

MSP et Covid-19 : 4 règles pour assurer que leur valeur ajoutée soit récompensée

Les fournisseurs de services managés sont, depuis lors, inondés de demandes émanant de leurs clients. Il est vrai que la mise en œuvre du télétravail a demandé un effort considérable et quasi immédiat pour l'ensemble des entreprises. Les défis à relever consistaient alors à fournir un accès aux applications de l'entreprise depuis des appareils mobiles, à permettre l'accès depuis des dispositifs externes à l'entreprise, à gérer une bande passante irrégulière, à assurer la connectivité et l'interopérabilité ou encore à renforcer la sécurité du réseau en prenant en compte les différents points d'accès.

Dans l'ensemble, la transition vers le télétravail s'est très bien déroulée. Les entreprises de toutes tailles réalisent ainsi que cette formule peut fonctionner efficacement. Les employés, quant à eux, sont toujours aussi productifs et collaboratifs. Qui plus est, les employeurs découvrent même qu'ils peuvent faire des économies. Cela permet au télétravail de devenir un choix beaucoup plus accessible à l'avenir pour une grande partie des employés.

Le cabinet d'études Global Workplace Analytics estime que 25 à 30 % des salariés travailleront depuis leur domicile au moins deux jours par semaine au cours des deux prochaines années. Cela représente une augmentation considérable puisque seuls 3,6 % des employés travaillaient à mi-temps ou plus depuis leur domicile avant l'apparition de la crise liée au COVID-19.

Qu'est-ce que cela signifie pour les MSP ? Voici quatre règles qu'ils devront mettre en œuvre pour optimiser la rentabilité de leurs services et garantir leur succès dans les mois à venir.

Règle n° 1 : Adaptez vos accords de base et de niveau de service (SLA). Les MSP ont fait un travail remarquable en préparant leurs clients pour une transition vers le télétravail réussie. Il est pourtant peu probable que cela leur ait permis de générer des revenus supplémentaires. En effet, la plupart des accords conclus par les MSP ne stipulent pas de frais supplémentaires pour assister les télétravailleurs.

Pour les MSP, la grande question est alors de savoir comment monétiser ce nouvel usage. La première étape consiste à ajuster les accords pour inclure différentes options de tarification et différencier les télétravailleurs des employés présents au bureau. Fournir une assistance informatique à 20 personnes dans un bureau est une offre assez simple. Cependant, si ces mêmes 20 personnes travaillent à distance, c'est un tout autre scénario avec des exigences bien différentes en termes de temps et de service.

Par exemple, les entreprises comptant des télétravailleurs n'ont pratiquement aucun contrôle sur la connectivité de ces employés. Les MSP sont alors soudainement confrontés à des problématiques de bande passante et de connexion qu'ils n'avaient jamais rencontrées auparavant. Au lieu de répondre à une poignée de besoins d'assistance, les MSP reçoivent désormais des appels de dizaines de télétravailleurs, bien souvent simultanément. Cela représente un travail additionnel considérable, et il convient donc d'ajuster les accords financiers et les SLA afin de refléter précisément cet effort supplémentaire.

Règle n° 2 : Proposez les bons services aux clients pour leur permettre de s'adapter à cette nouvelle réalité. Dans ce contexte d'accélération de l'adoption du télétravail, les MSP doivent penser aux outils et solutions dont leurs clients ont besoin pour embrasser ce nouveau changement. Quelle est l'offre proposée par le MSP ? Fournit-elle les bons outils pour gérer les télétravailleurs, la collaboration, la sécurité et la sauvegarde des données nécessaires pour garantir leur prospérité ?

Les services de sauvegarde et de stockage des données constituent un bon exemple. Les télétravailleurs travaillent en effet dans des environnements non gérés et depuis de nouveaux réseaux, ce qui rend la sauvegarde des données plus essentielle que jamais. Le fait est que les cyberattaques, les pannes de courant et les temps d'arrêt ne manqueront pas de se multiplier dans un tel environnement de travail. Alors lorsque ces employés subiront des pannes et des pertes de données, à quelle vitesse pourront-ils rétablir leurs activités ? Les MSP peuvent ici efficacement se différencier en sauvegardant les données et en reconnectant rapidement les clients après un incident majeur, qu'il s'agisse d'une cyberattaque ou d'une panne de courant.

En déployant de nouvelles fonctionnalités de récupération des données, les MSP pourront également améliorer la monétisation de leur assistance au télétravail. Ils doivent considérer le nombre d'entreprises qui ont maintenant besoin d'aide, non seulement pour sauvegarder les serveurs du bureau, mais aussi pour sauvegarder les postes de travail individuels répartis sur de nombreux sites différents.

Règle n° 3 : Permettez à vos clients de faire des économies grâce à vos services. Les outils de collaboration tels que Microsoft 365, Slack et G Suite sont d'excellents exemples de services qui peuvent faire économiser de l'argent aux clients. Les utilisateurs n'utilisaient peut-être pas autant les outils de collaboration par le passé. Mais avec le contexte actuel du télétravail, ils sont plus nombreux que jamais à y recourir. Et, à leur grande surprise, les entreprises comme les employés découvrent à quel point ces outils sont utiles pour travailler de manière productive, rester en contact avec ses collègues et gagner du temps.

Les entreprises, quant à elles, réalisent également des économies considérables, alors que cette tendance s'accélère. Les MSP ont aujourd'hui une opportunité unique d'aider leurs clients à réduire leurs coûts d'exploitation et leurs dépenses en les accompagnant dans la mise en place d'une multitude de services nouvelle génération. Certains ont même signalé avoir réduit leur facture de téléphone portable de 2 000 à 100 euros par mois, simplement en utilisant davantage d'[outils de collaboration](#).

Règle n° 4 : Offrez des abonnements flexibles. Il n'y a pas deux façons de procéder : les MSP doivent proposer des abonnements aux services plus flexibles. La précarité économique actuelle ne permet à aucune entreprise de payer de telles sommes un an ou deux à l'avance. En effet, de nombreuses entreprises peinent même à évaluer leur pérennité et leur situation dans un an ou deux. Elles veulent donc avoir la possibilité d'activer et de désactiver les services de base en fonction de leurs besoins.

Cela rend les abonnements mensuels plus pertinents et plus en phase avec le contexte actuel. Pourtant, certains éditeurs de logiciels et de solutions de stockage, par exemple, continuent de conclure des contrats de deux ou trois ans avec leurs clients. Les MSP devraient plutôt se détourner

de ces fournisseurs et faire appel à ceux qui proposent les options tarifaires les plus souples. Cela facilitera la tâche des MSP et de leurs clients en leur offrant un cadre plus pertinent pour gérer les défis actuels.

Les MSP ont déjà prouvé qu'ils étaient des alliés précieux en temps de crise. Ceux qui continuent à être là pour leurs clients, tout en se concentrant sur leurs opportunités de monétisation, gagneront en force et en rentabilité.