

Pourquoi Free Mobile ne créera surtout pas de forfait intermédiaire sur ses offres

De nombreuses questions suscitent régulièrement l'intérêt de l'évolution économique-commercio-marketing du dernier entrant dans la téléphonie française, notamment chez un acteur de marque, dont le site journalistique reprend directement son nom d'un des produits phares de la marque. C'est cette dernière organisation de presse, qui alimentant hebdomadairement les spéculations au travers d'articles d'un certain degré, qui n'est pas sans l'accompagnement de la presse informatique générale, avant de dériver sur la presse globale nationale.

Vous n'avez pas compris? Nous entendrons qu'ici, ce si joli site à l'apparence rose-enrougé détient une activité permanente basé sur une concentration obsessionnelle de l'opérateur détenu par un milliardaire français.

En d'autres termes, il s'agit donc de faire vivre un opérateur, qui dispose de phases de ventes quotidiennes en parallèle de l'activité de l'entreprise, activités qui occupent 99% de son temps d'exercice, laissant place à la présentation de nouveautés pour son dernier pourcentage.

Or, en vaut-il le coup?

En fait, cette question ne devrait pas être posée.

Il s'agit là de déterminer l'objectif : "faire parler de Free", et plus récemment ces derniers mois de l'opérateur mobile, filiale d'Iliad.

Pour réfléchir, nous devons nous contenter de ces remarques :

Pourquoi ce site journalistique (dont la carte de presse a bien été attribué, si je ne fais pas d'erreurs) se concentre essentiellement sur deux grosses offres commerciales, nommées fixe et mobile?

En oubliant la diversité du groupe Iliad?

En effet, en dehors de son activité d'opérateur DSL et mobile, Iliad reste un acteur présent sur :

l'hébergement : Online

le très bas débit (un grand coucou à ceux qui se reconnaîtront parmi les quelques centaines de milliers de connexions françaises 56k)

la téléphonie fixe (le troisième secteur qui est en concurrence direct avec l'opérateur Orange) : OneTel, complètement mis à la trappe par notre site à l'aspect rouge, et qui se révèle être un concurrent de taille vis à vis des offres "tel only" du secteur (tout le monde n'a pas besoin d'internet)

Freebox, leader du développement du produit phare de l'opérateur fixe

Freebox Infrastructure, sans rien avancer je pense qu'il s'agit du nom légal de Proxad (le réseau fixe Free)

Iliad Free Wimax, marque du groupe pour l'implantation et le développement de la technologie Wimax (ceci, qui suscite autant d'intérêt que la téléphonie mobile, devrait faire autant parler de lui que free mobile. Le mot wimax n'est jamais présent lors des articles de notre baron rouge sur notre opérateur qui casse les prix); Selon certaines sources de l'univers professionnel des télécoms, la technologie Wimax serait grandement employée pour soustraire à la fibre optique afin de raccorder des relais mobiles, sous-entendant que le groupe Iliad ne souhaite pas mettre en avant cette technologie, du moins pas pour le grand public (dommage, je resterai persuadé que certains citoyens de nos campagnes préféreraient la techno Wimax by Free, par rapport au satellite). Soit, respectons la discrétion du choix (regrettable).

Je crois que j'ai tout, y'en avait pas que deux.

Iliad disposait aussi (il s'agit peut être en fait de son fondateur à titre personnel) du site societe.com, référence pour obtenir des informations sur les compagnies françaises.

Voilà, le petit tour du groupe est fait. Il n'y a donc pas que deux acteurs qui évoluent, mais un sacré petit groupe.

Ensuite, venons en au fait :

C'est ici, que je vais perdre ma neutralité.

Vous en voulez la raison et souhaitez savoir pourquoi c'est une bonne nouvelle? Très bien, la réponse tient en quatre mots :

je suis pas journaliste.

Je suis un simple internaute, blogueur pour en rajouter une, libre de mes expressions, évitant le dénigrement mais avançant avec joie les analyses critiques.

