

Téléphonie mobile

L'infidélité

a parfois des vertus



A. CHEDEIRO/SOROKI/PHOTONORSTOCK

Quoi qu'en disent les opérateurs, il n'est pas toujours dans l'intérêt du consommateur d'utiliser ses points de fidélité pour changer de téléphone. Et même si aller voir ailleurs ne vous tente pas, faire semblant d'être d'humeur volage peut se révéler payant.

«**C**arré rouge» chez SFR, «Changer de mobile» chez Orange... et pas de nom chez Bouygues Telecom : pour bénéficier des programmes de fidélité des trois opérateurs «historiques», il n'y a rien à faire. Chaque mois, leurs abonnés accumulent automatiquement des points grâce auxquels ils profiteront d'une belle ristourne lorsqu'ils souhaiteront acquérir un nouvel appareil. Créés il y a une dizaine d'années, ces systèmes de points se sont imposés au cœur de la stratégie de fidélisation des clients. Des programmes qui sont aujourd'hui une véritable arme de guerre et qui n'ont qu'un objectif : inciter l'abonné à se réengager pour vingt-quatre mois supplémentaires et éviter qu'il ne parte à la concurrence. Et visiblement, cette stratégie fonctionne. Alors que de nombreux opérateurs virtuels ont fait leur apparition (Virgin Mobile, Débitel, Auchan Mobile...) et que la portabilité permet de résilier son abonnement très simplement en conservant son numéro, une étude publiée au début de l'été par l'Autorité de régulation des télécommunications (Arcep) montre que 46 % des abonnés français à la téléphonie mobile n'ont pas changé d'opérateur depuis cinq ans!

Les mystères de la séduction

Des points attribués en fonction du montant de la facture du client et de son ancienneté, des ristournes qui dépendent du nombre de points collectés, le système semble limpide (voir encadré, p.39). Dans la pratique, cependant, il est

difficile de s'y retrouver. D'abord parce que, outre les points liés à la facturation, des «bonus exceptionnels» sont régulièrement distribués sans que l'on connaisse les règles du jeu. «*Peu de temps avant la fin de ma période d'engagement, j'ai reçu un SMS m'informant que l'on m'offrait des milliers de points, soi-disant parce que j'étais un bon client*», se souvient un abonné d'Orange. Qui a changé de portable et renouvelé son engagement...

Ensuite, contrairement à ce que l'on aurait pu croire, la réduction accordée n'est pas proportionnelle au nombre de points collectés. Il faut en fait atteindre un nombre minimal de points pour se voir proposer une sélection de mobiles à des tarifs «privilegiés», variables selon les stocks disponibles chez l'opérateur et des accords passés avec les fabricants de portables. De son côté, SFR aurait même développé un obscur système de «privileges» qui seraient accordés à certains sans que l'on sache, là encore, sur quels critères et à quoi ils donnent droit.

Mieux vaut rompre

Les abonnés employant leurs points font-ils au moins une bonne affaire? Rien n'est moins sûr. «*Nous avons constaté que, dans la majorité des cas, il était plus intéressant pour le client de changer d'opérateur que de renouveler son abonnement*», déclare Jean-Vital de Rufz, le patron du site Meilleurmobile.com, qui distribue téléphones et abonnements sur Internet. C'est le cas, notamment, pour acquérir les téléphones les plus prisés. Avec ses 5 000 points Bouygues, Lea



POINTS FIDÉLITÉ

Les règles du jeu

Si le principe de base est toujours le même, chaque opérateur a concocté un programme de fidélité bien à lui.

Orange
 Les abonnés à un forfait (bloqué ou non) obtiennent vingt points par mois plus un point par euro facturé (pas de durée de validité), selon les règles en vigueur pour le programme « Changer de mobile ». L'abonné peut acquérir

un nouveau mobile à tout moment, mais l'offre devient plus intéressante à partir de 2 400 points. Avec le programme « Davantage mobile », qui donne la possibilité de gagner des SMS et autres options, le client engrange dix points par euro facturé (vingt points au-delà de 24 mois d'ancienneté). Ces points ont une durée de validité de

deux ans en plus de l'année en cours.

