
Analysis of an online Customer Journey through an international niche market - Case study of the company Calltic

Auteur : Depireux, François

Promoteur(s) : Rondeux, Benoît

Faculté : HEC-Ecole de gestion de l'Université de Liège

Diplôme : Master en sciences de gestion (Horaire décalé)

Année académique : 2022-2023

URI/URL : www.calltic.com; <http://hdl.handle.net/2268.2/19362>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

Liste des annexes

Annexes.....	2
I. Customer Journey table.....	2
II. Calltic's organizational chart.....	4
III. Marketing persona example – Ben Diallo	5
IV. Interviews: questions	6
General questions.....	6
Pre-purchase.....	6
Purchase.....	6
Post-purchase	6
V. Interviews: transcriptions	7
1. Interview Stéphane Tella – Orange Group.....	7
2. Interview Nelson N’Goran – Orange Ivory Coast.....	19
3. Interview Alhassane Diallo – MTN Guinea.....	23
4. Interview Tarik Benabdillah – Inwi Morocco	33
5. Interview Lyla Lassal - Ooredoo Algeria.....	48

Annexes

I. Customer Journey table

	Interest/Research				
	Awareness				
Touchpoints	Word Of Mouth	Sales contact	Website	Linkedin	Word Of Mouth
Customer process	<ul style="list-style-type: none"> •Contact with Internal colleagues • Contact with external counterparts •Hear about Calltic's solution and their excellent results 	<ul style="list-style-type: none"> •Customer is contacted by Calltic sales staff directly •Email, phone or LinkedIn •Meeting request •Note that this part could be optional depending on the customer process 	<ul style="list-style-type: none"> •Visit of Calltic's website; however: available info is restricted •Difficult to believe the innovative solution without examples and concrete proof •"Too good to be true" look • Calling option doesn't work on Home page from the laptop •Story telling is missing •Different language versions •Note that this part could be optional depending on the customer process 	<ul style="list-style-type: none"> •Visit of LinkedIn •Read publications •Get more information about the company •See people in common •Note that this part could be optional depending on the customer process 	<ul style="list-style-type: none"> •Still not convinced but very curious, •Customer will reach Internal and External contacts •Hear more about Calltic's experience. •Note that this part could be optional depending on the customer process
Expectations	<ul style="list-style-type: none"> •Clear opinion •Recommendation •Advantages and disadvantages •Idea of the price •How can the issue of bypass be solved? 	<ul style="list-style-type: none"> •First introduction •Explanation of the solution •Sales pitch 	<ul style="list-style-type: none"> •The story of Calltic •Location of Calltic: Flanders as a technology center of the world •Reputation •Staff •How the solution works •Bypass radical solution feeling •Current customers •Current countries where Calltic is present • Speed of detection • Info on false positives rate •Privacy safety • Customization of the solution •Free PoC possible (Calltic is planing to stop this) • Native language version of the website •Some case studies showing some results •Testimonials from renown operators 	<ul style="list-style-type: none"> •Information missing (or not clear) on the website •Professional Branding •Engaging profile •Employee's online presence and behavior •Sharing relevant information •Company size •Company location •Calltic's story •Number of followers •People in common 	<ul style="list-style-type: none"> •Opinion of current customers who are familiar with the solution •Confirmation of the privacy safety
Customer feeling	Good	Curious	Curious	Good	Curious
Tools	CMS	CRM	CMS	Linkedin	CMS
Staff	Marketing	Sales	Marketing	Marketing	Marketing

Legend:

