

REPUBLIQUE DU SENEGAL
MINISTRE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES
DIRECTION DE L'APPUI AU SECTEUR PRIVE



CRENEAUX PORTEURS DU SECTEUR SERVICES



CENTRE D'APPELS

TABLE DES MATIERES

1. APERÇU SUR LE SECTEUR.....	3
1.1.Secteur du centre d'appel.....	3
1.1.1. Production et services de centre d'appel	4
1.1.2.Disponibilité et utilités du centre d'appel	4
1.2.Les modes de production en centre d'appel.....	6
1.3.La destination des produits	6
2.ASPECTS PHYSIQUES ET TECHNIQUES.....	7
2.1.Conditions requises pour démarrer.....	7
2.2.Des Infrastructures de télécommunications de pointe	7
2.2.1.La fibre optique.....	7
2.2.2.Les câbles sous-marins	7
2.2.3.Les technologies spatiales	7
2.3.Technologies utilisées pour le centre d'appel	8
2.3.1.Définition:.....	8
2.3.2.Fonctionnalités de l'offre :.....	8
2.3.3.Spécialisations du personnel	8
3.ASPECTS REGLEMENTAIRES ET INSTITUTIONNELS.....	9
3.1.Réglementation intérieure en vigueur	9
3.2.Les structures d'appui du secteur	9
3.2.1.Structures administratives	9
3.2.2.Structures professionnelles	9
4.ASPECTS ENVIRONNEMENTAUX.....	10
4.1.Conditions d'installation	10
4.2.Normes à respecter lors de la mise en place	11
5.ASPECTS ECONOMIQUES ET COMMERCIAUX	12
5.1. Le marché national et international.....	12
5.1.1.Principales caractéristiques de la demande	12
5.1.2.Principales caractéristiques de l'offre	12
5.2.Potentiel de développement du marché local.....	13
6.INVESTISSEMENTS NECESSAIRES	14
6.1.Equipements pour l'exploitation d'un centre d'appel	14
6.2.Rentabilité financière	15
7. ANALYSE DE L'ATTRACTIVITE ET DE LA FAISABILITE DU CRENEAU.....	16
8.ONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION	17

1. APERÇU SUR LE SECTEUR

Le Sénégal dispose d'une excellente infrastructure de télécommunications offrant une large gamme de services, un environnement légal et réglementaire globalement propice au développement des affaires, un dispositif d'appui à l'investissement et aux exportations, une main d'œuvre qualifiée et relativement bon marché, un secteur de l'artisanat offrant des opportunités, un secteur touristique très développé et des autorités politiques qui affirment vouloir s'appuyer sur les TIC pour le développement du pays, mais force est de constater que le centre d'appel y est encore embryonnaire.

Il y a quelques années, le service client des entreprises était bien souvent géré en interne. L'essor des stratégies de gestion de la relation client a poussé grand nombre d'entre elles à faire appel à des sociétés spécialisées : les outsourcing. Motivées par une volonté de réduction de coûts, rassurées par les capacités humaines et techniques des nouveaux pays d'accueil, de nombreuses entreprises ont aujourd'hui franchi le pas de la délocalisation offshore.

L'offre de services des centres de contacts est entrée dans une ère nouvelle, celle de la délocalisation offshore. Le glissement de l'inshore vers l'offshore dans les métiers de service, est un phénomène récent.

Avec le développement de la gestion de la relation client multi-canal, les centres d'appels ont évolué vers l'appellation récente de « centre de contacts ». Un centre de contacts regroupe plusieurs composantes (ressources humaines, infrastructures techniques et process) dont le but est de satisfaire une relation personnalisée avec le client dans la prospection, la vente, l'assistance téléphonique...

Les principaux pays d'accueil des centres d'appels francophones, sont le Maroc, la Tunisie, l'Ile Maurice et dans **une moindre mesure le Sénégal** et la Roumanie.

1.1. Secteur du centre d'appel

Les articles vendus sur Internet peuvent être répartis en **biens** :

Les produits physiques : Les voitures, les livres et les produits alimentaires sont des exemples typiques des marchandises physiques actuellement commercialisées dans l'Internet. Le facteur-clé de succès est la livraison rapide, fiable et peu coûteuse.

Les produits virtuels : Le logiciel, les magazines électroniques et les journaux, les MP3s (la musique téléchargeable), etc. sont des exemples typiques des produits virtuels. Ils peuvent assez être facilement livrés en ligne, n'importe où dans le monde, instantanément, dans n'importe quelle quantité et sans coût additionnel pour la vente.