Et je vais vous montrer pourquoi ce joli site couleur sauce tomate tient depuis quelques mois, une activité que je jugerai un peu suractive :

A chaque annonce du nouvel opérateur, entre dix et quinze articles sont publiés dans la journée.

On peut en compter cinq ou six pour informer les consommateurs et potentiels intéressés. Cela dit, les regrouper en un seul, bien classés, augmenterait follement la considération que j'ai pour ce site, et j'imagine que je serai pas le premier.

Ensuite, parmi les autres articles, certains ne sont utiles que pour rappeler le contexte.

Pour compléter, on ne pourra éviter les articles, ayant pour seul but (que je trouve très négatif) de faire de la spéculation :

sondages, questions posées au public...

A mon humble opinion, l'avis du public ne devrait tenir que sur deux choses : les retours du service client de tous opérateurs (en fait entreprises) confondues, dans tous les secteurs (ya pas que chez Free que ça sent rouge, chez GDF et Orange aussi)

le bouche à oreille et les avis sur la consommation, orchestrés minipalement par les forums mais surtout avec les retours économiques des ventes, résiliations, migrations et dédomagements des consommateurs.

En une phrase, seules les entreprises ont la possibilité d'avoir un Vrai (Vrai en majuscule, eux sont au coeur du terrain) retour client, car il s'agit de concret, de ventes réelles, de service réel, d'achat réel.

Les autres sources, pour ma personne, sont dénuées d'intérêt :

les retour d'analystes économiques, venant de X ou Y organisation économique-financière

les sondages mis en place par la presse en ligne (généraliste, nationaliste, ou sites spécialisés)

les appels aux idées et autres état de pensées dans les commentaires en ligne

les retours clients en ligne, pouvant absolument pas être vérifiés (trolls, mensonges et autres contes de fées..)

Ces dernières lignes résument parfaitement l'engouement remarqué par certains internautes et consommateurs : notre petit site rouge en fait trop. Beaucoup trop, tellement qu'on lui souhaite régulièrement d'avoir moins d'audience. En terme d'idées ou d'image, je n'hésiterai pas (il y a deux ans, je ne voulais pas oser, maintenant si) qualifier ce site d'alternative au Voici ou Public des télécommunications informatiques.

Un article, non pour donner une information mais pour avoir de la publication.

Il faut éditer, il faut publier, pour publier.

Demain une photo de fraise comme article de première vue, serait rentable car source de gains publicitaires et de clics.

Revenons-en aux faits, resynchronisons nous avec notre secteur :

Après avoir vu cette sur-spéculation néfaste à la fois pour le site (qui perd des visiteurs, j'en suis la preuve) et pour l'opérateur qu'il met régulièrement en avant, dont l'activité peut être qualifiée par un certain commentaire qui m'a fait autant rire que pleurer :

"Xavier Niel va aux chiottes, un article"

Notez, petit site couleurs tomates, que votre site en est bien plus proche que lors de la sortie de la "Révolution".

Passons maintenant, en quatrième page, au vif du sujet :

Après les multiples spéculations sur le fixe dont je ne ferai l'analyse, car l'ADSL étant le coeur de l'opérateur, les idées ont le temps de germer. Or, pour la partie mobile, c'est tout le contraire, qui doit avoir lieu.

La grande question, est la suivante :

- Pourquoi Free Mobile ne sort pas de forfait alternatif ?

Sous entendre, forfait à dix euros, comme le fait Virgin, avec un illimité : Internet, au travers d'un quota respectable (quelques Go), ou le téléphone, au travers de plusieurs heures (7, 8 ou illimité)

Les réponses peuvent provenir de questions sous distribuées, mais voyons :

1. Free Mobile fait deux forfaits pour brandir l'étiquette de la simplification : un forfait supplémentaire serait la voie ouverte à l'abandon de cette méthode, progressivement. Une entreprise doit évoluer, nous remercierons XN de réagir à ce sujet pour les quinze, vingt prochaines années.