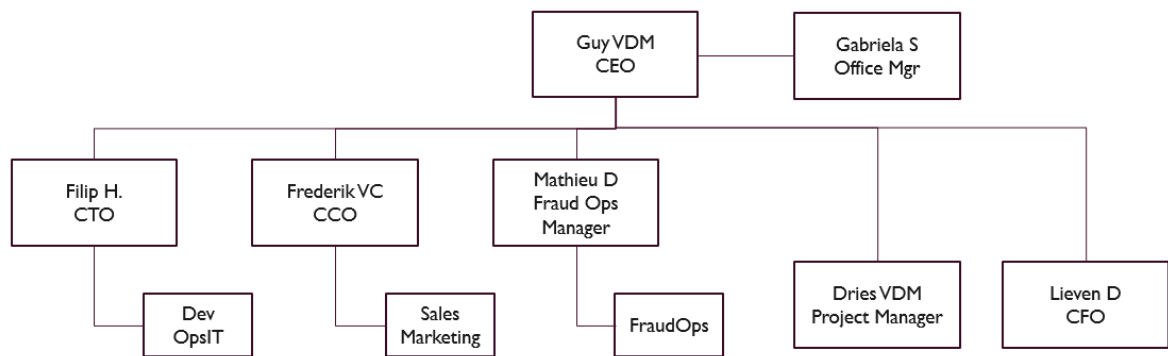
Crucial part

Pre-purchase					
Consideration		Implementation			
Contact Request	Presentation	Visits & Offer	Installation	Live PoC	Visit & negotiation
<ul style="list-style-type: none"> •Customer convinced •Direct call to a sales staff number •Online meeting request 	<ul style="list-style-type: none"> •Sales doing a presentation •Solution •Info on price bracket •Customer cases •Excellent results •Testimonials. •Sales will ask questions to understand the fraud impact •Sales will ask the budget available 	<ul style="list-style-type: none"> •Visit of sales •Visit in person in the country •Start the negotiations about the PoC contract •Information that PoC contract signed is mandatory to ship equipment •NB: financial negotiation can start here as well depending on the customer process 	<ul style="list-style-type: none"> •Convinced to go further •Visit of Calltic's technical staff •Start of installation •Start of implementation •Contact with Calltic Fraud Analysts and IT staff for alignment • Average duration from 3 months to 9 months •Few contact with sales: challenge for Calltic 	<ul style="list-style-type: none"> •Start of the Proof of Concept Duration: one month •Goal: evaluate the solution and its effectiveness •Permanent contact with Sales and Operations staff •Note that this part could be optional depending on the customer process •Calltic actually is considering to stop offering (free) PoC to prospects 	<ul style="list-style-type: none"> •Convinced about the results •Collaboration confirmed •Price negotiation •Sales will pro-actively organise a visit in person
<ul style="list-style-type: none"> •Fast answer from sales staff •Introduction on the phone •Get a meeting •Fix a date 	<ul style="list-style-type: none"> •Clarifications •Details on how the solution works •Feasibility check •Have a clear idea on who is behind the company •First feeling on trustiness of Calltic 	<ul style="list-style-type: none"> •Price quote •Human interaction •Build trust •Presentation of the solution in person •Clarify technical questions 	<ul style="list-style-type: none"> •Speed of installation • Safe •Good deployment •Good Project Management 	<ul style="list-style-type: none"> •Excellent results •Reduce fraud to the lowest level possible in 1 month •Detailed reports •Follow-ups by Sales & Operations Team •Speed of detection •discuss potential increase of revenues (no guarantees) 	<ul style="list-style-type: none"> •Legal negotiation •Financial negotiation •Price discount •Flexibility •Incentives
Good	Good	Good	Challenge	Excellent	Very good
CRM	CRM	CRM	CRM/ERP	CRM/ERP	CRM/ERP
Back-office	Sales	Sales	Technical, IT & Operations	Sales & Back-office	Sales

Purchase		Post-Purchase	Renewal	
Contract	Go Live	Follow-ups	Contact	Keep in touch
Email & Teams	Teams Meeting & Email	Meetings + Sales Visit	Emails/Calls	Visit
<ul style="list-style-type: none"> •Contract discussion takes time •Several exchanges of emails and video calls to find an agreement •Sales team may travel again to facilitate communication 	<ul style="list-style-type: none"> •Reached an agreement •Purchase Order received •Officially going live •Start invoicing •NB: As a commercial gesture and to show flexibility, Calltic keeps the solution running until agreement is reached as to avoid fraud levels rising. 	<ul style="list-style-type: none"> •Weekly meetings with Calltic's Operations Team •Make sure fraud is controlled by customer •Listen to suggestions, special requests or doubts •Sales staff visit after 6 months for feedback •Introduction of renewal process •Sales may solve payment issues if relevant (customer responsibility) 	<ul style="list-style-type: none"> •Calltic sales staff contacts the customer 3 months before contract due date •Reminder for renewal •Share feedback •Share improvements •Price negotiation may occur again 	<ul style="list-style-type: none"> •Annual visit is organized by sales •Follow-up on customer satisfaction •Propose new features/tools •Confirm extension of the contract •NB: As a commercial gesture and to show flexibility, Calltic keeps the solution running until agreement is reached (to avoid fraud coming back; restriction: customer needs to, at least, verbally confirm extension)
<ul style="list-style-type: none"> •Agreement to all clauses •Signature from Management and C-level (CEO, CFO, etc) 	<ul style="list-style-type: none"> •Results to remain as good as the PoC + continuous improvement •Constant availability of Operations Team •Weekly and monthly reports •Weekly meetings •Personalized features 	<ul style="list-style-type: none"> •Detailed report presentation •New features available •Make sure that the fraud level remains low •Meeting about the current results •New requests of personalized features 	<ul style="list-style-type: none"> •Sales: transparent and constructive communication •Customers share their opinion about the solution •Customer expresses will to extend collaboration with Calltic 	<ul style="list-style-type: none"> •Detailed report presentation •Meeting of current results •New negotiation •Deal with discount request •Relational gifts (if allowed)
Challenge	Very good	Excellent	Excellent	Very good
CRM/ERP	CRM/ERP	CRM/ERP	CRM/ERP	CRM/ERP
Sales, Legal & CEO	Sales	Operations & Sales	Sales	Sales