Mais le centre d'appel est très lié à l'équipement en NTIC d'un pays, le Sénégal peut être comparé avec certains pays en terme d'infrastructures de télécommunications.

Indicateurs clés de quelques pays de l'Afrique subsaharienne en

Pays Indicateurs clés	Maurice	Sénégal	Burkina
Population (millions), 2008	1,30	12,20	15,2
PIB par Habitant (\$), 2008	12,01	1,73	1,26
Nombre d'abonnés aux téléphones cellulaires mobile pour 100 habts	80,70	44,10	16,8
Nombre d'utilisateurs Internet pour 100 habitants	22	8,40	0,9
Bande passante Internet (Mb/s) pour 10.000 habitants ,2007	3,6	2,30	0,1

(Source : Rapport de mars 2010 du Forum Economique Mondial)

Au Sénégal la dernière enquête de 2009 sur les ménages révèle un niveau d'équipement en outils informatiques (PC, MAC, etc.) qui donne les résultats suivants : **Taux d'équipement en ordinateur à domicile : 11,5%**

- ❖ **157 727** ordinateurs à la disposition des ménages, soit moins de 12 ordinateurs pour 100 ménages.
- ❖ L'essentiel des ordinateurs ont été achetés (76%) ou offerts gracieusement aux ménages (18%).
- ❖ Large fossé entre Dakar et le reste du pays : 27,5 ordinateurs pour 100 ménages à Dakar contre 9 pour 100 et 3,5 pour 100 respectivement pour les autres villes et le monde rural.
- ❖ 72% des ordinateurs sont la possession des ménages de la capitale contre 13,3% pour les ménages citadins des autres villes et 15,4% pour les ménages ruraux.

1.1.1. Production et services de centre d'appel

Les prestataires autour des nouvelles technologies sont nombreux : fournisseurs d'accès, concepteurs de sites, de boutiques en ligne, opérateurs télécoms, hébergeurs, spécialistes de la sécurité, offreurs de services ou d'infrastructures et logiciels adaptés pour le Web 2.0 (bientôt 3.0), ou les portables de la 3ème génération.

1.1.2. Disponibilité et utilités du centre d'appel

Les avantages que procure le centre d'appel autant pour les entreprises que pour les consommateurs favorisent sa promotion comme créneau à développer :

a) Pour les entreprises :

Il s'agit en premier lieu de faciliter l'accès des entreprises, en particulier les PME, aux informations sur les marchés étrangers. En retour, un serveur pourrait, comme cela se passe avec succès au Canada, faciliter l'accès à l'offre des entreprises exportatrices.

Aussi, une bonne exploitation de la toile pourrait permettre de créer une sorte de « guichet unique ». Cela permet aux entreprises d'effectuer en une fois, d'une manière partiellement automatisée et dématérialisée, la totalité des multiples démarches associées à l'exportation.

b) Pour les consommateurs :

Un centre d'appel est un espace de bureaux où sont rassemblés des appels téléphoniques. Ces appels peuvent être qualifiés d'entrants, lorsqu'ils sont reçus par les opérateurs du centre, ou à l'inverse de sortants lorsqu'ils sont émis par le centre. De nombreux centres d'appels traitent les deux types d'appels.

Pour la mise en place de créneau porteur sur le centre d'appel qui aura comme principal objectif suivant :

