



Se former

Vendre la téléphonie mobile, pour ou contre ?

Les téléphones portables ne sont pas toujours faciles à vendre face à la concurrence des boutiques de téléphonie et à une évolution ultra rapide des produits. Certaines enseignes ont pourtant fait le choix de les mettre en rayons avec succès. Et des corners téléphonie s'ouvrent dans des magasins. Alors exemple à suivre ? Enquête auprès des vendeurs.

Par Sandrine Desroses et Séverine Gennevoise



Le client qui entre dans une boutique de téléphonie vient pour acheter (ou regarder) un téléphone mobile ou un accessoire. Au contraire des GMS, où le chaland s'y rend parfois pour faire des découvertes. « Chez Boulanger, nous avons l'avantage de proposer des produits de différentes familles, affirme Tony, vendeur en téléphonie et informatique chez Boulanger à Atlantis. Le client ne vient pas forcément pour acheter un mobile, d'où la nécessité d'accessoiriser la vente, de l'attirer dans le rayon ». « Au contraire des enseignes spécialisées, renchérit Pascal, responsable de rayon chez Connexion à Montargis, nos vendeurs sont polyvalents. Nous vendons aussi bien du blanc, du brun, du gris, que de la téléphonie mobile. Nous sommes donc un peu plus réactifs par rapport aux nouveautés car nous plaçons en rayon tous les modèles de mobiles qui arrivent de chez le grossiste ».

Profiter de la convergence

Désormais les produits se complètent les uns les autres. En enseigne, le client peut voir le lien qui existe entre

l'informatique et les applications qu'il retrouve dans son téléphone, avec le MP3 notamment. « Etre un magasin généraliste, souligne Tony, nous donne la possibilité de mener des ventes plus complètes en montrant le transfert de musique depuis l'ordinateur vers le mobile ou bien la synchronisation des données d'un smartphone vers un PC ». Les ventes sont complémentaires. « Le client ne voit pas seulement l'utilisation de son mobile de manière isolée, mais bien dans la complémentarité avec d'autres appareils, ajoute Pascal. On peut vendre un kit de navigation routière Tom Tom avec un mobile par exemple, ou connecter un TV avec un mobile pour regarder ses photos, vidéo ou faire des jeux. Ainsi, le client peut se projeter dans ses futurs achats ».

« Par rapport à une boutique portant la marque de l'opérateur, nous pouvons réellement conseiller le client en toute objectivité, en fonction de sa consommation, constate Nicolas Vogler, vendeur chez Boulanger à St-Egrève. Nous n'avons pas une identité liée à un opérateur. Ainsi, nous ciblons mieux ses attentes. Nous pouvons établir un diagnostic personnalisé. Et cela parce que nous sommes neutres. Nos clients sont

L'avis de LG

« En GSS, les références de mobiles tournent beaucoup plus vite qu'en GSA du fait de la taille du rayon, remarque Serge Simon, Directeur Commercial Division GSM chez LG. L'offre en GSA doit comporter beaucoup plus de produits d'appel pour attirer le chaland. Entre les GSA et GSS, l'argumentaire de vente reste le même. Chaque enseigne a ses propres méthodes de lancement de produit. Ainsi LG fait du sur mesure en adaptant ses argumentaires de formation aux outils de communication dont l'enseigne dispose. »

en attente d'un conseil technique par rapport à un appareil, mais aussi d'une certaine intégrité ».

Evaluer les contraintes

Certains magasins sont moins optimistes car « Nous vendons de la téléphonie, mais c'est plus un service que nous rendons à nos clients ; cela ne génère pas assez de marge pour le magasin, constate Magali, responsable du magasin Pro & Cie à Breuvannes. Nos vendeurs sont polyvalents et suivent de nombreuses formations tout au long de l'année. Ici, on peut passer du culinaire à l'image selon la demande. Cependant, je pense qu'il faut laisser



Sony Ericsson - Z530

Pour photographier en toute simplicité et en rafale, écouter des MP3, téléphoner et changer le look de son mobile au gré de ses humeurs grâce aux coques interchangeables.



Samsung - D600

Successeur du célèbre D500, ce slider est particulièrement demandé pour son ergonomie, son design et ses applications performantes. APN 2MP avec caméra, zoom, flash intégré, MP3 à stocker sur carte Transflash, jeux... Un appareil complet.