II. Calltic's organizational chart

ORGASINATION CHART



III. Marketing persona example – Ben Diallo

Persona-Based Customer Journey Map

BEN DIALLO	DECISION MAKING BEHAVIOR	GENERAL INFO
 <p>Goals</p> <ul style="list-style-type: none">• Excellent results in the bypass fraud fight and protect the company's revenues• Stay up-to-date with the latest trends/technologies• Find the best solution against bypass fraud <p>Obstacles</p> <ul style="list-style-type: none">• Evolved fraudsters• Continued revenue losses• Slow speed of detection• Limited budget• Approval request mandatory• Group level pressure• No effective solution found	<ul style="list-style-type: none">• Ben engages in discussions with counterparts in Nigeria, within the Group the company belongs to and also with his personal contacts from the telco sector• He attends industry conferences such as GSMA events all around the world and especially in Africa• He considers testimonials and success stories before making purchasing decisions• He does research on the internet (GSMA website, Google Search, industry forums, LinkedIn, etc.)• Ben seeks solutions that provide excellent results in reducing revenue losses and preventing fraud• He usually compares two, three or more vendors via a Request For Proposals (RFP)• Since he is very busy with many other frauds, Ben gives the hand to his Fraud team and the responsibility to the Senior Fraud Analyst who will lead the projects <p>PREFERRED COMMUNICATION</p> <ul style="list-style-type: none">• Ben likes human interactions and prefers direct communication channels such as person-to-person meetings, emails or phone calls (even though he is not easily reachable)• He likes the social media LinkedIn because it is full of useful information and it is easy to manage his network. He also can connect via his phone whenever he has a break• He attends industry conferences and seminars focused on telecom fraud prevention in Africa. It is always a way to meet other counterparts <p>"If you tell me that your solution can detect bypass fraud faster than what is in the market nowadays, you will solve more than fifteen years of struggle"</p>	<ul style="list-style-type: none">• Gender: Male• Age: 47 year-old• Location: Lagos, Nigeria• Position: Fraud and Revenue Assurance Director• Language: English and French• Industry: Telecommunications• Size: Large• Group level: yes• Experience: 15 years in the company & 25 years in the industry• Team: 15 people (fraud and technical analysts) <p>EXPECTATIONS</p> <ul style="list-style-type: none">• <input type="radio"/> Excellent results• <input type="radio"/> Fast & accurate solution• <input type="radio"/> Outstanding Customer Service• <input type="radio"/> Pro-active provider

IV. Interviews: questions

General questions

- How do you stay updated on the latest trends in fraud prevention within the telecommunications industry?
- What are your biggest online challenges and pain points when you are looking for a new solution against bypass frauds?
- How did you hear about Calltic?
- What do you remember the most when you first visited Calltic's website? In terms of message, communication, info, etc.

Pre-purchase

- How do you prefer sales approaches you? And how do you prefer to interact?
- When considering a solution provider, how likely are you to contact the company directly?
- When you research vendors against bypass frauds, what kind of information do you look for online?
- How do you do research online? What sources or platforms do you use?
- If you had to do a Google Search for a bypass fraud solution, what keywords would you use?
- What type of highlighted specific features do you expect to see on Calltic's website or online presence?
- How important are customer case-studies or testimonials in your decision-making process? Do you always request feedback from existing customers before considering a provider?
- On which platforms would you expect Calltic to be present? Ex: Twitter, Instagram, etc.
- Do you have any suggestions or recommendations for how Calltic could enhance its online presence to better serve your needs as a potential customer?
- In terms of online visibility and accessibility, what would make Calltic easier for you to find on the internet compared to their competitors?
- How important are customer case-studies or testimonials in your decision-making process? Do you always request feedback from existing customers before considering a provider?

Purchase

- What kind of information or assistance do you expect from their sales or support team?
- Describe a recent purchase of a provider. Why did you consider a purchase, what was the evaluation process, and how did you decide to purchase that product or service?

Post-purchase

- How important is it for you to have a seamless and intuitive online customer journey when interacting with a solution provider like Calltic?

V. Interviews: transcriptions

1. Interview Stéphane Tella – Orange Group

Date : Monday 3rd of July 2023

Durée : 1 hour and 9 minutes

Interview via Teams Meeting: Stéphane is based in Paris, France. Not the distance but agendas did not match so not possible to meet in person for the agreed date.

