme un terminal transactionnel ordinaire, a indiqué M. Rainville.

« Cela nous permet de ne pas toucher directement aux ordinateurs et aux logiciels de l'entreprise cliente. Nous agissons comme une interface entre le client qui est au bout du fil et l'entreprise. »

Prima Telematic ne s'occupe pas de réseaux de communication ; elle utilise les ordinateurs, les cartes vocales et autres équipements disponibles sur le marché.

Sa valeur ajoutée se situe au niveau des logiciels et de la façon de communiquer efficacement à l'aide des technologies employées.

« Il est facile de trouver des machines et des équipements. Mais pour que le système fonctionne bien, il faut posséder un fort niveau d'expertise. Nos équipes sont composées de 50 % d'ingénieurs et de 50 % de spécialistes en communication orale. »

Par ailleurs, Prima Telematic bénéficie du fait que l'environnement montréalais est bilingue et même multilingue, ce qui lui donne une longueur d'avance sur ses concurrents, surtout américains.

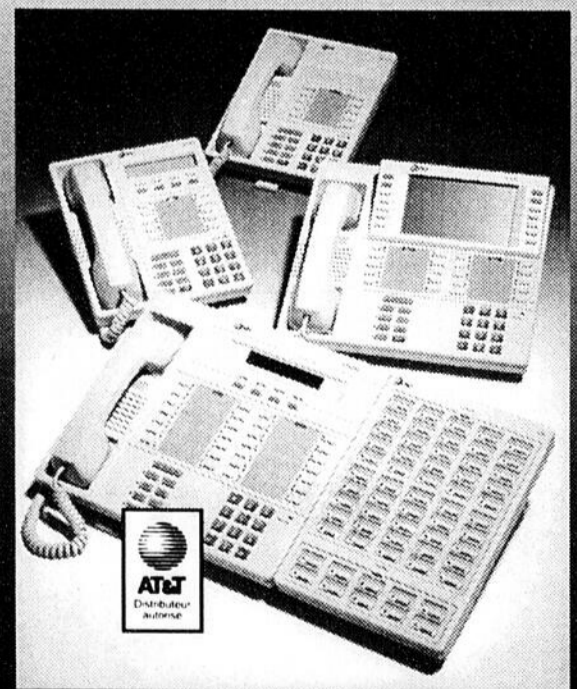
« Nous n'avons attaqué le marché international que depuis huit mois. Nous avons déjà des activités au Maroc, à Singapour, en France et, bientôt, en Amérique Latine. »

D'après M. Rainville, le marché de la RVI, qui est en pleine expansion, va continuer de croître. Il se heurte à d'autres technologies telles qu'Internet ou la télévision interactive, mais pendant encore longtemps, le téléphone restera le terminal le plus utilisé et le plus simple.

GIL TOCCO

Teltech service

9671 CLÉMENT LA SALLE (QUÉBEC) H84 4B4
TÉL: (514) 595-5511



Quelle que soit l'ampleur
ou la complexité
de votre réseau
de télécommunications...

Voici l'outil de gestion

STAT®

Saisie et
Traitement des
Activités
Téléphoniques

Conçu au Québec par :



LE GROUPE DE COMMUNICATION CDS
410, boul. Lafleur, suite 13
Ville LaSalle Qc H8R 3H6
Tél. : (514) 366-9600
Fax. : (514) 367-5968

Membre actif du programme
"BUSINESS AFFILIATE"
de Northern-Telecom



Solutions pour micro-entreprises et travailleurs à domicile

Le phénomène du travail à domicile et des micro-entreprises (entreprise comptant une, deux ou trois personnes) se développe très rapidement et il est prévu qu'il deviendra de plus en plus important.

Nombre de fournisseurs affirment qu'ils sont bien conscients du phénomène ; dans les faits, peu d'outils sont spécifiquement conçus pour ce créneau.

Bell Canada, par exemple, a publié un *Petit manuel de Bell pour les travailleurs à domicile*. On y retrouve des présentations des services de base, des équipements et des programmes qui s'offrent aux travailleurs à domicile.

Cependant, la plupart des solutions présentées font appel à des services disponibles à toutes les résidences, à des équipements conçus pour le marché résidentiel ou pour les PME et à des programmes destinés aux entreprises en général. Il n'existe rien qui soit vraiment spécifique.

Bell propose ses *Services Étoiles* que tout abonné peut

se procurer. Il est vrai qu'ils peuvent être particulièrement utiles pour une micro-entreprise.

La boîte vocale remplace avantageusement le répondant puisqu'elle fonctionne quand vous occupez la ligne et qu'on peut y accéder à distance.

L'appel en attente, le renvoi automatique à un autre numéro, la conférence à trois, tous ces services peu coûteux sont fort intéressants pour une entreprise qui ne peut pas louer une multitude de lignes, qui n'a pas de réceptionniste, ni même une personne présente au bureau en permanence.

Grande variété d'équipements

Il existe une grande variété de téléphones d'affaires ou de petits systèmes téléphoniques pour la micro-entreprise.

Les compagnies de téléphone les offrent en location, mais on peut aussi en acheter chez des revendeurs spécialisés et même dans des bouti-

ques spécialisées en téléphonie.

Le travailleur autonome pourra se contenter d'un bon téléphone de base comptant de 10 à 20 mémoires pour composition rapide, un chronomètre pour mesurer la durée des appels et, éventuellement, l'utilisation à mains libres. Cette dernière caractéristique permet surtout de continuer de travailler après avoir composé un numéro jusqu'à ce que quelqu'un ou un message enregistré réponde et même, pendant certaines conversations.