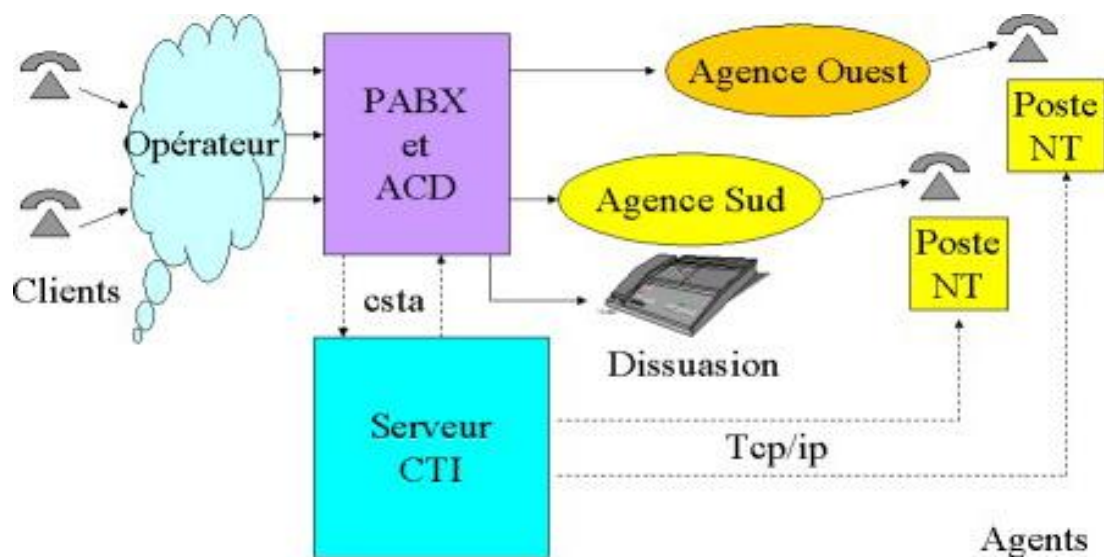
- Le Service Vocal Interactif (SVI) permet de faciliter l'accueil de l'appelant, l'accès à l'information et la mise en relation avec l'entreprise.
- Mise à disposition des entreprises des solutions de SVI personnalisées et flexibles répondant aux attentes suivantes :
 - Automatisation et harmonisation du service d'accueil,
 - Optimisation de l'accès à l'information,
 - Personnalisation de l'accueil
 - Optimisation des coûts d'accueil.

Par exemple Quand on est client d'une banque, d'un opérateur télécom, d'un FAI ou d'une grande entreprise quelconque, on aime bien avoir un accès rapide et personnalisé à l'information. Le téléphone est le moyen le plus rapide et le plus directe pour cela.

Le téléphone permet un échange en temps réel, il met en confiance car on sait que :

- on peut préparer son appel à l'avance
- on va pouvoir rebondir sur des informations obtenues et en solliciter d'autres
- on va obtenir une réponse immédiate.

SCHEMA DE FONCTIONNEMENT LE COUPLAGE TELEPHONE INFORMATIQUE



Surveillance et veille de tous les événements téléphoniques du centre d'appels et les retransmettre aux applications informatiques des agents concernés (sonnerie du téléphone, communication établie, fin d'appel...). Il faut aussi un contrôle des postes

téléphoniques de l'agent (ordre de raccrochage d'appel passé depuis une application informatique...)

Le routage intelligent des appels

Grâce au CTI, la distribution des appels se fait, en fonction de l'état des ressources du PABX. Il se fait en tenant compte du profil du client déterminé par les données de son dossier, et du profil des attachés commerciaux disponibles.

Les appels sortants.

Le but est d'appeler prospects et clients le plus efficacement possible. On s'appuie sur une technique de numérotation automatique. Les tâches de numérotation et d'attente de décrochage sont supprimées. Le téléacteur se concentre uniquement sur le contact client.

1.2. Les modes de production en centre d'appel

Selon la nature des acteurs mis en relation via, Internet, le centre d'appel se présente sous différentes formes :

Les 2 modèles de délocalisation offshore des centres de contacts:

La délocalisation off shore d'un centre de contacts internalisé

Afin d'engendrer une baisse sensible du prix de revient, ce type d'implantation ne devient attractif qu'au-delà d'un seuil minimum de positions. En effet, il nécessite un montant d'investissement considérable et des ressources internes (150 positions selon le cabinet Outsourcia) adaptées au pilotage du projet.

La délocalisation via un prestataire local :

Ce schéma présente un atout au niveau des coûts qui se trouvent considérablement réduits, mais en contrepartie les risques liés au « gap culturel » et à la sécurité juridique sont importants. Par ailleurs il nécessite des déplacements et des visites régulières dans le pays d'accueil.

1.3. La destination des produits

Le type de prestations délocalisées:

La majeure partie des sociétés séduites par l'offshore, délocalise dans un premier temps les prestations les moins complexes et les moins stratégiques de leur relation client. Celles-ci représentent cependant la part la plus importante, en volume, du traitement des demandes.

Les secteurs à la pointe du mouvement offshore:

Les premiers donneurs d'ordre engagés dans la délocalisation off shore de leurs centres de contacts sont liés aux secteurs des télécommunications et des technologies de l'information. Ils représentent aujourd'hui la part la plus importante des positions outsourcées à l'étranger.

