

Georges Millet, Shoretel : « Rendre la communication unifiée complètement intuitive »

Disponible aux Etats-Unis depuis fin septembre, Shoretel Connect débarquera en version localisée en France d'ici à la fin de l'année. Il s'agit d'un développement majeur pour le fournisseur de solutions de téléphonie et de communications unifiées. Avec cette nouvelle offre, Shoretel entend se distinguer de la concurrence par la simplicité de sa solution.

« Le point clé est l'expérience utilisateur et la simplicité d'administration, commente Georges Millet, directeur des ventes en Europe. Nous avons travaillé à l'uniformisation de l'interface quel que soit l'OS, Windows, Mac, iOS, Android –c'était une grosse demande des clients–, et de manière à la rendre complètement intuitive. » Selon le responsable, le résultat se traduit par une interface suffisamment simple pour, par exemple, ne pas avoir à se saisir du manuel d'utilisation pour configurer le routage des appels depuis un poste fixe. De même, la solution assure aux utilisateurs une escalade d'un média à l'autre (de la messagerie instantanée à la voix ou la vidéo) sans couture et sans changer d'application.

4 millions de lignes de code

Autre point distinctif, la capacité pour les administrateurs à gérer les déploiements de la solution sur site (y compris de manière virtualisée sur VMware), dans le Cloud et en mode hybride, comme un seul système. Une configuration « qui offre le coût total d'exploitation le plus bas du marché », assure notre interlocuteur. Il ajoute que, développé dès l'origine autour des technologies IP, Connect est taillé pour s'interconnecter aisément avec le système d'information que ce soit du CRM (Salesforce, Zendesk, Dynamics...) ou de la messagerie (Outlook...). Autant d'innovations qui sont poussées par « un remodelage complet » de la plateforme qui s'est traduit par deux ans de travail pour 400 ingénieurs. Ces derniers ont, au total, écrit quelque 4 millions de lignes de code.

La simplification se retrouverait également au niveau du modèle commercial. Désormais, le catalogue est aligné selon un profil d'utilisateur (basic, standard et avancé) plutôt que par licence attachée à chaque produit. D'autre part, toujours dans la volonté d'afficher un TCO bas, Georges Millet précise que les mises à jour du produit sont incluses dans le contrat de maintenance. « L'entreprise n'a pas à provisionner pour les mises à jour », soutient-il.

Une croissance à deux chiffres

Les innovations se poursuivront au fil du temps, notamment sur la partie vidéo. Si aujourd'hui Connect permet une connexion de point-à-point, le multipoint est dans la roadmap. Shoretel Connect s'interface néanmoins avec les principaux systèmes vidéo du marché (Polycom, Cisco, Lifesize...). « Si le cœur de la demande en matière de communication unifiée porte bien sur la voix, la data et la vidéo, les usages fondamentaux se concentrent sur la voix avant tout, avec de la messagerie enrichie,

instantanée et des messages vocaux envoyés par e-mail », commente Georges Millet. Une façon de dire que la visio n'est pas la première priorité des clients ciblés par Shoretel.

Si la solution de l'entreprise américaine supporte jusqu'à 15 000 utilisateurs simultanés, Shoretel vise en priorité les PME plus que les grands groupes, notamment de par son modèle de distribution qui s'appuie sur une cinquantaine de partenaires intégrateurs en France. Un secteur en forte croissance en matière de demande en communication unifiée. Surtout en Europe où « 70% des demandes sont de nouvelles affaires. Nous visons les entreprises de 500 à 1000 postes dont beaucoup se tournent vers le modèle hébergé, soit sur site, soit sous forme de services managés depuis le datacenter du revendeur ». De quoi poursuivre une progression à deux chiffres, même si Georges Millet ne détaille pas ces chiffres plus avant. « Cette dynamique forte de prise de part de marché va renforcer notre capacité financière », commente le responsable qui rappelle que l'entreprise « n'a pas de dette et dispose d'une forte capacité d'autofinancement. »

A l'automne 2014, Shoretel s'était d'ailleurs payé le luxe de refuser, à deux reprises, une offre de rachat de Mitel, prêt à aligner jusqu'à 574 millions de dollars. Une valorisation qui, après le lancement de Shoretel Connect, pourrait monter en flèche.

Lire également

[Don Joos, Shoretel : « L'Ucaas hybride répond à la transition du marché »](#)

[ShoreTel transforme l'iPhone en téléphone de bureau](#)