Les téléphones à deux lignes, très abordables, deviennent rapidement un *must* même pour le travailleur autonome. Ils sont généralement dotés d'une multitude de petites fonctions fort utiles, y compris la conférence à trois.

La micro-entreprise possède généralement un télécopieur mais ne peut pas y consacrer une ligne. La façon élégante de s'en sortir c'est de demander un deuxième et même un troisième numéro sur la même

ligne (l'appel personnalisé chez Bell).

Ces numéros auront tous une sonnerie différente. Il faudra ensuite se procurer un trieur de sonnerie dans une boutique de téléphone ou d'informatique. Ce petit appareil reconnaîtra chacune des sonneries et l'acheminera vers une destination spécifiée par vos soins. Ainsi, avec une seule ligne vous pourrez avoir un numéro pour la voix, un numéro pour le télécopieur et un autre pour le modem.

Petits systèmes commerciaux

Quand la micro-entreprise prend de l'expansion, il faut passer aux petits systèmes téléphoniques commerciaux.

Ces systèmes permettent d'avoir moins de lignes que de postes téléphoniques. Ainsi, quatre personnes peuvent se contenter de deux lignes ; huit personnes, de trois lignes.

On peut acheter ces petits systèmes, les louer ou encore faire appel à un service équi-

valent, entièrement fourni par la compagnie de téléphone.

Plans offerts par les compagnies

Les compagnies de téléphone offrent une multitude de plans ou de programmes qui permettent de réduire la facture à la fin du mois.

Certains de ces plans (comme *InterMax*, de Bell) ont été prévus spécifiquement pour le service résidentiel ; d'autres, pour les entreprises de toutes tailles. Aucun ne vise spécifiquement la micro-entreprise.

En fait, les limites entre *résidentiel* et *affaires* sont très floues. Si votre entreprise n'a qu'un employé, vous-même, et que vous travaillez à partir de votre domicile, vous devriez théoriquement n'utiliser que des lignes d'affaires. Or, les tarifs de base sont plus élevés que pour les lignes résidentielles.

La concurrence aidant — ou obligeant — les compagnies de téléphone semblent être moins à cheval sur les

principes qu'il y a quelques années. On peut, par exemple, lire dans le *Petit manuel de Bell pour les travailleurs à domicile* : « Au fur et à mesure que votre entreprise prend de l'expansion, il se peut qu'une ligne d'affaires convienne mieux à vos besoins. »

C'est reconnaître que vous pouvez fonctionner en possédant une ou plusieurs lignes résidentielles, même si c'est contraire à la réglementation.

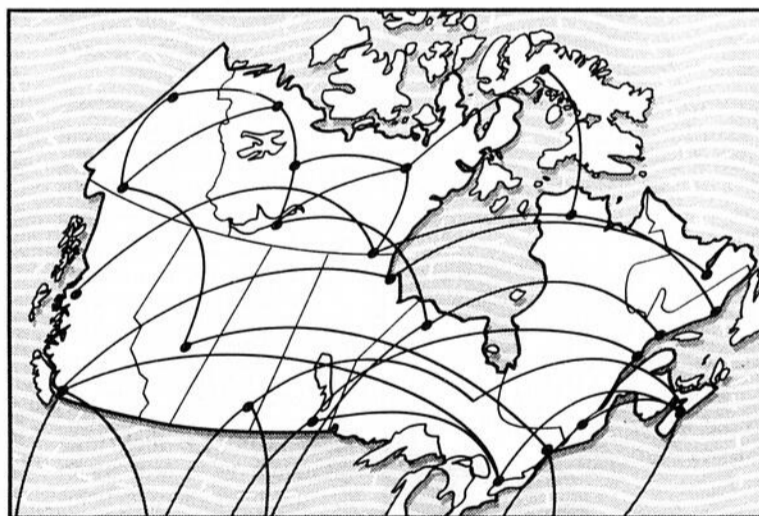
Les seuls avantages liés à l'utilisation d'une ligne d'affaires, c'est l'inscription gratuite dans les *Pages blanches* et les *Pages jaunes*.

Chez Bell, la *ligne tarifée à l'utilisation* pourrait être avantageuse. Elle permet, moyennant un tarif mensuel fixe avantageux, de faire un nombre limité d'appels locaux par mois et de recevoir un nombre illimité d'appels. Une telle ligne sera considérée comme une ligne d'affaires.

TOCCO

TELEZONE VOUS APPELLERA BIENTÔT!

PLUS TARD CETTE ANNÉE, INDUSTRIE CANADA ACCORDERA DES LICENCES DE SERVICES DE COMMUNICATIONS PERSONNELLES (SCP). TELEZONE CORPORATION S'APPRÊTE À DEVENIR, LORS DE CETTE ATTRIBUTION, LA PREMIÈRE SOCIÉTÉ À OFFRIR UN RÉSEAU NATIONAL DE SCP ENTièrement NUMÉRIQUE. FONDÉE EN 1992,



TELEZONE TIRE SON EXPÉRIENCE DE LA MISE EN PLACE D'UN RÉSEAU DE SERVICES DE COMMUNICATIONS PERSONNELLES À MONTRÉAL, À TORONTO ET À VANCOUVER ET DE L'EXPLOITATION D'UN SERVICE NATIONAL DE TÉLÉAVERTISSEURS. GRÂCE À LA TECHNOLOGIE, AUX RESSOURCES ET À L'ÉQUIPE DE DIRECTION CHEVRONNÉE DE TELEZONE, LA RÉUSSITE DU LANCEMENT DES SCP EST ASSURÉE. LES SERVICES DE COMMUNICATIONS PERSONNELLES ASSURERONT AUX CANADIENS DES COMMUNICATIONS ABORDABLES ET DE HAUTE QUALITÉ, ET CE PARTOUT ET EN TOUT TEMPS.