2. ASPECTS PHYSIQUES ET TECHNIQUES

2.1. Conditions requises pour démarrer

Le centre d'appel, fondé sur le traitement électronique et la transmission de données, couvre des activités très diverses qui vont des informations fournies aux services en ligne d'informations numériques, en passant par les communications électroniques informatives, les activités boursières, les marchés publics.

Cependant il faut des infrastructures adéquates de connexion à Internet pour le développement du centre d'appel, les données de l'enquête de 2009 sont assez édifiantes :

Niveau de connexion des différentes zones du pays

Type de connexion	Dak	Au	Ru	Total
Type connexion lieu de travail				
Haut débit	1	2	2	1565
Bas débit	1	9	3	2717
NSP	0	7	0	7430
Non	2	4	0	2721
Total	1	4	2	2183

2.2. Des Infrastructures de télécommunications de pointe

Le Sénégal bénéficie d'infrastructures de télécommunication répondant aux standards internationaux maîtrisant ainsi les différentes techniques de transmission, quel que soit leur support : câble coaxial, faisceaux hertziens, satellite, fibre optique etc.

2.2.1. La fibre optique

Afin de garantir aux opérateurs la meilleure qualité de service et de répondre également aux nouveaux besoins liés au développement des technologies de l'information, le Sénégal a fait depuis longtemps le choix des technologies de fibre optique à travers l'opérateur Sonatel. Aujourd'hui des milliers de kilomètres de câbles ont été déployés pour relier les différentes agglomérations du pays. Elles ont permis de supporter la croissance du trafic de données et d'améliorer la sécurisation des acheminements.

2.2.2. Les câbles sous-marins

Pour ses liaisons internationales, l'opérateur Sonatel a également choisi les technologies optiques en participant au financement de trois câbles sous marins. Ils assurent aujourd'hui l'acheminement de la majorité des communications.

2.2.3. Les technologies spatiales

Afin de compléter l'infrastructure optique existante, le Sénégal utilise également le satellite et les technologies spatiales pour permettre d'une part les échanges téléphoniques et d'autre part, la diffusion d'émission TV pour le compte des organismes de radio diffusion au Sénégal(via les systèmes : INTELSAT, EUTELSAT,).

2.3. Technologies utilisées pour le centre d'appel

2.3.1. Définition:

Divers équipementiers (ALCATEL, Siemens,) offrent des solutions packagées qui mettent à la disposition des entreprises, souhaitant mettre en place un Centre de Contact, toutes les fonctionnalités techniques d'un Centre d'Appel au cœur du Réseau :

- ❖ Serveur Vocal Interactif
- ❖ Automatic Call Distributor (ACD)
- ❖ Couplage Téléphonie Informatique (CTI)

2.3.2. Fonctionnalités de l'offre :

- ❖ Routage des appels
- ❖ Qualification
- ❖ Distribution des appels avec l'outil ACD (Automatic Call Distributor) :
 - Mise en attente personnalisée et distribution orientée compétences vers l'agent le plus approprié,
 - Couplage Téléphonie Informatique (CTI)

2.3.3. Spécialisations du personnel

Une équipe technique est nécessaire pour maintenir le site web, assurer les connexions avec de partenaires, fournir un produit de qualité optimale ainsi que pour développer les versions qui permettront de s'implanter.

Le site de centre d'appel aura besoins d'un personnel technique pour valoriser les bases de données obtenues grâce à l'utilisation des informations sur les consommateurs (profiling notamment).

3. ASPECTS REGLEMENTAIRES ET INSTITUTIONNELS

3.1. Réglementation intérieure en vigueur

La loi 2001 15 du 27 décembre 2001 portant code des télécommunications au Sénégal a défini les grandes orientations de fonctionnement des activités de télécommunication. Ce texte de loi a apporté des innovations sur les nouveaux régimes de licence et la création d'une agence de régulation des télécommunications chargée d'arbitrer et d'encadrer le secteur des technologies de l'information et de la communication.

La **décision de l'ART n° 2004-004 du 28 avril 2004** fixant la liste **des services à valeur ajoutée a retenu** les services suivants : la messagerie électronique, la messagerie vocale, l'audiotex, l'échange de données informatisé (EDI), la télécopie améliorée, les services d'information on-line, les services d'accès aux données, y compris la recherche et le traitement des données, le transfert de fichiers et de données, la conversion de protocoles et de codes, les services Internet, et enfin les services mobiles.

