

SUCCESS STORY

SFR

Fidéliser ses clients



Dans l'univers en perpétuelle évolution et extrêmement concurrentiel des télécommunications, la fidélité du client dépend de la capacité du prestataire à satisfaire ses habitudes de consommation et à répondre à l'évolution de son style de vie.

Les enjeux

La qualité de l'opérateur se juge sur le dernier produit commercialisé ou la dernière initiative promotionnelle, ce qui nécessite des capacités de mise sur le marché de produits et de services novateurs avant la concurrence, et l'assurance absolue de leur bon fonctionnement.

Susciter l'adhésion du client, c'est être en mesure de toujours conserver au moins une longueur d'avance sur ses exigences. Pour remplir un tel objectif de façon compétitive, il faut disposer de systèmes permettant de traduire aussi rapidement que possible l'innovation en solutions opérationnelles performantes.

Plus le cycle d'innovation est rapide, plus ces systèmes doivent être fiables et réactifs.

Notre solution

Répondre aux évolutions permanentes de la demande, sans pour autant encourir de risques de défaillances des produits ou des services : tel est le défi que Sopra Steria relève pour SFR, le géant français de la téléphonie, à travers ses services de tests qualité.

Points clés

- Les phases de tests ont été réduites de moitié
- La productivité a augmenté de 20%

Depuis 2005, nos services de tests fournissent l'interface critique entre ses services et ses 20,4 millions de clients en téléphonie mobile. Véritables feux verts validant la commercialisation des services de l'opérateur, ils reposent sur un engagement de réactivité et de résultats vis-à-vis de notre client. Les résultats relèvent de notre responsabilité et engagent notre réputation auprès de SFR.

Nous travaillons en étroite collaboration avec sa Division Intégration & Validation de Bout en Bout (DIVB), basée à Courbevoie dans la région parisienne, afin de créer et de maintenir une copie de son réseau. Cela nous permet de reproduire les demandes d'utilisateurs sur l'ensemble des plateformes.

La collaboration entre SFR et Sopra Steria

La mise en oeuvre de tests rigoureux est essentielle à tout cycle de lancement, ce qui sous-entend une profonde connaissance du secteur, des systèmes solides et une grande souplesse en termes de ressources.

C'est précisément ce que SFR (deuxième opérateur téléphonique en France) attend et exige de Sopra Steria : un partenaire de long terme qui l'aide à maintenir sa part de marché dans un environnement concurrentiel très agressif.

Résultats et bénéfices

Qu'il s'agisse de SMS ou de services vocaux, de données, de jeux ou de services client, l'expérience proposée par la marque SFR dépend de sa capacité à livrer ce qu'elle a promis à ses clients, ce à quoi veillent les systèmes de validation de Sopra Steria.



À propos de Sopra Steria

Sopra Steria, leader européen de la transformation numérique, propose l'un des portefeuilles d'offres les plus complets du marché : conseil, intégration de systèmes, édition de solutions métier, infrastructure management et business process services. Il apporte ainsi une réponse globale aux enjeux de développement et de compétitivité des grandes entreprises et organisations. Combinant valeur ajoutée, innovation et performance des services délivrés, Sopra Steria accompagne ses clients dans leur transformation et les aide à faire le meilleur usage du numérique.

Fort de 37 000 collaborateurs dans plus de 20 pays, le groupe Sopra Steria affiche un chiffre d'affaires pro forma 2014 de 3,4 milliards d'euros.

Sopra Steria
9 bis rue de Presbourg 75116 Paris
Tél : 01 40 67 29 29

www.soprasteria.com