AU COURS DE LA PROCHAINE DÉCENNIE, LES ACTIVITÉS DE TELEZONE AURONT DES RETOMBÉES POSITIVES POUR LE CANADA, NOTAMMENT : DES DÉPENSES D'INVESTISSEMENT ÉVALUÉES À UN MILLIARD DE DOLLARS; LA CRÉATION DE DÉBOUCHÉS EXTÉRIEURS ET DE MILLIERS DE NOUVEAUX EMPLOIS; ET L'AFFECTATION DE SOMMES IMPORTANTES À LA RECHERCHE

ET AU DÉVELOPPEMENT. LES LIENS ENTRE TELEZONE ET LES RÉSEAUX GLOBAUX SANS FIL DONNERONT ENFIN AUX CANADIENS UN VÉRITABLE CHOIX EN MATIÈRE DE SERVICES DE COMMUNICATIONS.

ATTENDEZ DONC L'APPEL DE TELEZONE...



IL S'ADRESSE À VOUS.

POUR OBTENIR DE PLUS AMPLS RENSEIGNEMENTS, VEUILLEZ CONTACTER MICHEL LAVERDURE, DIRECTEUR DES VENTES, AU (514) 861-7196.

INFAX met la télécopie sur demande à la portée de tous

Plusieurs grandes entreprises installent chez elles des équipements de télécopie sur demande pour fournir à leurs clients toutes sortes de documents, sans intervention humaine. Une nouvelle entreprise, INFAX, met ce type de service à la portée de tous.

Le principe de la télécopie sur demande est relativement simple. L'utilisateur appelle un numéro de serveur de télécopie, un message enregistré lui répond et le dirige vers un menu vocal. On lui demandera alors de taper le numéro du document qu'il désire, puis le numéro du télécopieur où cette information devra être expédiée. Dans les minutes qui sui-

vent, le client recevra le document sur son télécopieur.

Cette technologie est très utilisée, notamment par les compagnies d'informatique, pour offrir de la documentation technique à leurs clients.

Menus et nouvelles financières

INFAX couvre les régions de Québec et de Montréal. Toute organisation peut mettre des documents sur les serveurs de la firme et les rendre ainsi disponibles à tous, gratuitement, 24 heures par jours et 365 jours par année.

Les documents stockés chez INFAX vont du menu de restaurant aux études fi-

nancières, en passant par les programmes de théâtre, des descriptions de cours et même des documents humoristiques.

La firme cliente paie pour un abonnement annuel, par page, qui est indépendant du nombre de requêtes. INFAX mettra ses documents sous une forme adéquate et son équipe de graphistes soignera leur présentation.

Libre accès à l'information

D'après Samir Ayoub, président d'INFAX, « Ce type de service s'inscrit dans une nouvelle tendance, celle du libre accès à l'information. »

« Le client éventuel peut venir chercher l'information qu'il veut, quand il le veut et en toute confidentialité. Aucun mécanisme ne permet à l'entreprise offrant des documents de savoir qui a appelé. »

« Autre aspect intéressant dans notre façon de procéder, c'est qu'il se crée une synergie entre nos divers services. »

« Dans notre menu vocal, nous offrons d'abord la liste complète de tous les documents en banque à celui qui appelle. Il a sans doute appelé pour un besoin précis, mais il réalisera que certains de ses autres besoins peuvent aussi être comblés par notre service. »

Evidemment, ce type de

service se doit d'être connu pour être efficace.

Stratégie publicitaire

Il faut donc l'arrimer à une stratégie publicitaire qui sera éventuellement une stratégie conjointe avec INFAX.

Chacun des deux intervenants a tout intérêt à ce que le plus grand nombre possible de personnes utilisent le service.

L'entreprise cliente pourra, si elle le désire, savoir combien de fois chacun des documents a été demandé par tranche de temps et mesurer ainsi l'impact du service et la pertinence des documents qu'elle offre.

Ce service est aussi à la disposition d'entreprises qui veulent l'utiliser comme une banque de documents à la disposition de leur clientèle.

« Une personne appelle un vendeur et lui demande de l'information. Si cette information est dans notre banque, il peut appeler immédiatement le serveur d'INFAX, donner le numéro de télécopieur de son client et lui faire parvenir le document dans les minutes qui suivent. »

« Cela évite à l'entreprise d'installer à l'intérieur de ses murs des équipements coûteux et difficiles à gérer. »

GIL TOCCO

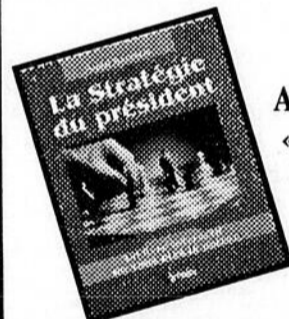
L'accès Internet : encore plus rapide

De véritables romans d'affaires dont vous êtes le héros Des livres interactifs passionnants

PAUL DELL'ANIELLO ET ALAIN SAMSON • 256 pages

Propriétaire d'une quincaillerie depuis 10 ans, votre banquier vous annonce que votre marge de crédit ne sera pas renouvelée à la fin du mois. Vous avez seulement trois semaines pour trouver 125 000 \$. Réussirez-vous à redresser votre situation financière? À vous de jouer!