Le développement des technologies de l'information, de la communication et du service Internet :

Le lancement du centre d'appel nécessite une bonne plate forme en matière des TIC et du service Internet. Les principales actions que doit entreprendre l'Etat pour assurer cet élément, sont :

- ❖ Assurer la connexion de toutes les régions du pays au réseau de télécommunication ;
- ❖ Créer au moins un noeud Internet dans chaque ville et développer les communications locales ;
- ❖ Encourager la formation dans les techniques de production de serveurs d'informations de type Web, en communication en utilisant les technologies d'Internet et en sécurisant l'information ;

3.2. Les structures d'appui du secteur

3.2.1. Structures administratives

❖ **DASP (Direction de l'Appui au Secteur Privé)** 115, rue SC 126 Sacré Cœur 3 pyrotechnie Dakar Tél. : (221) 33 869 94 94 Fax : (221) 33 864 71 71

❖ Agence de Régulation des Télécommunications et des Postes

3.2.2. Structures professionnelles

- ❖ TradePoint Senegal (www.tpsnet.org)
- ❖ Fournisseurs d'accès Internet :
- ❖ Arc informatique (<http://www.arc.sn>)
- ❖ SONATEL Web : <http://www.orange.sn/>

4. ASPECTS ENVIRONNEMENTAUX

4.1. Conditions d'installation

Les 10 points clés qui font la performance d'un centre d'appels :

❖ **L'ergonomie :**

Concevoir l'aménagement d'un centre d'appel implique l'étude de l'ergonomie du mobilier spécifique. Une productivité optimale sera obtenue sur un gain de confort maximum des téléopérateurs.

❖ **L'acoustique :**

Aidés d'acousticiens professionnels, les fabricants étudient les différentes possibilités de configuration des postes de travail.

❖ **L'éclairage :**

Direct ou indirect, individuel ou non, l'éclairage doit favoriser l'énergie des téléopérateurs quelle que soit la disposition des postes dans le centre d'appel.

❖ **Les flux électriques :**

Qu'il utilise des mobiliers existants ou qu'il préconise des solutions, le fabricant se doit de prévoir l'intégration de supports de flux électriques.

❖ **Ambiance thermique :**

Une activité sédentaire nécessite une ambiance thermique bien étudiée pour un meilleur confort des téléopérateurs. (Voir les normes.)

❖ **Un mobilier modulable :**

Les fabricants doivent s'attacher à concevoir des produits très modulables, avec peu d'éléments permettant tout un choix de combinaisons et donc une plus grande souplesse.

❖ **Les sièges :**

Le téléopérateur travaille essentiellement dans une position assise d'où l'importance d'avoir un siège pouvant s'adapter aux morphologies, réglables, et accompagnant bien les mouvements du corps pour un confort optimal.

❖ **La colorimétrie :**

Le choix des couleurs participe également au confort et au bien être des téléopérateurs. On préférera à des couleurs trop agressives et donc fatigantes, des teintes plus nuancées tout en étant chaleureuses.

❖ **La personnalisation du poste de travail :**

Que ce soit par des étagères, des supports classeurs ou des corbeilles à courrier, une personnalisation du poste de travail du téléopérateur participe à son confort et à sa plus grande performance.

❖ **Des zones de détente :**

Pour une meilleure efficacité des téléopérateurs, il est important de prévoir des zones de détente, qu'il s'agisse d'une simple pièce aménagée à cet effet, dotée d'un côté habitat, ou d'une salle de sport etc.

4.2. Normes à respecter lors de la mise en place

❖ Environnement : les normes

Dimensions du local de travail à usage de bureau (norme Afnor NF X 35-102) : ci-après les valeurs en m² au-dessous desquelles il n'est pas souhaitable de descendre. Les mètres carrés indiqués sont des mètres carrés utiles excluant les circulations principales.

L'encombrement du mobilier inclus dans ces valeurs est d'environ 2 m² par personne. En cas de mobilier plus encombrant, ces valeurs devront être augmentées:

- ❖ 9 m² pour un bureau occupé par une personne
- ❖ 32 m² pour un bureau occupé par quatre personnes
- ❖ 100 m² pour un bureau occupé par six personnes ou plus

Si des salariés sont en face à face et qu'il n'est pas possible d'utiliser de cloisonnettes pour les isoler, l'espacement minimal prévu doit être d'au moins 4 mètres.

❖ Poste de travail (norme Afnor NF X 35-121)

Il est souhaitable que l'équipement du poste de travail permette de faire varier la hauteur du clavier, la hauteur, l'orientation et l'inclinaison de l'écran, la hauteur et l'orientation du support document. De même pour le plan de travail dont la hauteur doit être de 73 cm (+/- 10 cm).

