

Communications unifiées: une analyse éclairée s'impose

MARTIN LAVOIE ET RENÉ PARENT, KINESSOR

Les revendeurs de solutions de communications unifiées ont commencé à promouvoir ces technologies auprès des entreprises. Toutefois, celles-ci demeurent sceptiques, voire confuses, quant aux avantages qu'elles peuvent en retirer.

Les communications unifiées sont à la croisée des chemins. À l'heure actuelle dans le domaine de la téléphonie, les ventes de systèmes de communication IP dépassent celles des systèmes traditionnels. Rien d'étonnant si l'on considère qu'il en coûte sensiblement la même chose pour acheter l'un ou l'autre système. À coût égal, les organisations optent pour une technologie plus avant-gardiste.

Par contre, le parc téléphonique mondial demeure largement traditionnel. En fait, le virage vers la voix sur IP et les communications unifiées a été pris dans le secteur public surtout, là où cette technologie est plus avantageuse en raison des subventions versées et de l'architecture téléphonique déjà en place. De leur côté, les entreprises privées se montrent frileuses. À l'heure où l'on estime que, dans une proportion de 85 %, les projets TI battent de l'aile – dépassement budgétaire, retard, annulation, etc. – les organisations hésitent à changer un système payé depuis longtemps, qui a fait ses preuves et qui ne coûte que très peu annuellement en frais d'entretien. Elles hésiteront d'autant plus si on leur propose à la place une technologie qu'elles connaissent encore mal et dont les avantages ne sautent pas aux yeux.

Dans nombre d'entreprises, le téléphone est perçu comme un simple appareil. Les dirigeants ne voient pas toujours très bien de quelle façon l'intégration des communications au moyen de la technologie IP peut entraîner des économies. L'idée de base derrière les communications unifiées est qu'en utilisant un point de convergence unique pour les communications interpersonnelles (téléphonie fixe et mobile, courriel, etc.), les outils de travail collaboratif (messagerie instantanée, conférences Web, etc.) et les outils bureautiques, un utilisateur est en mesure de gagner du temps et d'améliorer son efficacité et sa productivité. Le hic, pour les entreprises est de pouvoir quantifier les gains potentiels d'une telle solution. En effet, le temps gagné peut varier considérablement d'un utilisateur à l'autre...

Qu'à cela ne tienne, les revendeurs de solutions de communications unifiées font valoir les possibles avantages qui peuvent en être retirés, particulièrement en cette ère de télétravail et de travail mobile. En l'absence d'une analyse impartiale, cependant, les dirigeants

d'entreprise ont raison de se montrer prudents. Pour déterminer avec certitude si la technologie IP et les communications unifiées sont en mesure d'améliorer les affaires d'une organisation dans le contexte précis de ses besoins, il est impératif de procéder à une analyse rigoureuse et indépendante de la situation. Une telle évaluation doit permettre de vérifier si des économies tangibles ou

intangibles sont réalisables pour l'ensemble des utilisateurs. Avant d'adopter un nouveau système de communication, l'entreprise a le devoir de s'assurer qu'il respecte la « règle des 3 U », c'est-à-dire qu'il est utile, utilisable et utilisé.

Une organisation forcée de changer son système de communication – parce qu'il est désuet ou n'est plus pris en charge par son fabricant, par exemple – opérera presque automatiquement pour la technologie IP, qui offre une meilleure évolutivité et ne coûte pas plus cher. Par contre, cette organisation devra lancer un appel d'offres complet, pertinent et efficace. Les organismes publics doivent porter une attention particulière à cette tâche en raison de la complexité de leurs processus et des exigences ri-

goureuses auxquelles ils sont soumis, dans le cadre de la Loi sur les acquisitions de biens et services. La qualité de l'appel d'offres est essentielle afin de retenir les solutions les mieux adaptées aux besoins particuliers de l'organisation, parmi lesquelles un choix final judicieux pourra être fait. À cet égard, il est nécessaire d'analyser rigoureusement et en toute neutralité les différentes offres disponibles dans le marché. Les organisations des secteurs public et privé seront alors en mesure de prendre une décision éclairée face aux arguments des divers revendeurs. ■

MARTIN LAVOIE EST CONSEILLER PRINCIPAL, CENTRE D'EXPERTISE EN TÉLÉCOMMUNICATIONS, ET RENÉ PARENT EST DIRECTEUR, SOLUTIONS D'AFFAIRES, CHEZ KINESSOR.