Motorola - L6 Bubble Gum

Un mobile pour les filles ! Avec sa couleur rose très tendance, son APN, ses sonneries MP3 et la technologie Bluetooth, les fashionistas vont faire des envieuses. Et seulement 85 grammes pour 10,9 cm !



la vente de mobiles aux spécialistes car les offres sont en mouvement perpétuel. Je suis perplexe par rapport au suivi car la clientèle est en attente de services. De plus, le téléphone fait l'objet d'un SAV plus lourd par rapport aux autres familles de produits qui pourrait nuire à l'image de notre magasin. Nous n'essayons pas de nous distinguer par rapport aux magasins spécialisés en téléphonie. J'avoue que si je pouvais retirer la téléphonie du magasin, je le ferais. »

Attirer l'attention

La variété des produits vendus en GMS attire le chaland. Peut-être n'avait-il pas envie ou besoin d'un téléphone mobile

et le voilà qui s'arrête devant le rayon. « Les mobiles sont disposés dans des vitrines, explique Pascal. Ce sont de vrais téléphones, pas des factices, que le client peut manipuler sur demande auprès du vendeur. Quand le client vient dans notre magasin, il passe forcément au rayon téléphonie du fait du circuit mis en place par l'enseigne. Ensuite, c'est au vendeur d'attirer l'attention du chaland avec une bonne formule d'accueil. » Bien présenter l'offre est important. « Dans le rayon téléphonie, la PLV, le mobilier et la disposition du rayon accroissent la visibilité des produits, remarque Nicolas Vogler. Par ailleurs, les produits (en factice) sont en accès libre, ce qui permet au client de

les manipuler. De même, nous avons mis en place un balisage clair et des offres pour que le consommateur s'y retrouve plus facilement. ».

L'identification du client accroît les chances de vendre un téléphone mobile. « Les jeunes aiment avoir un maximum de fonction dans leur téléphone : la photo, le téléchargement de vidéo et de musique, souligne Linda Bedhouche, vendeuse à Villars (St-Etienne). Ils apprécient beaucoup les mobiles LG et Samsung ; les seniors se tournent davantage vers Nokia ». « Si le client voyage, je lui propose un mobile tri ou quadri bande, remarque Nathalie, vendeuse en téléphonie chez

L'idole des jeunes

Aujourd'hui, 72 % des Français ont un téléphone portable, soit sept fois plus qu'il y a dix ans. En majorité des jeunes (95 % des 15-24 ans en possèdent un), mais aussi les 60 ans et plus (53 % sont équipés). En moyenne, l'ensemble des utilisateurs a déjà eu 3,2 mobiles. Seulement 15 % des consommateurs auraient jeté leur ancien modèle, ce qui révèle un certain attachement du propriétaire pour son appareil. Selon l'usage et les âges, le mobile est tantôt multifonctionnel, intime, ludique, pratique...quasiment « un couteau suisse », surtout pour les jeunes.

Sources : Le Téléphone mobile aujourd'hui : usages, représentations, comportements sociaux », GRPIC/Celsa. « Mobile attitude. Ce que les portables ont changé dans nos vies », par Alban Gonord et Joëlle Menrath, Hachette Littératures, 262 p.



BenQ Siemens - EF81
Design ultrafin (15,9mm) en acier inoxydable brossé, le EF81 est un élégant mobile 3G, doté de deux larges écrans, d'une caméra vidéo, d'un APN 2MP et d'un lecteur MP3.



VK 2000
La finesse au service du design et de la simplicité. Si petit qu'on l'oublierait presque, ce slim monobloc n'embarque que l'essentiel : des fonctions de téléphonie !



Dane-Elec DA-SD-1024XS
Avec une vitesse d'écriture de 38X et de lecture de 60X, la carte mémoire permettra aux passionnés de photo de prendre des clichés instantanément en réduisant le temps de latence entre les poses. Capacité de 128 Mo à 1 Go.

Boulangier à Bordeaux. Certains clients en recherche de simplicité montrent beaucoup d'intérêt pour l'offre Simply, les sexagénaires, surtout. Ces téléphones basiques ont l'avantage de proposer un menu simple ».

Les modèles qui séduisent

« Les mobiles LG et Samsung sont très prisés dans notre magasin, constate Pascal. Les modèles à façade coulissante aussi. La marque VK, numéro 1 en Grande-Bretagne propose une offre de mobile qui séduit les consommateurs. Le public féminin apprécie le modèle avec les incrustations de brillants sur la façade externe. Les mobiles Sagem



attirent particulièrement les clients qui souhaitent avant tout téléphoner en toute simplicité en allouant un budget raisonnable à leur mobile ». La situation géographique d'un magasin conditionne cependant le choix des modèles. « Nous sommes en zone rurale, donc les clients recherchent la tranquillité, des mobiles à la fiabilité durable, précise Magali. Notre gamme

de mobile est surtout axée sur les produits Nokia».