26,70 \$ (TPS incluse)



ALAIN SAMSON • 258 pages

«Voilà un roman d'affaires qui vous permettra de tester vos connaissances et de vérifier si vous avez l'étoffe d'un champion.»



Richard Johnson,
Journal de Montréal

26,70 \$ (TPS incluse)

En vente en librairies

Entreprise : _____
 Nom : _____
 Adresse : _____
 Code postal : _____ Téléphone : () _____
 Chèque Carte de crédit : Visa MasterCard Amex
 Numéro : _____ Expiration : _____
 Envoyez votre commande à : Les Éditions TRANSCONTINENTAL inc.
 1100, boul. René-Lévesque Ouest, 24^e étage
 Montréal (Québec) H3B 4X9
 Pour commander par carte de crédit : (514) 392-9000 ou sans frais 1-800-361-5479

Important : Veuillez ajouter 2,67 \$ de frais de poste au total de votre commande

Si ce n'est déjà fait, Internet deviendra rapidement incontournable pour les entreprises, y compris les plus petites. Voilà donc un coût supplémentaire qui s'ajoute à la facture tous les mois.

Actuellement, les liens les plus courants avec le réseau Internet s'effectuent grâce à des modems fonctionnant à des vitesses de 14,4 Kb/s (14 400 bits à la seconde) ou de 28,8 Kb/s sur des lignes téléphoniques ordinaires. Déjà, plusieurs utilisateurs trouvent que c'est lent.

L'accès à des pages abondamment illustrées peut prendre parfois plus d'une minute. Le transfert de fichiers sonores ou de fichiers de données prend plusieurs minutes. Quant au transfert de fichiers vidéo, il est vraiment trop long.

Malheureusement, les gourous des télécoms affirment que 28,8 Kb/s est effectivement la vitesse théorique maximum qu'on peut atteindre sur une ligne téléphonique ordinaire. L'étape d'après, c'est la ligne numérique, beaucoup plus chère.

Les sociétés de téléphone

(Bell Canada la première) nous proposeront bientôt le RNIS à coût abordable.

Une ligne RNIS est formée de deux lignes numériques à 64 Kb/s, en plus d'un canal à 9 600 b/s réservé à la signalisation. C'est ce qu'on appelle le RNIS à débit de base. Pour abaisser les coûts, on parle même d'un RNIS simplifié à un seul canal de 64Kb/s.

Avec une ligne numérique, plus besoin de modem, la qualité est supérieure, le taux d'erreurs, moindre ; et on peut partager la ligne en plusieurs bandes passantes pour, par exemple, avoir une conversation téléphonique tout en transmettant des données.

Sono et vidéo en temps réel

La technologie Internet évoluant, on arrive lentement à la sono et à la vidéo en temps réel, à condition d'avoir une ligne adéquate.

Le RNIS semble donc être la solution toute trouvée. Sauf que se payer une ligne

ne suffit pas.

Cette ligne doit aboutir dans un serveur qui vous fait payer un tarif mensuel, car il faut payer pour les lignes de sortie vers le réseau Internet. Pour une ligne ordinaire, il en coûtera grosso modo de 25 \$ à 35 \$ par mois pour 30 heures d'utilisation et 1 \$ par heure supplémentaire.

Mais les tarifs demandés pour une ligne numérique à large bande sont d'un autre ordre. Une liaison RNIS pourrait facilement coûter 500 \$ par mois, alors que la ligne elle-même coûtera infiniment moins (30 \$ par mois dans certains États américains). De plus, les liens RNIS ne seront disponibles que dans les régions très densément peuplées, soit le centre des grandes villes.

Les petites entreprises devront donc se contenter d'un modem à 28,8 Kb/s et d'une ligne ordinaire, jusqu'à ce que le marché change ou que de nouvelles technologies voient le jour, ce qui se produira inéluctablement sous la poussée d'Internet.

GIL TOCCO

SUPER MICRO CENTRE DE MICRO-INFORMATIQUE

LES AFFAIRES

sont fiers de vous présenter

"La PME du futur"



Abordé dans un contexte informatif, le séminaire "La PME du Futur" traite des dernières technologies disponibles pour les PME québécoises en matière de micro-informatique.

Venez constater à quel point la technologie évolue et fait partie de notre quotidien. Découvrez une foule de solutions informatiques pour votre entreprise... les derniers postes de travail, les solutions réseau, le courrier électronique, le bureau mobile et à domicile, le multimédia, WINDOWS 95, WINDOWS NT, les derniers modèles d'imprimantes, INTERNET et l'autoroute électronique.

INSCRIPTIONS Communiquez aujourd'hui avec votre marchand SUPERMICRO pour assister à la prochaine présentation de "La PME du Futur".