Concernant son implantation, il faut éviter de placer les écrans face ou dos aux baies vitrées et respecter une distance d'au moins 1,50 m entre l'écran et la fenêtre la plus proche. Pour un écran 15 pouces, la distance avec l'oeil doit être comprise entre 50 et 70cm.

5. ASPECTS ECONOMIQUES ET COMMERCIAUX

5.1. Le marché national et international

5.1.1. Principales caractéristiques de la demande

Le secteur représente désormais l'un des grands pourvoyeurs d'emplois du pays. Même si on est encore loin des centaines de milliers d'emplois délocalisés d'Europe ou des États-Unis vers l'Inde, la Chine, la Malaisie et les Philippines, le Sénégal attire de plus en plus les entreprises, notamment françaises, souhaitant réduire leurs coûts via la sous-traitance aujourd'hui, le marché sénégalais compte 23 centres d'appels. Soit un volume de 17 milliards d'investissement sur les cinq dernières années et un total de 3 095 emplois. Avec un fleuron, PCCI, le leader incontesté, qui a réalisé quelque 4,7 milliards d'investissement et généré pas moins de 1500 emplois. Ce qui lui a permis de capter des clients français pour sa plateforme grâce à la vision stratégique de ses fondateurs et une mise à disposition de financements conséquents. Ainsi, PCCI déploie toute une panoplie de prestations. Comme l'information prospection, la prise de rendez-vous, la gestion globale et interactive de la relation client, les sondages, la gestion de crises, des études de satisfaction clientèle, la télévente, le télémarketing, des campagnes de fidélisation, etc. Des activités de front office, pour la plupart, et qu'on retrouve aussi dans presque tous les autres centres d'appels.

Par contre, certains se sont positionnés avec une offre assez spécialisée. C'est le cas notamment de Global Outsource (comptabilité), Sintigroup (logiciels off-shore et autres services informatiques), de SAAN (archivage électronique), etc. La télé saisie, activité qui utilise beaucoup de main d'oeuvre et ne nécessitent pas de formation pointue, constitue également un segment sur lequel le Sénégal peut se positionner.

5.1.2. Principales caractéristiques de l'offre

<p>Offres des grands groupes internationaux</p>	<p>Depuis 2005, le Sénégal a enregistré une implantation de taille. Il s'agit de l'américaine The Resource Group (TRG) qui fait partie du Top 10 mondial des entreprises de télé-services. Le groupe gère 30 centres de contacts et de traitement dans 8 pays notamment aux Usa, au Canada, au Pakistan, aux Philippines et en Angleterre avec 6000 positions de travail. Le Sénégal a été retenu pour abriter leur premier centre offshore francophone en Afrique après un benchmark poussé avec l'Ile Maurice et le Maroc. Ainsi, TRG Sénégal, c'est aussi et surtout 750 millions FCFA d'investissement. Ce doit être plus de 300 postes de travail à l'horizon 2007 pour plus de 600 téléacteurs. Un autre gros investissement, c'est la française ADHAO avec 600 millions FCFA et 150 emplois à terme. Ou encore Sintigroup (300 millions FCFA), etc. C'est dire que le Sénégal bénéficie maintenant d'une notoriété grandissante sur le plan international et compte désormais parmi les destinations possibles pour l'outsourcing.</p>
--	---

<p>Offre locale à promouvoir</p>	<p>D'après les données fournies par l'Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie (ANSD), la production de la branche a évolué comme suit de 2007 à 2009 avec un chiffre d'affaires HT cumulé de 1 8793 Milliards et une valeur ajoutée sur la même période de 843 Milliards (BDEF/ANSD 2010).</p> <p>Le Sénégal est le seul pays en train de développer toute une stratégie d'attraction des investissements dans le domaine des téléseices. D'ailleurs, la grappe « NTIC et Téléseices » a été identifiés et retenue comme un des principaux leviers de développement dans le cadre de la Stratégie de croissance accélérée (SCA). Au vu de son potentiel de croissance à moyen et long terme, de la valeur ajoutée générée, de la création de nouveaux emplois sans compter le potentiel à l'exportation et de compétitivité internationale. Autant d'atouts et d'avantages comparatifs qui doivent permettre au Sénégal de bien se positionner sur le marché de la délocalisation des centres de contacts.</p>
---	---

5.2. Potentiel de développement du marché local

Le cabinet Outsourcia estime que le marché des centres de contacts off shore est très dynamique et est appelé à se développer fortement ces prochaines années.