2. L'ultime bafouille, Jean-Pierre : Free fait le tout illimité à 20€ (hors abonnements Free); les raisons sont de pousser à l'achat : le forfait 2€ est la démo, pour utiliser le logiciel en entier faudra payer (plus cher), un forfait intermédiaire diviserait par deux l'ebidta ensuite, ce forfait peut disposer d'une réduction : soit par une vente spéciale, pour disposer d'un an de promotion et finir en haut de prix, soit pour inciter à la vente d'un forfait ADSL afin d'avoir une marge réduite sur le mobile : tout est bon pour attirer le client.

3. Les prix doivent rester à certaine hauteur : Techniquement parlant, héberger un mobile sur un réseau coute rien. Le faire consommer n'est pas la même affaire : l'itinérance coute un bon million quotidien, l'investissement dans un réseau 3/4G n'a rien d'une affaire différente de l'oncle Picsou : Free perd beaucoup d'argent, en gagne beaucoup plus à coté. Changer les prix ferait chuter la courbe de recettes.

4. Une raison des plus banales, mais surtout la plus valable : Ajouter un forfait intermédiaire diviserait les prix par deux. Free cherche une rentabilité pour se développer. Il faut s'imaginer la situation actuelle : le gros consommateur paie, cher (pas si cher), un forfait dix fois plus cher que deux petites heures. Or, s'il veut plus, soit il fait du hors-forfait, soit il se dirige vers le gros forfait. Dans les deux cas, il sera vite amené à prendre la grande offre, quitte à patienter quelques mois d'hésitation : un forfait à vingt euros rapporte plus

qu'un à dix. De plus, il ne peuvent prendre qu'un forfait à vingt euros s'ils ne veulent plus du deux euros. Pourquoi changer?

Il s'agit du raisonnement identique pour Apple, qui fait grincer des dents au possesseur de smartphones Android : blamer Apple toujours, évincer les iPhones au bucher : ça coute très cher, trop cher, mais Apple comme Free à raison, il s'agit là du premier argument pour lequel il ne devrait surtout pas y avoir de forfait intermédiaire :

Pourquoi baisser le prix (du forfait/téléphone) alors que les gens achètent (quand même) ?

Apple se base sur cette guideline et réussit mieux que Ggle et ses chromebooks. Mais pour tous leurs produits.

Apple est une marque à l'image de luxe. Un autre opérateur aussi, Orange. Orange a des prix d'or à côté de Free : pourquoi baisser un prix, ou faire un forfait intermédiaire pour 10 à 15 millions d'abonnés, là où Orange en comptait environ 27 millions fin 2013 pour des forfaits bien plus onéreux? La tentation est au forfait à deux euros. Le client paiera par modération son bas prix, là où le gros client paiera par son argent la grosse consommation. C'est un fait économique, consommateur, mais qui se vérifie à chaque instant, quand on reçoit sa facture.

C'est donc ce dernier aspect, le prix disponible au grand public, au consommateur, qui va permettre d'apporter l'aide à l'équation :

Deux choses coutent des investissements massifs :

le déploiement d'un réseau cellulaire, la location de l'itinérance envers l'opérateur historique.

Ces deux seules raisons font suffisamment l'effet d'un ouragan pour bien cerner le problème : si on change les prix, qu'on les rabaisse, ces deux pompes à dollars risquent de moins aspirer, et le développement de l'opérateur se fera plus lent, dans l'intérêt des abonnés au détriment de l'entreprise Iliad.

Pour continuer l'ensemble, notons objectivement que la mise en valeur de services, point phare de Free depuis le lancement de la première version de son produit phare, donne un motif légitime (pseudo "excuse" valable) pour ne pas donner de signe de baisse des prix :

Avec ce prix là, j'ai ceci, cela, tel chose en plus et cette fonctionnalité ajoutée. L'ADN de l'opérateur, après une baisse des prix lors de son entrée sur les deux secteurs (fixe et mobile) montrer qu'embellir de services ses offres semble un bon moyen de garder les prix stables, à une certaine hauteur : le prix ne baissera pas car l'offre est alimentée de services.