- Alma (418)669-0666 - Bale Comeau (10 oct.) (418)294-2448 - Beloeil (11 oct.) (514)464-6809
- Chicoutimi (418)549-4900 - Dolbeau (418)276-5510 - Drummondville (819)478-0994
- Gaspé (418)368-5434 - Îles-de-la-Madeline (6-7-8-9 oct.) (418)989-4090 - Jonquière (418)695-2044
- Lachute (514)562-2488 - La Malbaie (418)665-2023 - La Tuque (819)523-6115
- Matane (27 sept.) (418)566-2160 - Mont-Joli (418)775-2211 - Mont-Laurier (6 oct.) (819)623-5938
- Montréal (26 sept.) (514)879-9664 - Rimouski (418)723-2230
- Rivière du Loup (18 oct.) (418)862-5020 - Roberval (2) - (418)275-0275
- Sept-Îles (3 oct.) (418)962-0855 - St-Eustache (514)491-5010 - St-Félicien (418)679-1033
- St-Jérôme (514)438-3543 - St-Marc des Carrières (23 sept.) (7 oct.) (418)268-6000
- St-Michel-des-Saints (27 sept.) (514)883-6313 - Ste-Thérèse (514)430-7930
- Terrebonne (514)961-2220 - Thetford Mines (418)338-3526 - Trois-Rivières - (819)378-1799
- Valleyfield (17 oct.) (514)371-7310 - Victoriaville (18 sept.) (10 oct.) (819)758-1800

CAHIER SPÉCIAL

TÉLÉPHONIE D'AFFAIRES

La téléphonie cellulaire entre dans l'ère des SCP et des satellites

La téléphonie cellulaire entrera bientôt dans une nouvelle ère : celle des Services de communication personnelle (SCP) qui, pénétrant dans une plage de plus grande fréquence, ouvriront la voie à de nouvelles possibilités en matière de téléphonie sans fil.

« On parle d'un système de communications avec un numéro unique qui permet de rejoindre directement la personne, peu importe si elle se trouve au bureau ou à la maison », a souligné Diane Fabi, attachée médias, de Bell Mobilité.

Outre la transmission de la voix, cette nouvelle génération de services comprend également celle des données et des images. On imagine déjà les concepts de communications par visiophone ou encore les voyages d'études virtuels.

On parle aussi d'échanges d'informations plus rapides et plus efficaces, sous forme d'images radiographiques, par exemple, entre les ambulances et les hôpitaux.

À titre de membre de Mobilité Canada, un regroupement d'une dizaine d'entreprises de services de cellulaires au pays, Bell Mobilité pourrait offrir des services plus étendus et perfectionnés dans un avenir rapproché. En effet, l'association pancanadienne a déposé une demande pour l'exploitation de SCP de 2GHz, celle utilisée actuellement étant de 800 MHz.

Or, Industrie Canada prévoit, d'ici quelques semaines, octroyer six licences : trois blocs de 30 MHz et trois autres de 10 MHz.

Pour Mobilité Canada, cela représenterait des investissements de 1,5 milliard de dollars au cours des cinq prochaines années et la création de 1 000 nouveaux emplois directs.

« En vertu de notre expertise, nous sommes confiants d'obtenir une licence. »

Un marché en forte croissance

L'industrie du cellulaire

croît à un rythme impressionnant, soit un taux variant entre 25 % et 100 % par année, depuis son implantation au Canada il y a 10 ans.

« Au début, les gens invoquaient principalement des raisons d'affaires pour justifier l'utilisation d'un téléphone cellulaire. Aujourd'hui, on le fait beaucoup plus pour des questions de sécurité ou de commodité. »

Bell Mobilité sert actuellement quelque 667 000 clients au Québec et en Ontario, soit le tiers des 2 M d'abonnés que compte le Canada.

Statistique intéressante, les femmes forment maintenant près de 35 % de sa clientèle, comparativement à 19 % au début de 1993. Aussi, la facture moyenne des abonnés est d'environ 82 \$ par mois, alors que la durée moyenne d'un appel varie entre deux et trois minutes.

L'an dernier, l'entreprise a accueilli plus de 170 000 abonnés, soit une augmentation de 41 % par rapport à 1993. Or, pour les trois

chaines années, la société s'est fixé un objectif de croissance de la clientèle de 35 % annuellement en vue d'atteindre 2 M d'abonnés. Le marché des travailleurs autonomes, dont le nombre devrait doubler au cours des cinq prochaines années, est particulièrement visé.

Les téléavertisseurs, qui sont apparus bien avant les cellulaires et dont l'utilisation est moins coûteuse, connaissent pour leur part un regain de popularité.

La clientèle de Bell Mobilité Pagette a en effet augmenté de 22 % en 1994, et était constituée de 220 000 abonnés à la fin de l'exercice.

Rappelons que la famille Bell Mobilité, qui comprend aussi Bell Mobilité Radio (services de réseaux de radiocommunication), Bell Mobilité Ardis (transmission de données) et Bell Mobilité Skytel (communications air-sol), est une filiale de Radiocommunications BCE Mobile (Mtl, BCX, 42 \$), une société ouverte

dont BCE (Mtl, B, 42,12 \$) détient 65 % du capital-actions.

Les services par satellite

Bell Mobilité a par ailleurs entrepris l'essai d'un téléphone qui fonctionne sur le réseau cellulaire lorsqu'un utilisateur se déplace, et qui sert aussi de téléphone sans fil lorsque l'utilisateur se trouve au bureau ou à la maison.

Dans ce dernier cas, il n'y aurait aucuns frais d'utilisation, sinon pour les appels interurbains. Si les résultats sont concluants, le service devrait être disponible au Québec et en Ontario au début de 1996.

« Cela permet de garder le contact lorsqu'on quitte le réseau cellulaire. C'est une étape vers un réseau qui permet de communiquer partout et en tout temps », a mentionné Mme Fabi, qui y voit des applications intéressantes, notamment pour les travailleurs des secteurs du

transport, ou de l'exploitation minière et forestière.