« Les Samsung D600 et D500 se vendent toujours très bien pour leur look jeune et leur solidité, souligne Alain Olkiewiez, vendeur en téléphonie chez Boulangier à Villenave d'Ornon. La marque est gage de fiabilité auprès des clients. On vend aussi beaucoup de Nokia, parce que c'est un produit costaud et simple. Motorola plaît beaucoup pour son design ultra plat. Les kits oreillette Bluetooth ont bien progressé dans les ventes car leur prix a diminué, la législation obligeant son usage au volant. Nous en vendons 2 à 4 par jour. »

Le marché de la musique mobile

La croissance mondiale prévue du marché des mobiles musicaux s'établit pour 2006 autour de 315 millions, avec 656 unités vendues par minute, indique une étude GN Mobile, Apple, IMS, Strategy Analytics. D'ici 2008, ce chiffre va plus que doubler en atteignant 700 millions de mobiles avec 1331 unités. En comparaison, 57 millions de lecteurs MP3 se sont vendus en 2005 (dont 32 millions de iPods).

Source : Document Jabra

Dans les enseignes, certaines promotions ont un fort impact. « Actuellement, explique Tony, nous



Sagem - my 700X

Design et technicité font les atouts de ce monobloc : fonction MP3, radio FM, APN 1,3 MP, EDGE, mémoire interne de 32 Mo extensible grâce à l'extension de carte mini SD. Et seulement 15 mm d'épaisseur.



Simply pack SFR - VS3

Un menu simplissime avec 3 fonctions basiques (accueil, répertoire et message) accessibles au moyen de touches raccourci, pas de SMS ni d'appareil photo. Juste un téléphone !



Hama Sushi pompon

Accessoire féminin dans toute sa splendeur, le pendentif composé de perles rehaussées d'un pompon soyeux et d'une chaînette en strass donnera un air de fête au mobile.

proposons une opération anniversaire avec le SGH D770 de Samsung, plus une oreillette Bluetooth à 49 euros, sachant que le téléphone seul en vaut 149. Cette opération mise en place par SFR, Samsung et la centrale d'achat nous permet de nous distinguer par rapport aux boutiques spécialisées en téléphonie mobile. »

Choisir les bons arguments

Il est important de veiller à l'adéquation entre l'offre et les services. « Je mets également en avant l'abonnement lorsque je vends un mobile 3G, par exemple, car il faut s'assurer qu'il est en conformité avec les services de l'opérateur, remarque Linda Bedhouche. Avec les forfaits illimités, les clients recherchent des mobiles très complets dotés d'une bonne autonomie. Si le forfait inclut l'envoi de MMS, le client doit disposer d'un mobile photo ». « En magasin, ajoute Tony, nous avons une partie du rayon dédiée aux opérateurs et une autre aux mobiles nus. Nous proposons aussi bien des offres prépayées, des abonnements et des offres de renouvellement. En matière de produits, nous vendons des

agendas électroniques, des téléphones basiques, mais aussi les derniers mobiles qui font la tendance. Nous essayons au maximum de nous adapter aux besoins du client qui vient aussi pour se faire plaisir, notamment lorsqu'il achète un mobile à 400 euros. »

« Si le client fait de la vidéo ou de la photo, j'indique que les 2 MP suffisent pour une impression depuis l'ordinateur, précise Nathalie. S'il aime la musique, je lui parle du téléchargement de MP3 pour les sonneries. J'évoque également l'intérêt des cartes mémoire. Dès que je vends des produits photo et MP3, j'ai le réflexe carte mémoire ». Les accessoires sont en effet une source de profits à ne pas négliger, vous êtes nombreux à en être convaincus. « J'insiste auprès des publics jeunes sur l'autonomie des mobiles, ajoute Linda Bedhouche, car toutes les applications qu'ils utilisent consomment beaucoup de batterie. Aussi, certains mobiles sont livrés avec un cordon data, d'autres pas. C'est l'occasion de faire une vente supplémentaire lorsque la personne fait beaucoup de multimédia avec son mobile ».

« Les cartes mémoire se vendent bien, constate Alain Olkiewicz,



Darty miserait sur le « triple play »

Internet haut débit, téléphonie en VoIP et bouquets de chaînes télé, tel est le triplé gagnant qui serait proposé par l'enseigne Darty d'ici le troisième trimestre 2006, faisant ainsi concurrence à Free, Neuf Cegetel ou France Télécom. Muni de son terminal-modem « Dartybox », le consommateur pourra donc se connecter à l'ordinateur, au téléviseur et au téléphone. Aucune information n'a pour l'instant filtré concernant le débit, le partenaire du bouquet de chaînes ou le prix de l'offre, on sait néanmoins qu'elle fonctionnera sur le réseau de l'opérateur français Completel.