Language of the interview: French

Position: International Fraud & Revenue Assurance Manager

Status: direct contact of Orange Group (a mix of customers and prospects within the entities)

In bold : François Depireux

Standard: Stéphane Tella

- Et le bouton ça, enregistre. Top. Ok, parfait. Bon premièrement une question plus générale. Si vous pouviez rapidement décrire votre expérience ces professions chez Orange, au niveau du Groupe...

[Coupure]

- Vous êtes là, Stéphane ?

- Alors, il y a eu un petit problème. Euh oui, je pense que c'est chez moi. Je vois que mon VPN se reconnecte, il y a eu une mise à jour ce matin du VPN.

- Ah, d'accord

- Donc oui, c'est le VPN. Je recommence donc Stéphane Tella. Donc, je travaille actuellement chez Orange, au sein de GFRA, Groupe Fraudes des Revenus Assurance, qui est l'entité qui s'occupe de la détection de la fraude et de la protection du revenu. Un support pour toutes les autres entités du groupe Orange. Par entité : ses filiales mobiles ou toute autre filiale. Ça peut être Orange Bank, ça peut être les, la filiale B2B Orange Business ou Orange International Carriers, quoi. Je reviens aussi sur mon, sur mon background?

- Euh non, c'est juste pour mettre le contexte dans l'entretien.

- Ok, donc au sein de GFRA, donc, on s'occupe de suivre certains pays, certaines identités. Mais en parallèle de ça, on a aussi une sorte de technique d'expertise - entre guillemets - sur certains sujets, et donc ce sera plus sur la partie Wholesale/Roaming et donc bien sûr prévention des fraudes wholesale. Je vous ai encore perdu...

- Non, là, c'est bon, je suis là.

- Voilà.

- D'accord. Merci beaucoup.

- Dans ce cadre-là, effectivement, de rechercher tout outil utile à la lutte contre les SIM box. Entre autres avec les SIM Box, discuter avec les fournisseurs et essayer de donner les meilleurs conseils à nos filiales, qui au final, reste les maîtres de l'outil, qui décident d'acheter ou pas.

- D'accord et, justement pour parler de bypass et de la prévention de fraude dans le secteur de la télécom. Comment est-ce que vous tenez au courant des dernières tendances? Au niveau des moyens.

- Alors il y a les échanges avec nos filiales, puisqu'elles-mêmes sont approchées par des fournisseurs, elles-mêmes vont faire des PoCs avec des fournisseurs. Elles-mêmes vont avoir leur propre avis sur ce qui a fonctionné/ne pas fonctionné. Il y a les participations à différents forums, entre autres, la GSMA.

bien entendu. Au sein de la GSMA, la FASG, Fraud And Security Group, dans lequel différents vendeurs viennent régulièrement présenter. Il y a tous les échanges, la veille qu'on peut faire suite aux revues de presse. Même si c'est pas vraiment là qu'on trouve les outils de détection de SIMbox. Et puis après, il y a effectivement toute la partie où on est nous-mêmes contacté par des fournisseurs, par les commerciaux, par les commerciaux qui changent de boîte, qui nous recontactent dans le cadre de leur nouvelle boîte, pour présenter une belle solution. Et puis il y a combien aussi les achats, de consolidation ou de rachat d'entreprises dans ce petit monde-là. Voilà ce sont toutes les sources d'infos, qu'on peut avoir sur nos fournisseurs de solutions de détection.

- D'accord, et vous, en tant que, en tant que personne, est-ce que vous avez? à d'autres façons de vous informer ou est-ce que ça reste assez centralisé au niveau de l'équipe? Vous-même, vous regardez sur des sites ou autres ?

- Oui, moi je suis abonnée à différentes newsletters, au sein d'Orange, on a tout un département qui propose des newsletters sur différents sujets. Donc je suis abonné à différents sujets, dedans, il y a parfois des formations sur le bypass. Donc, j'ai aussi cette information-là en parallèle, mais aujourd'hui, les formations principales, c'est quand même l'idée que les commerciaux qui nous contactent. En même temps, c'est un monde où il n'y a pas non plus cinquante solutions. Donc il n'y a pas cinquante solutions, il n'y a pas une nouvelle solutions tous les ans. Donc, on reste quand même sur quatre, cinq, six fournisseurs potentiels. Donc ce n'est pas vraiment dans la presse qu'on en apprend. En tout cas, ce n'est pas dans la presse que j'apprends qu'une nouvelle solution de détection de SIM Box.

- C'est plus le bouche-à-oreille. Ok, c'est ce que j'ai remarqué pendant mon ma rédaction du mémoire, principalement. Si vous êtes amené à chercher une solution par vous-même. Quels sont vos plus grands défis, si vous devez regarder ça en ligne, par exemple ? Chercher une nouvelle solution de fraude by-pass.