La box révolution se distingue par son prix plus élevé, nuancé d'un régiment de services et nouveautés : il compte plus d'abonnés que sa rivale, V5 ou plus récemment Crystal avant d'être remplacée par Android : l'ère des prix

cassés existe toujours chez l'opérateur fixe, mais n'est plus du tout à la mode.

Un peu comme la vieille pub télé :
"Et pour ce prix là, j'ai quoi en plus?"

Constatons donc que là où Orange vend de la qualité de service chère, Free vend un peu moins cher, mais de la quantité de service (la qualité semble pas au rendez vous sur le mobile, le fixe ayant été égayé par un accord avec Ggle).

Nous pouvons donc voir plusieurs éléments relatifs à l'ADN de free :

- une première casse des prix féroce
- une grande quantité de services qui s'étend avec le temps
- une stabilité des prix, mise en avant par des promotions occasionnelles
- un réseau fixe et mobiles fait par des geeks, pour des geeks
- des innovations pour rafraichir la popularité de l'opérateur et faire glisser une petite montée de prix (cf box V5 vs Révolution), dont le faible écart suscite l'intérêt vers la migration vers l'offre complète
- une simplification des offres sur les deux segments fixes et mobiles, d'abord pour attirer le client, fidéliser l'abonné, et dont les avantages doivent se ressentir en interne par rapport à la gestion des dossiers consommateurs chez leur concurrent
- et la cerise sur le gâteau : baisser les prix pour imposer sa facturation par défaut, ou plutôt standardiser, normaliser la valeur d'un service :
"j'envoie un sms à quelqu'un de l'autre côté de la frontière, à cent mètres, ça me coûte quarante centimes, pour un bout de texte!"
Autant prendre un mégaphone à ce prix là, ça sera plus rentable et radicalement plus efficace : la baisse des prix, correcte et raisonnée, mène inévitablement vers une normalisation de la valeur d'un service. Ici, orchestrée par le groupe Iliad, au travers de ses filiales. Mais un autre acteur ne fait il pas aussi la belle devant EDF/GDF, que je ne citerai pas car j'ai oublié le nom? (la pub : -on fait des économies, on est passés à NBVC - ah bon.. tu viens d'y passer [grand sourire] nous aussi, c'était ya deux ans)

Free s'efforce à être dans l'intérêt du consommateur.

Mais n'oublions pas, il s'agit d'une entreprise, dont le principal atout est de faire de l'argent.

Son fondateur, milliardaire, ne se cache pas son côté altruiste : il lègue régulièrement des actions à des associations qu'il a créées, afin de démocratiser l'internet aux plus pauvres.

Une autre façon de voir le monde capitaliste (pour tous) ou pour avoir la conscience tranquille, un chiffre à dix zéros se faisant aurant remarquer que Picsou dans la rue?

Après ces jolies histoires fantastiques et contes de fées, revenons au sujet principal, dont le but principal de cet essai (qui ne réussira probablement pas à atteindre son objectif : les obstinés reste obstinés) étant de stopper la spéculation de notre site ketchup et de ses commentateurs autant intégristes que les supporters du PSG-OM :

on veut le beurre, l'argent du beurre, le fils de la crémière et lui en faire un second.

Sauf que l'idée de la baisse des prix, à l'infiniment petit détriment de Free, lui a ramené un segment, différencié des trolleurs, que l'on pourrait qualifier de fantasmeurs : les rêveurs.

Vous rêvez d'une offre à deux euros, incluant Femtocell à brancher chez soi, deux-cent Mo de data, une couverture nationale et une prise en charge du hors-forfait en fonction de la fidélité abonné? Avec offre gratuite de téléphone 3G pour ceux qui ont cassé leur smartphone parce que la 3G "coute moins cher à free"?