Dans le cas du Sénégal, le marché des centres de contacts est essentiellement porté par les projets offshores qui représentent près de 80 % de l'activité.

Et l'exemple du Maroc où le taux de croissance annuel est évalué à 40 % au minimum d'ici 2012, peut servir dans le positionnement des centres d'appels du Sénégal sur ce marché.

L'accélération du mouvement de délocalisation concerne en premier lieu le traitement des services relativement basiques générant de gros volume d'activité, ces prestations présentant peu de risques d'exécution, à l'exemple des services d'annuaire ou de renseignement de premier niveau nécessitant une main d'oeuvre importante.

A moyen terme, on évoluerait progressivement vers des traitements plus complexes et à plus forte valeur ajoutée (CRM, télémarketing).

6. INVESTISSEMENTS NECESSAIRES

6.1. Equipements pour l'exploitation d'un centre d'appel

Matériels	Nombre	Spécifications
Ordinateurs complets	25	Pentium 4 avec des écrans LCD 15" mis en réseau avec une LAN
Liaisons numériques	3	Connectés à travers l'opérateur de réseau Wimax
Câblage réseau		
Mobilier de bureau (tables et chaises)	12	En forme de + partagé par les téléopérateurs
grand bureau avec casier	1	Pour les rangements de document
bureaux moyens avec casier	2	
Postes téléphoniques	50	Téléphone SIP IP avec la technologie H323
Routeurs	3	De type Cisco pour la VOIP
Téléopérateurs	50	Conseillers clientèles
Ecran télévision pour les news	2	Nécessaires pour les marchés à opérer

6.1.1 . Charges d'exploitation prévisionnelle

Désignation	Quantité	Cout unitaire	Montant Total
Acquisition plateau centre d'appel	1	60 000 000 F	60 000 000 F
Logiciel CRM	1	15 000 000 F	15 000 000 F
TOTAL IMMOBILISATIONS			75 000 000 F
Charges Mensuelles			
Eau électricité, gardiennage etc			3 500 000 F
Total charges variables			3 500 000 F
Frais financiers			2500 000 F
Salaires et Autres charges			15 000 0000 F
Amortissement			800 0000 F
Autres charges fixes			3 000 000 F
Total charges fixes			21 300 000 F
TOTAL CHARGES			24 800 000 F

6.1.2 Compte de revenus prévisionnels

PRODUIT	TOTAL
Produits issus des contrats de gestion CRM	159 500 000 F
Produits issus Campagne marketing	139 000 000 F
TOTAL	298 500 000 F

6.1.3 .Compte d'exploitation prévisionnelle de la première année

	Montant
PRODUIT	
Revenu brut d'exploitation	298 500 000 F
Charges variables	35 000 000 F
Charges fixes	213 000 000 F
REVENU BRUT D'EXPLOITATION	50 500 000 F
Impôts sur le revenu	12 625 000 F
REVENU NET D'EXPLOITATION	37 875 000 F
CASH FLOW	47 475 000 F

6.2 . Rentabilité financière

	Ratio
Ratio du retour sur investissement ROI:	1 an et 6 mois
Rentabilité exploitation	12,68%
Taux de rentabilité interne (TRI) sur 3 ans	40%

7. ANALYSE DE L'ATTRACTIVITE ET DE LA FAISABILITE DU CRENEAU

Secteur tertiaire : Télécommunications

CENTRE D'APPEL ET BUSINESS PROCESS OUTSOURCING

Données de référence activités BDEF 2010			
TELECOMMUNICATIONS	2007	2008	2009
Chiffres d'Affaires en millions de F	908 513	1 038 965	980 687
Taux de croissance du CA		13%	
Valeur des exportations en % CA		1,35%	1,39%
Importance de la valeur ajoutée en millions de F	364 545	396 904	402 748
Importance de la valeur ajoutée en %	40%	36%	41%
Importance Innovation et R&D en millions de F	1 929	1 050	1 002

CAS PRATIQUE : TRG SENEGAL -SA (THE RESOURCE GROUP SENEGAL - SA)			
	2007	2008	2009
Chiffres d'Affaires en millions de F	370	412	928
Taux de croissance du CA		10%	45%
Part des exportations en % CA			