- Alors, la recherche, elle est simple aujourd'hui sur internet. On va trouver beaucoup d'entreprises qui proposent quelque chose. Le défi, c'est la pertinence de l'outil, pas taux de réussite mais, bon.

- Oui, comme on dit : le ROI ?

- Est-ce que c'est performant? Même une rencontre avec un commercial dans une pièce. Moi, j'en ai faits souvent des réunions et une des premières questions que je pose, c'est systématiquement: moi, je veux un opérateur, dans lequel vous avez fait quelque chose. Là, il y a deux solutions : soit le commercial accepte de me le donner et je vais contacter le pays parce que je juge aujourd'hui de quoi pouvoir contacter la plupart des opérateurs dans le monde, de d'arriver à trouver le gars de la fraude. Ou le commercial ne peut pas le donner, ce qui n'est pas un bon signe à ce moment-là. En tout cas, pour moi, s'il refuse de donner des cas concrets. Moi, je ne veux pas de témoignage. Un témoignage, non, moi je veux un nom d'opérateur, voilà. Donc, voilà, pour répondre à la question, c'est facile de trouver. En faisant une recherche d'autres détection SIM box sur internet, on va trouver plein de fournisseurs. Maintenant, le challenge est : est-ce que c'est pertinent ? Parce que ce n'est pas simple à mettre en place. Entre ceux à qui il faut donner tous les CDRs. Ceux à qui il faut installer un équipement, comme vous. Ceux comme Latro, qui font faire venir du matériel sensible d'un pays avec l'accord du gouvernement passé. Ce n'est jamais simple une solution de détection SIM box. Donc on ne va pas se lancer comme ça. Donc, on a besoin de deux retours d'opérateurs chez qui ça fonctionne.

- D'accord. Ok, et vous, comment avez-vous connu Calltic la toute première fois ? Vous vous en souvenez ?

- Le Cameroun, je connais toutes les filiales, tous les outils de toutes les filiales. Mais Calltic, c'est le cas particulier puisque, effectivement, vous êtes rentré sans passer par le groupe, c'est dire que vous êtes vous-mêmes, c'est Calltic qui a été voir le Cameroun. Orange Congo, qui a fait un PoC avec vous et qui a eu des résultats très positifs. Voilà de la même manière qu'on peut donner des informations

aux filiales. Dans l'autre sens aussi, parce qu'on en reçoit aussi des filiales. Là c'était une remontée du Cameroun, qu'on en a ensuite poussé sur d'autres pays. Comme le RDC ou d'autres, sur lequel vous avez travaillé ou travaillez toujours. Donc, là, c'est le Cameroun qui a lui-même, qui- je disais dans le cas comment était orienté, formé aussi par les commerciaux qui vont voir les filiales. Toutes les filiales se font draguer en permanence. Par tous les fournisseurs. Donc là, en l'occurrence, effectivement.... Alors, pourquoi le Cameroun? Comment vous avez contacté le Cameroun? Je sais qu'à l'époque on m'avait expliqué, mais j'ai oublié, je ne sais plus comment vous avez atterri au Cameroun. Je ne sais plus comment vous êtes arrivés. Vous, vous le savez forcément.

- Moi, c'était avant que je n'arrive, mais à mon avis, c'était Frederik ou Guy qui ont les pieds.

- Oui, mais tant mieux. Tant mieux, parce que, de toute façon, ce que je recherche, c'est des PoCs. Moi, je dis toujours: à la fin si vous faites un PoC, tant mieux. Le Mali est très content de Latro, comme vous, vous êtes très contents de Calltic. Le Maroc est très content d'Arraxe. Par contre, on sait aussi que quand les choses se passent beaucoup moins bien, comme Meucci, qui a été racheté, je ne me rappelle plus. Ils ont une solution Terminator.

- La solution, c'est Sigos

- Dans c'est Terminator. Elle a été testée dans plusieurs filiales, mais jamais très longtemps, par exemple.

- D'accord

- Jamais très longtemps. Il y a toujours un qui va la tester, parce qu'il y a toujours une qui va accepter lors de l'avis de commercial testé dans une grotte jour et qui va. Mais je suis d'accord avec ça. Ça me permet de... moi, j'ai pas envie de dire: en deux mille dix-huit, Terminator, ça marche pas. Je suis très content si, en deux mille vingt, quelqu'un la réutilise et à un moment donné, ils sont améliorés (ou pas). Et je suis très content si en deux mille vingt-trois, quelqu'un nous : je reteste, je dis, tant mieux. Parce que je ne vais jamais m'asseoir. FraudBuster a fait des choses très bien. Calltic fait des choses très bien. Mais bon, si à un moment quelqu'un arrive, bon voilà. Je suis toujours preneur et j'ai toujours poussé les filiales pour accepter des PoCs. Après, si c'est quelque chose qu'on connaît, qui n'a pas fonctionné, on peut leur dire que ce n'est pas pertinent. Vous, c'était totalement original. Original au sens nouveau, innovateur. C'est très bien que c'est testé. Si ça n'avait pas marché, on aurait pu dire: bon, Calltic, laisser tomber, ça vaut rien. Voilà, bon, ça a marché, tant mieux. Bon après, derrière Calltic, il y a Guy, on connaît la personne, on sait que c'est quelqu'un de sérieux. S'il a une idée, c'est qu'elle est pertinente.