Source : Zdnet



Airness Slide 99

Petit mais costaud ! Ce slider bicolor intègre un APN 1,3 MP, une caméra, un lecteur vidéo MPEG 4 et MP3 pour la musique. Les données seront transférées vers un PC via le port USB 1.1 et infrarouge. Disponible en 4 coloris : blanc et noir, noir et blanc, blanc et bleu, rose et blanc



LG - U8500

Avec ses 18,2mm d'épaisseur, il compte parmi les mobiles 3G les plus fins du marché. Au menu, visiophonie lecteur MP3 piloté depuis la façade externe, APN 1,3 MP, mémoire interne de 80 Mo extensible grâce à une carte mémoire micro SD.



Alcatel - OT S853

Dédié au multimédia, ce monobloc Bluetooth et EDGE à la finition « soft touch » embarque des enceintes 3D surround pour profiter de la fonction MP3 ou de la radio, un APN 1,3 MP pour la photo et la vidéo.



Motorola V220 + mini gloss

vendeur en téléphonie à Villenave d'Ornon (près de Bordeaux). Nous proposons des cartes de 126 à 256 Mo. Lorsqu'un client fait de la vidéo, je lui en propose une pour augmenter sa capacité de stockage. Mais nous en vendons moins que les oreillettes Bluetooth, car les consommateurs n'ont pas encore l'habitude de stocker beaucoup de données. Ils préfèrent prendre du temps pour réfléchir avant de se décider à acheter une carte. Les

priorités d'achat de notre clientèle sont les kits Bluetooth, les câbles data pour transférer les photos vers le PC ou vers l'imprimante. En renouvellement, les clients veulent des mobiles Bluetooth car ils sont embarrassés par les fils, explique Alain Olkiewicz. Je propose toujours un mobile Bluetooth avec une clef Bluetooth pour le transfert de données, ou une oreillette. Les accessoires nous aident bien à vendre la technologie ».

Un choix pertinent

La téléphonie mobile s'impose peu à peu dans les GSM. C'est le cas notamment du réseau Connexion qui a installé depuis fin novembre 2005 des corners téléphonie dans 21 magasins de l'enseigne. « Ces corners, explique Jacques Guguen, Directeur Général de l'enseigne Connexion, sont en

prise directe avec SFR, la gestion des comptes adhérents Orange, SFR et Bouygues étant assurée par Avenir Télécom. La discussion commerciale s'est faite entre SFR et Connexion ».

« L'idée du corner téléphonie est née d'un constat : l'impossibilité de prétendre être une enseigne spécialiste sans que la téléphonie mobile soit présente dans nos rayons. Nous vendons tous les services des opérateurs ainsi que Neuf Télécom, mais aussi des accessoires de téléphonie mobile. Notre objectif ? Etre en prise directe avec les innovations, que ce soit avec les produits en pack ou avec les produits nus. Aujourd'hui, les corners téléphonie sont le résultat d'une prise de conscience : un spécialiste en produits numériques ne peut faire l'impasse sur la téléphonie. Elle fait partie intégrante de notre métier. »

Les Français et le MMS

Selon une étude TNS Sofres de janvier 2006, « le transfert d'image par MMS est une application très prisée sur téléphone mobile. En France, 68 % des technophiles effectuent des transferts d'images/photos via MMS. 49 % des utilisateurs de mobiles et PDA équipés d'un appareil photo considèrent le prix comme un obstacle à une plus grande utilisation. »



Pantech - PG 3500
Très fin (16,8mm) et compact, ce clamshell Bluetooth embarque le meilleur du multimédia. APN 1,3 MP, lecteur MP3 et vidéo, carte micro SD et un port USB.



Nokia - 3250
Un clavier qui pivote de 90 degrés pour passer alternativement des commandes musicales à la vidéo en passant par l'appareil photo 2 MP : voilà le smartphone 3250 aux couleurs tendance (rose, kaki, bleu ou noir).



Plantronics - Explorer 320
Une oreillette pour téléphoner gratuitement via le logiciel Skype, sans rester devant son ordinateur. L'adaptateur USB fourni permet aussi l'échange de données, la synchronisation des mails et une connexion avec d'autres périphériques Bluetooth à l'ordinateur.

