

## Contexte

RCBT, filiale en charge des points de vente Bouygues Telecom possède 250 agences réparties sur le territoire français. Dans le cadre de sa politique de croissance, RCBT souhaite ajouter 200 agences déjà existantes afin d'élargir son parc.

## Enjeux du projet

L'objectif est d'assurer le déploiement des ces 200 agences associées avec une contrainte très forte en terme de planification, strictement limitée à sept mois.

Lors du déploiement, le service rendu aux agences dites propriétaires doivent rester inchangés.

## Solution mise en œuvre

Afin d'assurer une homogénéité au niveau de l'architecture globale, les nouvelles agences sont dotées du même type de matériel que les agences propriétaires, seule la configuration, plus légères en terme de postes, différenciant les deux types de structures. Pour assurer une continuité, les procédures techniques existantes sont modifiées puis complétées en fonction de la cible du projet. Elles sont ensuite validées par le client et les prestataires concernés.

Un processus global, qui fixe les actions et jalons de chaque intervenant, prestataires et fournisseurs, est élaboré. Ce processus est ensuite validé par le client, exprimant clairement les délais impartis à chacun et favorisant une bonne circulation des informations. Après une phase de monte en puissance, le projet atteint le rythme de 10 agences déployées par semaine, malgré des contraintes extérieures fortes.

L'une des difficultés de la transversalité du projet est que l'informatique intervient en fin de cycle. Il est donc particulièrement important de maîtriser :

- la planification les commandes de ligne analogique France Telecom et la gestion des rendez-vous avec les agences,
- la gestion, en collaboration avec les équipes travaux, des plannings de déploiement et trouver les solutions en cas de débordements,
- la planification des commandes de lignes ADSL auprès du fournisseur attirés et le traitement des anomalies liées à ces connexions (innégibilité, retard, etc.),
- la planification et le pilotage des interventions sur site du prestataire choisi, le support aux techniciens sur site.

## Gains et bénéfices client

Le respect des délais et des budgets engagés.

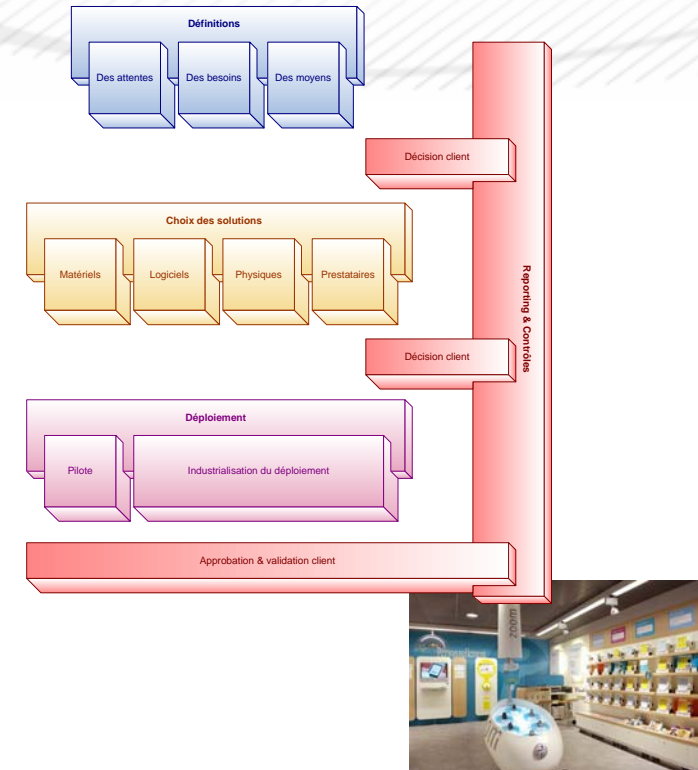
Un déploiement maîtrisé qui permet de continuer sur un rythme de 80 à 90 magasins par an pour les années à venir.

Ce que EDIS a fourni

- des normes de travail,
- des procédures techniques favorisant le transfert de compétences.

Les apports de l'expertise EDIS :

- un support technique avancé et une disponibilité pour les différents problèmes rencontrés lors du projet,
- des méthodes afin de mieux répondre aux problématiques rencontrés,
- une rigueur permettant le respect des objectifs fixés.



## Mots-clés et dimensionnement

**Métriques** : Définition d'un processus global de déploiement, plus de 500 serveurs et 1800 postes clients intégrés, un respect total de l'engagement de résultat, plus de 70 Mo de documentations produite