L'essai, qui se fera à Toronto au cours des trois prochains mois, est effectué grâce à une technologie mise au point par l'entreprise américaine GTE (New York, GTE, 36,87 \$), qui offre un service semblable aux États-Unis depuis deux ans.

L'essai est aussi rendu possible grâce à l'acquisition de 50 M de minutes de temps d'ondes sur le satellite MSAT, lancé cette année.

De plus, Bell Mobilité a accru sa participation dans le projet de satellites de radiocommunications mobiles IRIDIUM. À la suite de son engagement initial de 20 M\$ US, BCE Mobile aura investi 16,7 M\$ US de plus d'ici à la fin de 1996 dans Iridium Canada.

IRIDIUM commencera à fournir des services de transmission de voix et données aux quatre coins du monde en 1998, par le truchement d'un réseau de 66 satellites en basse orbite. (PT)

Un système de communications d'affaires sans fil pour ne pas manquer les appels importants

Vous demeurez rivié à votre bureau de peur de manquer un appel important, ou y courez lorsque la sonnerie du téléphone retentit ? Vous jouez au ping-pong téléphonique avec un interlocuteur en vous parlant par messages interposés ?

La solution pourrait se trouver du côté d'un système de communications d'affaires sans fil, qui rend désormais le bureau... mobile !

Grâce à un téléphone portatif de poche, il est en effet possible d'établir une communication rapide, même si un employé se trouve n'importe où dans l'immeuble, comme au bureau d'un collègue ou en réunion. Est-ce que cela devrait sonner le glas des systèmes de messagerie vocale ?

« Non, ces systèmes ne sont pas voués à l'extinction, mais on pourrait sûrement observer une diminution du nombre de messages dans certains cas », a commenté Jean Fournier, directeur à la gestion des comptes majeurs, de Nortel (Mtl, NTL, 48,75 \$).

« Par ailleurs, comme la personne qui appelle peut être identifiée, on peut juger de l'importance de y répondre immédiatement ou, plutôt, de laisser acheminer l'appel

vers le système de messagerie vocale.

« Puis, il y aura toujours des gens dont les besoins seront suffisamment comblés par le concept de la messagerie. »

Afin d'améliorer les communications en milieu de travail, la firme spécialisée en télécommunications a donc mis sur pied le système Companion, qui a d'abord fait son entrée sur le marché européen, particulièrement en Grande-Bretagne, il y a trois ans, et au Canada l'an dernier. Elle s'attaque actuellement au marché américain.

Le système de communications sans fil se compose de téléphones portatifs, de postes de base et d'un contrôleur. Installés aux murs ou aux plafonds d'un immeuble, les postes de base assurent ainsi l'acheminement des appels et des communications, et cela même en fonction des déplacements.

Chaque téléphone portatif possède le même numéro que le poste de bureau, mais peut également avoir son propre numéro. On affirme que la qualité acoustique est excellente, et que l'écoute clandestine ou accidentelle est impossible.

Enfin, l'appareil peut fonctionner toute une journée

avant de devoir être rechargé.

Le système est également compatible avec le système téléphonique existant et donne ainsi accès aux différentes fonctions de ce dernier, comme la possibilité de prendre ses messages à distance.

Hausse de productivité

Mais combien coûte un tel système ? Environ 2 000 \$ par poste téléphonique, estime-t-on.

Cependant, les coûts d'installation peuvent varier d'une entreprise à l'autre, dépendamment, entre autres, de la configuration et de l'étendue du système, de même que des ententes particulières qui peuvent être prises avec un client.

Par ailleurs, il n'y a pas de frais d'utilisation.

« Les gens sautent parfois quand on leur parle des coûts. Mais il faut juger un tel système en fonction du rendement de l'investissement, de la hausse de l'efficacité et de la productivité au sein d'une entreprise ou du service à la clientèle. Le système répond à des besoins exprimés par des clients. »

Du côté de Nortel, on juge en effet qu'un tel système

peut contribuer à réduire les frais d'exploitation. Lors d'une interruption de travail du personnel ou d'une machinerie, par exemple, les problèmes peuvent être réglés plus rapidement grâce à des communications instantanées.

De plus, les employés qui répondent sur-le-champ peuvent éviter des rappels interurbains... comme des courtiers en valeurs mobilières, qui peuvent évaluer l'importance d'un appel raté.

Du côté des compagnies aériennes qui ont adopté un tel système, on s'est d'abord demandé dans quelle mesure cette nouvelle technologie pouvait les aider à remettre un avion en service plus rapidement.

On estime par ailleurs que le secteur du commerce de détail présente un profil intéressant en vue de son implantation.

« Un peu comme les appareils cellulaires au début, ou toute autre nouvelle technologie, le système peut être perçu comme un équipement de luxe, mais avec le temps, plusieurs s'aperçoivent qu'ils ne peuvent plus s'en passer. Nous sommes à l'aube du mariage de plusieurs technologies. »

Bientôt, les systèmes de

communications d'affaires sans fil permettront de faire et de recevoir des appels non seulement au bureau, mais également à la maison ou au chalet.

En effet, d'ici à quelques semaines, le gouvernement canadien devrait octroyer des

licences d'exploitation de Service de communication personnelle (SCP), qui accroîtra le spectre de fréquences et étendra le territoire de communications.