Ca doit paraître fantasmagorique : rappelons le terme, il s'agit là de rêver de quelque chose (pas forcément dans l'indescendance intime des gens, les gars..) tellement trop beau pour être vrai qu'irréalisable.

Gagner au loto, aller sur la Lune, devenir président est fantasmagorique.

S'abonner au forfait imaginaire quelques lignes au dessus, l'est aussi.

Or, depuis plusieurs mois, et notamment lorsque notre site aux couleurs rouge-à-lèvres s'emporte, on peut distinguer très vite l'effet suivant :

Notre journaliste est surproductif en sondages sensationnalistes. Ce n'est pas du journalisme (on rapporte un fait) mais du sensationnalisme (on suscite un pseudo-intérêt pour quelque chose qui n'existera peut être pas).

Et les commentateurs s'y donnent à tour de bras.

Tellement effrayant que je ne les citerai pas, mais pour résumer, sortons la fin des quotas pour tous les forfaits illimités, itinérance Orange ou non.

Soyons sérieux, si on veut cette suggestion, dans dix ans Free aura mis la clé sous la porte, et orange aura remboursé sa dette.

D'autres sont parvenues, mais il faut constater quelque chose au dessus de tout ça :

casser les prix, c'est bien. Les stabiliser, c'est mieux.

Maintenant que les consommateurs ont le droit de goûter au petit lait, ils veulent remplacer la crémière !

..Ceci n'aura qu'une fin : la gratuité de la téléphonie, pour tous.

Un seul opérateur a tenté l'aventure, et au bout d'une année de chemin, a dû imposer un euro mensuel tellement ça partait en vrille.

Demander plus à son opérateur, est-ce vraiment raisonnable, plus raisonnable, que de demander plus à sa banque?

C'est une question qui mérite de réfléchir.

Mais là où mes critiques se concentrent, restent les commentaires propulsés et initiés par notre site tout-rouge :

Qu'y aura-t-il de nouveau demain? qu'est ce qui va changer?

comme dit précisément, il ne s'agit plus de faire du journalisme en rapportant des faits avérés, mais de faire du sensationnalisme en soulevant des questions. Il s'agit de l'effet totalement inverse et très pervers de la presse.

Sur ce, la seule suggestion, l'elixir, le médicament, l'antidote de toute cette agitation, reste :

cantonnez-vous à l'information traitée par un site qui ne soulève pas de questions. Cette étape est cruciale pour éviter de rêver, de fantasmer de choses qui n'arriveront pas.

Le prix à en payer pour le fantasmeur free mobile (qui n'a rien à voir avec l'entreprise de l'opérateur) reste la déception.

Ces commentateurs que je vise spécifiquement vont très vite commencer à se faire à l'idée que de demander un service à un opérateur qui n'en a pas l'obligation risque de leur coûter une jolie part de leur morale positive.

Et il n'en est pas rien :

Espérer quelque chose qui n'arrivera pas, il n'y a rien de plus pénible. C'est exactement l'activité exercée par notre site au bandeau UF, qui s'amuse chaque semaine à arroser sa plante, en essayant de tirer ses feuilles plus vite que la musique.

Notons tout de même que les commentateurs jouent du piano avec eux.

Mais les grands gagnants, les grands sages, restent les mêmes :

Pas les fantasmeurs, qui seront déçus

Pas l'opérateur, qui sera victime de la déception dont il n'est même pas à l'origine

Notre site rouge, qui aura fait du trafic et de la spéculation (qui devient tout de même détesté, mais reste fréquenté)

... et surtout les personnes lambda qui ne suivront pas ce sensationnalisme de près :

Attendre patiemment une nouveauté, être déçu qu'elle ne soit pas proposée. Laisser faire, et être surpris d'une nouveauté qu'on attendait pas, telle est la vraie surprise.

Je pense que c'est sur ces dernières lignes que je dois vous laisser.

Ensuite, essayez de passer à autre chose, s'il vous plait, ne vous brider pas sur une charette qui risque de pas passer la porte du chateau!

thanks for reading
(Rédigé en environ trois heures)