

[Accueil](#) > [News](#) > [Télécommunications](#)

Télécoms B2B : Linkt veut jouer la carte de la proximité

Business : L'opérateur, une marque d'Altitude Télécoms, vise les PME et a pour objectif de devenir le numéro trois du secteur des télécoms d'entreprise.



Par Olivier Chicheportiche | Lundi 07 Mai 2018

Suivre @zdnetfr

Assez verrouillé autour de Orange Business Services et SFR, le marché B2B des télécoms connaît depuis peu un petit souffle d'air frais. D'un côté, la volonté de transformation numérique accélère les investissements, notamment des PME. Dans le même temps, la concurrence tente de se développer, notamment grâce à une régulation un peu plus contraignante imposée à Orange.

Mais à l'heure de l'obsessionnelle question de la transformation numérique des petites entreprises, de l'essor de la fibre optique, de la fin prochaine de la téléphonie analogique (RTC), les PME ne savent pas où donner de la tête. Surtout, elles sont confrontées, depuis des années, à une offre complexe, peu lisible, et souvent mal dimensionnée de la part des opérateurs.

Dans la fibre optique par exemple, l'objectif est de permettre aux PME de ne plus se retrouver perdues face aux offres des grands opérateurs souvent surdimensionnées et qui sont tentées par des propositions plus grand public pour le coup mal adaptées.

Différents nouveaux acteurs tentent de se positionner dans cet espace comme Kosc ou encore Linkt, une marque d'Altitude. Ce nouvel opérateur a été lancé en janvier 2017 et a bénéficié de 150 millions d'euros d'investissements pour son développement. Il affiche de hautes ambitions : "devenir le 3ème opérateur pour les entreprises et les collectivités à l'horizon 2021". A l'heure actuelle, il compte environ 500 entreprises clientes.

Cloudification

Tâche ardue tant le marché est complexe mais pour **Bertrand Lebarbier, son président interrogé par ZDNet.fr**, les PME sont tellement mal adressées qu'il y a un coup à jouer. "Il n'y a jamais la bonne solution par rapport aux attentes. Nous avons le savoir-faire et les équipements et surtout une vraie capacité d'écoute et d'accompagnement, c'est une vraie demande des entreprises".

En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies pour vous proposer des services **Fermer** et offres adaptés à vos centres d'intérêts.
[Pour en savoir plus et paramétrer les cookies...](#)

ou en termes de catalogue. Notre force est d'être présent partout, au plus près des clients, d'avoir un savoir-faire technique et les moyens de nos ambitions".

Linkt met ainsi en avant sa relation client : un seul interlocuteur, des équipes décentralisées, la responsabilisation des chefs de projets, la promesse d'une continuité de bout en bout, des équipes techniques en propre et une coordination assurée en interne. Et l'opérateur d'annoncer 250 recrutements cette année.

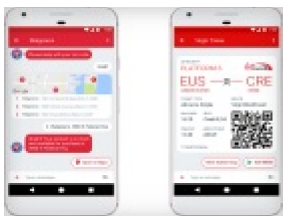
Du côté de l'offre, "on démarre par les besoins basiques et on y ajoute des services à valeur ajoutée. Notre offre phare est le VPN/MPLS et la démocratisation de la fibre optique", précise le dirigeant. Rappelons qu'Altitude revendique 10% des prises FTTH en France mais le FTTH ne constitue pas la réponse la plus adaptée aux problématiques pros. "En FTTO, nous sommes très interconnectés aux fournisseurs du dernier kilomètre dans les RIP, les agglomérations ou les zones reculées, nous pouvons proposer des offres compétitives", ajoute Bertrand Lebarbier.

La bataille de la fibre professionnelle sera néanmoins âpre. Le gouvernement tente de mettre en avant un troisième acteur national (Kosc) avec des offres plus adaptées aux petites entreprises tandis que l'empreinte d'Orange reste très profonde. Mais des acteurs comme Linkt peuvent compter sur l'essor de la cloudification des télécoms d'entreprise. Cette tendance devrait être renforcée en France par la fin programmée du RTC, les lignes analogiques, qui va obliger les entreprises encore équipées de ces lignes à passer au tout IP.

"C'est une tendance lourde qu'on observe tous les jours. Les usages, souvent issus du grand public, entrent dans les mœurs. Les entreprises ont compris que l'usage prime sur la technologie, que le besoin de souplesse est essentiel, que l'utilisateur est la cible numéro un. Les barrières psychologiques se lèvent et les télécoms sont perçus comme un moyen et pas une finalité. Même si la fin du RTC n'est pas encore une priorité, l'explosion des usages cloud dans le grand public rejaillit mécaniquement dans les entreprises", conclut le responsable.

- **A lire, notre dossier**

Fin du RTC : comment l'IP va tout changer



A lire aussi :

Chat : Google veut remplacer les SMS par le RCS : une chance pour les entreprises et les opérateurs ?

Les nouveaux usages des messageries instantanées échappent totalement aux opérateurs. Le RCS pourra également intéresser...

Sujet: [Télécommunications](#) [Entreprise](#) [Fibre optique](#)

Suivre via:

Articles relatifs



[Galaxy S9 : les 3 arguments de Samsung pour convaincre les entreprises](#)

13/03/2018



[Mitel : "la cloudification de la téléphonie d'entreprise devient la norme"](#)

22/01/2018