PIERRE THÉROUX

CAHIERS SPÉCIAUX
LES AFFAIRES

Voyages d'affaires

SOYEZ PRÉSENT Votre publicité rejoindra VOS CLIENTS POTENTIELS

DATE DE PARUTION : 14 OCTOBRE 1995

POUR INFORMATIONS : (514) 392-9000

Unitel doit apporter une valeur ajoutée qui lui est propre

Unitel mise d'abord sur les réseaux privés virtuels

On parle surtout d'Unitel quand il s'agit de comparer les prix de l'interurbain résidentiel offerts par les divers intervenants. Pourtant, l'entreprise réalise plus de 80 % de son chiffre d'affaires auprès des entreprises. Son point fort : les réseaux privés virtuels.

La concurrence est féroce dans le monde des télécom-

munications. Les compagnies de l'alliance Stentor (dont Bell Canada fait partie) peuvent toucher à tout à cause de leur ancien statut de monopole et de leur service local.

Il n'en est pas de même pour les autres joueurs, des sociétés telles qu'Unitel, Sprint, Fonorola, CAM-NET et autres. Elles doivent

se différencier en apportant une valeur ajoutée qui leur est propre.

La force d'Unitel : la technologie de réseau

« Ce qui fait notre force, a expliqué aux AFFAIRES Denis Trudeau, vice-président aux ventes d'Unitel,

c'est avant tout notre technologie de réseau.

« Nous avons été les premiers à installer un réseau national basé sur la technologie des relais de trames. »

Cette technologie est particulièrement adaptée à l'interréseautage — très en demande de nos jours — et permet, de plus, une migration facile vers le monde de

l'ATM (transmission en mode asynchrone) qui sera sans doute la technologie dominante au tournant du siècle.

Ce qui importe pour l'instant, c'est que ce réseau permet de créer facilement des réseaux privés virtuels (RPV).

Les grandes entreprises avaient pris l'habitude de

louer ou même d'installer des réseaux privés intégrant la voix et les données.

Un réseau privé est loué à tarif fixe, quel que soit l'utilisation qu'on en fait. Le RPV, lui, même s'il a les mêmes avantages que l'ancienne technologie, n'est facturé qu'à l'utilisation.

« La tendance, surtout aux États-Unis, c'est d'abandonner les anciens réseaux privés voix-données pour les remplacer par un RPV pour la téléphonie et un autre pour les données.

« C'est beaucoup plus avantageux et c'est ce que nous offrons. Nous avons même un RPV Junior destiné aux PME, qui offre moins d'options mais coûte encore moins cher. »

Technologie appliquée aux centres d'appels

La plupart des services et des plans offerts par les compagnies de télécommunication sont basés sur les caractéristiques de leurs réseaux.

Ces caractéristiques sont regroupées, sélectionnées, modifiées ou enrichies par des logiciels pour définir un service ou une solution.

Chez Unitel, par exemple, on a décidé que le marché des centres d'appels pourrait tirer profit de la technologie de réseau de la firme.

« Nous offrons l'ensemble des services reliés à un centre d'appels. Du numéro 800 en passant par la formation des télévendeurs, l'intégration avec l'informatique et même l'impartition. »

Là où la technologie d'Unitel (qui provient du géant américain AT&T) se différencie, c'est qu'elle permet d'inclure nombre d'applications dans le réseau lui-même.

Ainsi, les fonctions de distribution d'appels ou de réponse vocale interactive sont offertes à même le service 800 plutôt que de faire appel à de l'équipement spécialisé chez le client.

Unitel bénéficie en outre de la technologie SGI (solutions globales en information, anciennement NCR). Par exemple l'entreprise offre des outils informatisés de design de centres d'appels. Cela ne l'empêche pas de rechercher activement des partenariats partout où c'est possible, même en informati-

que.
GIL
TOCCO

SURFEZ SUR L'INTERNET.

1 mois d'accès gratuit*

- Interface simple pointer-cliquer
- Courrier électronique personnelle (E-Mail)
- Service d'assistance bilingue
- Formation sur place disponible
- Possibilité de plans pour les entreprises et les familles
- Logiciel compris

POLITIQUE D'ENTIERE DISPONIBILITÉ

accent internet

Appelez aujourd'hui **737-6077** ou admin@accent.net

* Payez 3 mois d'inscription et obtenez un mois gratuit. Aucun frais d'installation. Appelez pour plus amples information, certaines conditions s'appliquent.