SFR
 Dans le cadre du programme « Carré rouge », tous les clients SFR récoltent 10 points par euro facturé plus 2 500 points par an (validité : 3 ans). En fonction de sa situation, le client bénéficie d'une offre plus ou moins intéressante : offre « Bronze » dès 3 mois d'ancienneté, « Argent » à partir de 5 000 points ou « Or » dès 20 000 points. Les clients SFR peuvent également s'inscrire au « Pacte SFR » qui leur donne accès à divers services en fonction de leur ancienneté.

Bouygues Telecom
 Le système de fidélisation n'est pas identifié par un nom mais les abonnés à un forfait classique cumulent quatre points par euro facturé et empochent un bonus aux douzième et dix-huitième mois. Grâce à ces points, d'une validité de quatre ans, ils bénéficient d'une offre de renouvellement et de réductions sur des accessoires.

aurait dû payer 108 € le modèle tactile 5800Xpress Music de Nokia, alors que la plupart des opérateurs (y compris Bouygues Telecom) le vendent 1 € à leurs nouveaux clients. *Idem* pour une abonnée SFR qui, malgré ses 27 000 points, s'est vu proposer le HTC Touch Diamond 2 à 239 € quand elle aurait pu l'avoir à seulement 49 € en allant ailleurs!

Il est ainsi possible de faire de sérieuses économies en changeant d'opérateur. En plus, la procédure est désormais simple. Il n'y a qu'à s'abonner auprès de celui que l'on choisit de rejoindre. Dix jours plus tard, au maximum, le basculement se fait automatiquement. Mais vous préférez rester chez votre opérateur? Dans ce cas, n'hésitez pas à négocier. SFR, Bouygues et Orange ont concocté des offres spécifiques destinées à retenir ceux qui menacent de partir. « *Il m'a suffi d'appeler le service clients pour obtenir un rabais de 40 € supplémentaires sur le téléphone que je convoitais, se souvient un client SFR. Et ils m'ont offert une heure de communications de plus chaque mois, sans que je ne demande rien.* »

Ne me quitte pas!

Avant de renouveler son abonnement, mieux vaut faire jouer la concurrence. Mais encore faut-il en avoir l'opportunité. Avec les distributeurs multimarques (Darty, la Fnac, The Phone House, Meilleurmobile.com...), on compare d'un seul coup d'œil les principales offres du marché. Mais, faute d'accord signé avec les opérateurs, certaines de ces enseignes ne peuvent pas prendre en compte les points fidélité et, de

ce fait, appliquer les ristournes prévues dans les plans de fidélisation. En réalité, les opérateurs font tout pour que le consommateur renouvelle son abonnement auprès de leur service clients, sur leur site Internet ou dans leurs boutiques. « *Le renouvellement, c'est leur chasse gardée* », admet un distributeur sous couvert d'anonymat. Cadeaux, offres promotionnelles, prospection téléphonique, tous les moyens sont bons pour éviter que leurs abonnés ne les quittent.

Les opérateurs s'accrochent

Des distributeurs tentent bien de faire bouger les choses. Ainsi, The Phone House prend systématiquement à sa charge le doublement de la valeur des points accordés par les opérateurs. Le distributeur vient également de développer un site Internet (www.combienjaidepoints.com) grâce auquel on peut connaître le nombre de points dont on dispose et comparer les offres disponibles.

Mais les opérateurs n'ont pas dit leur dernier mot. Ainsi, Orange et SFR ont lancé de nouveaux programmes de fidélité (« Davantage Mobile » chez Orange, « Le Pacte » chez SFR) qui permettent à leurs clients de bénéficier de minutes de communications gratuites, de SMS, de jeux, etc. Ces deux réseaux ont aussi étendu leurs programmes de fidélité à leurs abonnés ADSL et Orange prépare une offre spécifique pour les adeptes du prépayé. Question fidélisation, les poids lourds de la téléphonie mobile ne sont pas prêts de lâcher du lest. ■

Cyril Brosset



Partagez vos problèmes et vos solutions dans notre forum du 8 au 29 septembre.