- C'est du concret, oui. Une question par rapport à Calltic. Après je passerai vraiment à des questions un peu plus concrètes par rapport à ma recherche. Quand vous arrêtez voir le site de Calltic la première fois? je suppose que vous avez été le voir. Quel est votre souvenir du site? Au niveau structurel, peut-être la communication.

- Là, on parle d'il y a cinq ans, je pense. Je ne sais plus quand c'était. Le site il n'a rien. Vu qu'ils ne veulent pas expliquer la solution, parce que je pense que le brevet n'était pas déposé. Je pense, en tout cas, c'est ce que m'expliquait Guy à l'époque. Le site n'avait rien... Des sites comme ça, honnêtement, le site ne faisait pas confiance, il ne donnait pas envie. Moi j'aurais reçu, un mail d'une boîte indienne ou brésilienne avec ça, je ne vais pas plus loin.

- Bon, là, ce n'est pas pareil. On sait que ça fonctionne au Cameroun. Je l'ai sur le site... Bon le site, de mes très lointains souvenirs, il n'y avait rien sur le site. C'est-à-dire que c'est quand me demander d'expliquer comment fonctionne Calltic, je ne pouvais pas utiliser le site pour m'aider à répondre. Guy me l'expliquait oralement. Donc je pouvais expliquer, mais c'est vrai qu'il n'y avait pas du site était là juste pour que le site existe.

- Pour une présence. Et pour vous, est-ce que ça amène une certaine frustration d'aller sur un site de quelque chose d'innovateur mais au final, ne pas avoir les informations concrètes.

- Oui, oui, mais une fois de plus, je parle de quelque chose où on me dit déjà que ça fonctionne. Le Cameroun me dit : Calltic, ça fonctionne bien. Le site n'est pas top, c'est pas très grave. Le Cameroun, il est content.

- Oui, comme ça, parce que vous avez eu le cas.

- Maintenant, il n'y a pas le Cameroun et quelqu'un me dit : va voir Calltic. Je vois le site, mais même pas je prends contact. Je ne prends pas contact avec une boîte qui fait un site comme ça. C'est impossible.

- Merci de votre honnêteté.

- Je parle du site de deux mille dix-huit, moi. Je ne suis pas retourné depuis.

- Il a quand même changé, mais effectivement on va dire que, pour certaines raisons, l'information n'est pas encore n'est pas encore assez concrète.

- Je pense aussi que, vous, commercial vous le savez bien, je pense que les démarches, du bouche-à-oreille, ou des choses comme ça, j'imagine. Ou alors peut-être par l'intervention de Guy à la GSMA, voir quelque chose comme ça, quoi?

- C'est ce que je remarque moi, étant chez Calltic depuis un an et demi. Mais c'est ça justement qu'on essaie de comprendre, c'est, je me dis: mais ça aide le bouche-à oreille, ça marche beaucoup, ça marche bien, etc. Mais comment ça se fait qu'en deux mille vingt-trois, alors qu'on est déjà sur le marché depuis cinq ans, disons, que certains pays ne connaissaient pas encore. Mais je me dis: pourquoi est-ce que en ligne, il n'y a pas cette, cette interaction, qu'il devrait y avoir. Que Calltic soit aussi connu que FraudBuster et Latro, par exemple.

- Bon, vous n'avez pas le même âge quand même. FraudBuster, ça fait quinze ans qu'ils sont là quand même. Vous, vous avez eu le covid, sans déplacement. Moi, le seul truc qui me choque sur votre site, et j'utilise le mot exprès : «choque», c'est le « solving SIM box fraud, once and for all ». « Once and for all », ça veut dire quoi? Une seule fois ? et « For all », ça veut dire quoi « for all » ? For all time ? For all type ?

- Moi, je le comprends : une bonne fois pour toutes. En français.

- C'est comme ça qu'il faut comprendre, comme je lis. Or, je ne sais pas si en anglais ça se dit comme ça. Mais moi quand je lis ça, « once and for all », je trouve que c'est prétentieux. Parce que je vois qu'il y en a toujours au Cameroun. Après, attention, on ne peut pas les arrêter, on ne peut pas détruire le matériel et tuer les fraudeurs, je suis d'accord. Ils essayeront, Ils essayeront toujours. Le but est: détecté très vite, pour qu'on les coupe très vite. Mais le « once and for all », je le trouve : wow.