Résultats Appréciation Créneau	1	2	3	4	5
Attractivité du créneau et Participation à la croissance					
Niveau de croissance	5%	10%	15%	20%	30%
Quel est le niveau de Croissance du marché					
Niveau de production, et transformation	Très faible	faible	Moyen	Important	Très important
Niveau de valorisation et gamme de produits					
Possibilités d'exportation	Très faible	faible	Moyen	Important	Très important
Importance des Marchés à l'exportation					
Niveau Valeur ajoutée	5%	10%	15%	20%	30%
Importance de la valeur ajoutée à dégager					
Faisabilité et existence de Facteurs Clés de Succès FCS					
Innovation et Niveau de technicité	Très faible	faible	Moyen	Important	Très important
Les possibilités d'innovation, connaissance technologique ?					
Apport au développement des régions	Très faible	faible	Moyen	Important	Très important
Apport au développement local ou régional					

8 . CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

❖ BOSCH COMMUNICATION CENTER

6, rue de la Montagne 57600 Forbach Tél. : 0800 39 39 49 - Fax : 0800 06 07 05
E-mail : bcc.fr.bosch.com Web : www.fr.boschcommunicationcenter.com

❖ SITEL

Immeuble Point Sud - 40, rue Gabriel Crié 92240 Malakoff Tél. : 01 58 35 10 00 - Fax : 01 58 35 14 87 E-mail : sitel.contact@sitel.com Web : www.sitelfrance.fr

❖ TELETECH INTERNATIONAL (NEST CALL CENTER)

10, avenue Ledru Rollin 75012 Paris Tél. : 01 53 46 00 00 - Fax : 01 44 74 70 66
E-mail : contacteznous@teletech-int.com Web : www.teletech-int.com / www.cherclient.com

❖ TELECOM ITALIA SPARKLE Offre technologique

18, rue de Londres 75009 Paris Tél. : 01 78 56 99 58 - Fax : 01 57 67 35 88
E-mail : info-france@telecomitaliasparkle.com Web : www.tisparkle.fr

❖ L'INSTITUT DU CALL CENTER

210, rue du Faubourg Saint-Antoine 75012 Paris Tél. : 01 55 25 29 55 - Fax : 01 55 25 29 59 E-mail : idcc@idcc.fr Web : www.idcc.fr

❖ OUTSOURCIA

251, rue Clément Ader - Parc d'activité Le Long Buisson 27000 Evreux Tél. : 01 76 60 21
Fax : 01 72 71 84 80 E-mail : contact@outsourcia.com Web : www.outsourcia.com

❖ ATOS WORLDLINE

5-6, place de l'Iris - Tour Manhattan 92926 Paris La Défense Tél. : 01 49 00 90 00
- Fax : 01 49 00 92 00 E-mail : info-solutions@atosorigin.com Web : www.atosworldline.com

❖ PHONECONTROL

70, avenue de la République 92320 Châtillon Tél. : 01 55 48 93 70 - Fax : 01 49 12 49 71
E-mail : info@phonecontrol.fr Web : www.phonecontrol.fr

❖ CBC DEVELOPPEMENT

4, rue Saint-Florentin 75001 Paris Tél. : 01 55 35 99 00 - Fax : 01 40 20 40 85
E-mail : info@cbcdeveloppement.fr Web : www.cbcdeveloppement.com

❖ CONECTEO

Site Montesquieu 12, allée Isaac Newton 33650 Martillac Tél. : 05 47 48 33 20
E-mail : info@conecteo.fr Web : www.conecteo.fr

❖ EASYPHONE FRANCE Offre technologique

(Altitude Software) 12, rue de Ponthieu 75008 Paris Tél. : 01 55 27 60 60
- Fax : 01 55 27 60 50 E-mail : info.fr@altitude.com Web : www.easyphone.com

❖ EUROPEAN COMPUTER TELECOMS Offre technologique

SAS 6, Boulevard Bineau 92300 Levallois-Perret Tél. : 01 41 05 35 40 - Fax : 01 41 05 35 55 E-mail : jacques.beraud@ect-telecoms.fr Web : www.ect-telecoms.com

❖ PGS - PROGISOFTWARE

6-8, rue Firmin Gillot 75015 Paris Tél. : 01 48 28 80 00 - Fax : 01 48 28 99 62
E-mail : commercial@pgs.fr Web : www.pgs.fr

❖ GN NETCOM Offre technologique

11-16 rue Jean d'Alembert - ZA de Pissaloup - Bât A2 78190 Trappes
Tél. : 01 30 58 30 31 E-mail : marketing@gn.com Web : www.jabra.com