

L'UFC dénonce le 'Coaching' par SMS d'Orange

Orange, opérateur leader de la téléphonie mobile propose depuis peu un nouveau service à destination des jeunes abonnés : le m-coaching. Ce service d'assistance que l'association de défense des consommateurs considère comme surtaxé permettrait de mieux préparer ses examens et de mieux vivre au quotidien.

En surfant sur le succès du « coaching », technique américaine pour améliorer ses performances, l'opérateur montre qu'il souhaite s'installer sur tous les marchés, même les plus contestables. Aujourd'hui, la filiale réalise un gros coup promotionnel en ciblant une clientèle réceptive, et accro à l'utilisation du SMS, les adolescents. Et Orange dispose pour cela de partenaires adaptés comme les éditions Hatier, et *Psychologie Magazine*. En 2004, 10 milliards de SMS ont été échangés, il existe donc un potentiel énorme pour ce nouveau service, surtout en cette période de préparation au baccalauréat. Du côté d'Orange, l'on réaffirme « *la volonté de renforcer les liens avec le consommateur et être toujours plus à l'écoute de ses clients.* » Il est vrai que dorénavant, avec ce service, le forfait d'Orange va concurrencer les psychanalystes... Alors comment cela fonctionne-t-il ? Pas de canapé ni de musique d'ambiance, il suffit de répondre, via Internet, à un questionnaire. Cela pour déterminer le profil de l'élève, le rythme et la nature de ses révisions. Ensuite, l'élève se voit délivrer un numéro d'identifiant qu'il renvoie par SMS (0,15 euro). Il peut alors recevoir les 20 SMS « personnalisés » (0,35 euro le SMS) qui ponctueront ses révisions. Le client garde la possibilité de mettre fin au programme, mais il lui en coûtera le prix d'un SMS (encore un!) Selon l'UFC, les inscriptions au programme de révision par SMS sont closes, pourtant Hatier, partenaire de la formule, refuse de communiquer les chiffres des inscrits. Pour l'instant, l'association n'annonce pas d'assignation, mais elle dénonce le coût total de ce service (7 euros). De plus, elle estime également que la qualité du m-coaching laisse à désirer, ainsi elle déclare dans son communiqué : « *Orange n'a besoin que de trois questions pour cerner un profil et apporter les conseils soi-disant adéquats* ». Il est vrai que c'est un peu court.