- Un peu.

- Mais FraudBuster disait la même chose. Il disait exactement la même chose au début. Et je leur avais dit que c'était prétentieux. C'est prétentieux de penser qu'il n'aura plus après vous.

- Effectivement, on voit qu'il y en encore, mais ça s'est réduit à maximum. Mais c'est vrai, il y a certains cas où il n'y a pratiquement plus rien. Mais je comprends, je comprends votre, réflexion, surtout quand vous ne connaissez pas la société de base. Vous connaissez Calltic déjà depuis pas mal de temps.

- Depuis longtemps. Alors bon, au moins, moi, ça me choque qu'on fasse un site internet derrière de la corne du marketing. Ok. Il y a tellement de solutions, SIM box depuis des années que, effectivement, vous arrivez-vous avec nous, avec une nouvelle solution. Il faut bien expliquer que la vôtre, elle a

quelque chose de plus quoi. Parce que je viens de le voir en direct, je n'étais pas allé sur le site depuis très, très, très, très longtemps. Il y a des témoignaux. Je vois le RDC et le Cameroun chez Orange. Le Cameroun, c'est le premier à avoir fait un témoignage.

- Justement. Qu'est-ce que vous en pensez, vous, des témoignages ?

- Il n'y en a que cinq. Il n'y en a que cinq, et c'est que l'Afrique.

- C'est notre marché principal.

- Ouais, mais c'est comme souvent: vous parlez quand même souvent de l'Amérique Latine. C'est bizarre qu'il n'y ait tout de même pas une d'Amérique Latine. Même moi, ça m'inquiète. Même moi, je me dis que finalement, ils ne sont pas contents, les clients d'Amérique Latine.

- Non, c'est aussi pour des raisons confidentielles. En a on a demandé pour vous le dire en toute transparence, mais on n'a pas eu l'autorisation de ne de l'indiquer.

- Oui, je comprends aussi que, la première fois que j'ai vu le témoignage de Félix, ça m'a surpris quoi. J'ai dit : « wow, il s'engage, il engage le nom d'Orange parce que, au nom d'un groupe, il suffit qu'une la plus petite filiale d'Orange, la plus petite filiale de MTN dise quelque chose ou ce que voient les autres. C'est MTN, c'est Orange, quoi. C'est vrai que j'avais trouvé quand Félix avait fait le témoignage. Tout de suite j'ai été le voir, « tu es en train de donner à Calltic une médaille, quasiment quoi. ». Puisque la médaille Orange a quand même plus de valeur que le troisième opérateur de Bolivie.

- C'était un positif pour nous.

- C'est donc pour ça que je trouve que c'est un peu... Mais bon après. Il avait des bons résultats, il est content, il a droit de s'exprimer sur sa joie d'avoir une solution qui lui résout le problème. Mais c'est sûr que je ne suis pas allé voir, depuis le site de FraudBuster, de Sigos, de Mobileum, mais c'est sûr que, parce qu'en terme de témoignages, il y en a beaucoup plus, quoi. Je pense

- Pour vous, c'est important les témoignages.

- Ben les témoignages, ce n'est pas que c'est si important que ça. C'est que moi ça me permet d'avoir des noms de pays et d'opérateurs pour les contacter.

- D'accord

- Je sais bien que s'il y a un témoignage c'est positif. Ici le témoignage sur le site, on sait qu'il est positif. Mais du coup, ça me permet même de les appeler. Et après, après discussion, Ils peuvent me dire des choses un peu différentes. Ou peuvent vous dire « oui, le témoignage c'était il y a un an. Aujourd'hui, je suis un peu déçu ». Pour moi, si je vois un témoignage de quelque part dans le monde, je vais essayer de le contacter ou parmi mon réseau ou par la GSMA.

- On pourrait dire: « Tiens, tu as testé telle entreprise. Qu'est-ce que t'en penses vraiment? Qu'est-ce que ça vaut? ». Donc, oui, c'est important, le témoignage, ça, c'est sûr. Ce sont des témoignages, avec en plus des questions, et j'en suis en train de regarder celui de Congo, de Gaylord. Non, ils sont bien.

- C'est pour évidemment à attirer la confiance. Effectivement, c'est aussi, on le sait bien, c'est pour pousser entre guillemets- la personne à faire ses recherches aussi, évidemment sur la société. Ce qui est, je pense, logique. Et vous, Stéphane, quand vous êtes abordé par les vendeurs, vous disiez justement qu'on vous contacter souvent. Quelle est votre meilleure façon d'être contacté pour vous? Qu'est-ce que vous préférez généralement?