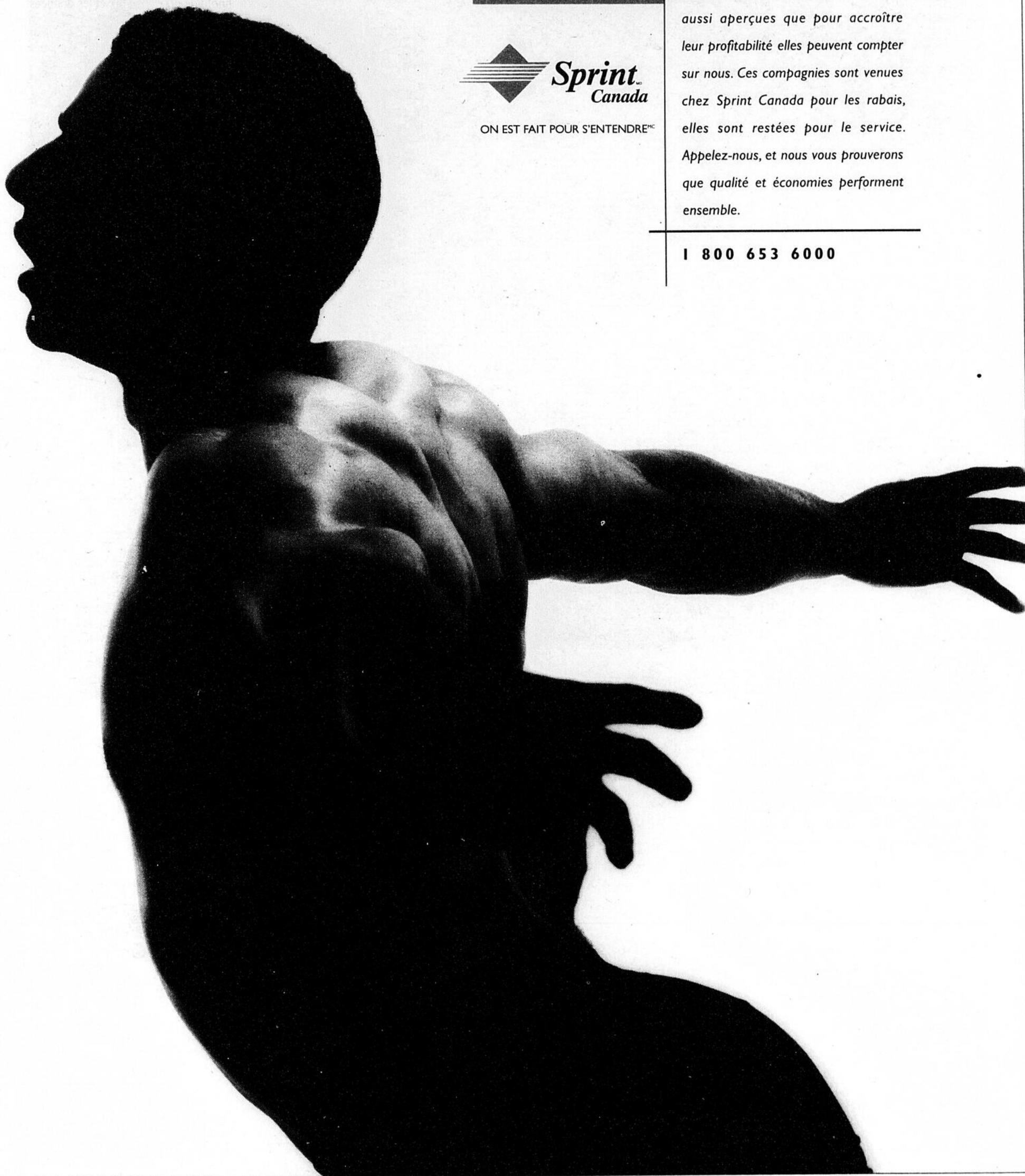
DÉJÀ 30 000
COMPAGNIES
ONT COMPRIS QU'ON
NE S'APPELLE PAS
SPRINT
PAR HASARD.



ON EST FAIT POUR S'ENTENDRE™

Pour des rabais qui vont plus loin, des technologies qui vont plus vite et un service flexible, plus de 30 000 compagnies canadiennes ont choisi Sprint Canada pour leurs communications interurbaines. Elles se sont aussi aperçues que pour accroître leur profitabilité elles peuvent compter sur nous. Ces compagnies sont venues chez Sprint Canada pour les rabais, elles sont restées pour le service. Appelez-nous, et nous vous prouverons que qualité et économies performant ensemble.

1 800 653 6000



METTEZ NOTRE GARANTIE AU DÉFI, APPELEZ-NOUS! 1 800 643-3279

Avec la nouvelle garantie «Double différence»...

...nous faisons plus que promettre de substantielles réductions sur vos frais d'interurbain, nous pouvons le prouver! Il suffit de vous abonner aux plans Unisson^{MD} ou Unisson Accès^{MC} pour les entreprises. Puis, si votre compagnie de téléphone locale vous démontre par écrit qu'elle aurait pu vous faire épargner davantage, nous doublerons la différence et vous créditerons la somme pour le mois en cause!*

Sans oublier qu'il est aussi simple d'utiliser Unitel que toute autre compagnie de téléphone; vous n'avez qu'à composer comme vous le feriez avec Bell Canada. S'abonner aussi est facile. Il n'y a aucun inconvénient, ni aucuns frais d'abonnement ou d'annulation, et votre service local ne sera pas touché. Commencez dès maintenant à faire des économies sur vos interurbains. Et si ce n'est pas assez, appelez-nous. Avec Unitel, c'est garanti!

UNITEL

ENTREPRISES

1 800 643-3279

UNISSON: * La garantie s'applique aux frais d'interurbain totaux du dernier mois écoulé une fois soustraits tous les rabais applicables, pourvu que les frais d'interurbain nets dépassent 200 \$ par mois. La garantie est valable dans le cas des frais d'interurbain du service Avantage Privilège. Les programmes de récompense, les promotions et autres plans d'appel ne peuvent pas être combinés à Avantage Privilège aux fins de la présente garantie. UNISSON ACCÈS: * La garantie s'applique aux factures mensuelles totalisant jusqu'à 2 000 \$ en frais d'interurbain automatique, de même qu'en frais associés aux plans tarifaires Téléplus et Avantage Privilège. Les frais nets doivent dépasser 25 \$ par mois. Les programmes de récompense, les promotions et autres plans d'appel ne peuvent pas être combinés à Téléplus ou à Avantage Privilège aux fins de la présente garantie. Unitel, Unisson et Unisson Accès sont des marques de commerce d'Unitel Communications Inc.