La fiche du mois

Le Téléphone mobile

Airness Slide99



Bandes

Les données sont transportées via la bande passante (quantité d'information transportée), mesurée en MHz. Diffère suivant le type de mobile portable : GSM ou DCS.

GSM (Global System for Mobile communications) : norme de communication la plus répandue utilisant la bande passante 900 MHz.

DCS (Digital Cellular System) : norme de communication utilisant la bande passante 1800 MHz, historiquement utilisée par l'opérateur Bouygues et récemment par Orange et SFR. Le réseau DCS a l'inconvénient de ne pas couvrir entièrement les zones rurales.

Bi-bande : mobile fonctionnant sur 2 bandes de fréquence (GSM et DCS) ce qui permet d'accéder à un grand nombre de réseaux en Europe et en Afrique (voir tri-bande).

Tri-bande : mobile pouvant fonctionner sur la bande de fréquence (PCS 1900 MHz) utilisée aux Etats-Unis et en Asie.

Quadri-bande : mobile pouvant fonctionner en 850, 900, 1800 et 1900 MHz, donc dans le monde entier.

Ecran

- Résolution : plus le nombre de pixels est élevé, meilleure est la qualité d'affichage. QVGA : 320x240 pixels et VGA : 640x480 pixels. La taille de l'écran se mesure au nombre de lignes qui peuvent être affichées, 10 lignes étant très confortables.

- Oled : Technologie propre aux écrans favorisant une meilleure lisibilité quel que soit l'angle de vue. L'écran Oled présente l'avantage d'être plus mince que les écrans classiques, rendant le mobile plus compact. Moins énergivore que l'écran LCD, il préserve l'autonomie du téléphone.

Connectivité

Connexion avec fil, c'est un port USB ou série. Sans fil, c'est une liaison à infrarouge, à condition que les objets soient très proches et face à face, ou mieux une liaison Bluetooth (portée 10 mètres), ou encore IrDA (Infrared Data Association) par infrarouge entre différents appareils informatiques. Les données sont transférées avec un débit de 115 kbps).

- Synchronisation : principe consistant à transférer les informations (contacts, rendez-vous, etc.) pour les sauvegarder du mobile vers un ordinateur via Bluetooth ou un cordon data.

- Wap : protocole utilisé par pour la transmission de données et de fichiers destinés aux téléphones mobiles et PDA sur le réseau GSM.

Sécurité

Carte SIM (Subscriber Identity Module) en français MIA (Module d'Identification d'Abonné) : carte à puce insérée dans le mobile mobile. Gère l'accès à une ligne et stocke diverses informations y compris

votre répertoire personnel. Si vous la transférez dans un autre mobile, vous conservez vos caractéristiques et votre répertoire.

Code PIN (Personal Identification Number) : code d'accès confidentiel à votre ligne téléphonique.

Carte USIM : carte SIM dédiée aux mobiles 3G.

Design

Clamshell : téléphone s'ouvrant comme un coquillage au moyen d'une charnière centrale ou d'une touche latérale.

Slider : la façade externe coulisse pour laisser apparaître le pavé numérique.

Nano slider : Petit frère du slider affichant des dimensions revues à la baisse.

Monobloc : Mobile au format barre, le plus classique.

Swivel : Un mobile « clamshell » dont la partie supérieure pivote pour laisser apparaître le clavier.

Messagerie

SMS (Short Message Service) : court message écrit ne dépassant pas 160 caractères.

MMS (Multimedia Message Service) : message combinant texte, photo et/ou vidéo et son.

Ecriture prédictive ou mode T9 : logiciel facilitant la rédaction des SMS. Il anticipe dès les premières lettres la fin d'un mot.

Push-To-Talk : fonction permettant d'envoyer en une seule fois un même message à plusieurs personnes.

Musique

Il existe différents formats de compression, MP3 et AAC étant les plus répandus.

- MP3 (MPEG-1 Audio Layer 3) : format de compression un peu plus lourd que le format AAC : pour une minute de musique, 1,4 Mo contre seulement 720 Ko. C'est cependant le format universel qui permettra à l'utilisateur de stocker sur son mobile les CD préalablement convertis en MP3 depuis son PC.

- AAC (Advanced Audio Coding) : utilisé pour les titres téléchargés depuis les sites de téléchargement payants. Il offre une qualité sonore exceptionnelle. Sa nouvelle mouture, le AAC+ (ou encore HE-AAC) est plus compressée, donc plus encore plus légère.

Cartes mémoire

Etend la capacité de stockage des mobiles. On trouve des cartes SD, MiniSD ou Memory Stick Pro Duo de 128 Mo à 2 Go.