- Je ne sais pas, moi, j'en ai marre des deux. Je reçois beaucoup de mails. En plus je n'ai même pas le temps. J'ai énormément de mails non lus, dont certaines de vous d'ailleurs, François, vous m'avez envoyé et je les vois. Ils sont toujours non lus. Je n'ai pas le temps d'y arriver. Je n'ai pas le temps de

le lire. Là, j'ai vu tes mémoires. Donc, comme on en a parlé, on fait un mémoire tous les deux donc j'ai dit « Solidarité, là ».

- C'est gentil.

- Solidarité étudiante. Celui-là, je le lis et je réponds. Mais j'en vois d'autres passer. Pas de vous, d'autres sociétés. Mais d'ailleurs, je ne répondrai plus. Je ne réponds pas. Je ne réponds même pas parce que trop de mails, pas le temps. Des outils, on a des outils de toute façon. Je ne parle pas de SIM Box, je parle de fraude en général, de revenus assurance générale. Tout monde a des outils. Evidemment, les anciens commerciaux qui cherchent de boîtes et disent « Bonjour Stéphane, j'étais avant chez tel, maintenant je suis tel. On a un super produit, bon... J'ai été commercial pendant sept ans chez Orange. Donc je sais qu'il faut, c'est du boulot. Il faut y aller, il n'y a pas de secret. Mais voilà donc, moi, la meilleure manière de me contacter, je ne sais pas, je ne sais même pas répondre, parce que des mails là j'en ai vraiment beaucoup, beaucoup de travail là, entre mon boulot, des cas de fraude et mon mémoire. Donc je n'ai pas le temps de lire. Il y a peut-être quelque chose d'intéressant et que je passe à côté. Je passe à côté, non, parce qu'ils sont allés voir les filiales. Juste moi, je sais que si je ne réponds pas à une entreprise, Orange ne va pas subir les conséquences, parce que derrière ils vont aller voir tous les Oranges un par un. Donc, je sais que ce n'est pas hyper grave. Et si demain j'ai Orange Tunisie qui me dit: « j'ai testé, ça a été super ». Et de manière que moi, si je trouve quelque chose, je le partage aussi. Mais pour aller voir une filiale qui accepte de tester, c'est compliqué aussi parce qu'ils n'ont pas le temps, elles ont pas les moyens. Elles ont leur agenda. Donc moi, la meilleure manière pour constater, je ne peux pas répondre aujourd'hui. Peut-être par mail, mais pas en ce moment. Peut-être qu'en octobre, je vais les lire ces mails et je vais regarder. Par téléphone, ça m'énerve aussi parce que ça ne tombe jamais trop au bon moment le téléphone, on fait quelque chose. Si c'est un numéro inconnu, encore pire.

- Et au niveau des réseaux sociaux, par exemple ?

- Bon, je ne réponds et je ne lis même pas les demandes de LinkedIn.

- D'accord.

- Je ne les lis pas. Donc, j'en reçois, mais je ne les lis même pas. Par contre, aucun collègue. Mais j'ai des collègues qui sont très LinkedIn.

- C'est pour cela que je vous demande, parce que c'est un réseau social très connu pour le B2B.

- Ben oui. Moi je n'ai pas le temps. Je me rappelle WhatsApp. Je me rappelle y a quelques années. Moi, j'avais installé WhatsApp avec mes amis, ma famille, et je me rappelle la première fois où quelqu'un m'a appelé, un commercial, sur WhatsApp et je l'ai très mal pris. Je lui ai écrit : « Non, tu ne m'appelles jamais sur WhatsApp ». Bon maintenant, quelques années après, maintenant j'utilise WhatsApp pour les deux. Mais c'était très intrusif. Bon c'était mon numéro professionnel. Il a le droit de m'appeler sur WhatsApp. Pour le coup, je l'ai mal pris. Bon, maintenant, si je le prends mal sur WhatsApp et que le gars, il écrit sur LinkedIn et qui m'envoie un mail, c'est sûr que le pauvre.

- Il aura tout essayé

- Non, mais le mieux, c'est le mail. En fait, on reçoit beaucoup de mails génériques. Ce n'est pas toujours des mails vraiment... Ces mails sont envoyés à plein de personnes et tout cela.

- Des templates.

- Des fois oui, des fois c'est un ancien ou une ancienne commerciale qui m'écrit. Par respect, parce que je ne connais personne, et je vais le lire et parfois, je vais répondre. Mais non, pour moi le mail ça restait encore le plus simple. Même si en ce moment, je ne les traite pas. Je n'ai pas, le temps n'a de nom lu. Je vais vous dire : plusieurs centaines. Mais ne pas lire ne veut pas dire que je ne sais pas de

quoi il parle. Je lirai toujours le nom d'une personne et les premières lignes. Et je verrai. Je traiterai plus tard. Ils sont non-lus parce qu'ils ne sont pas encore triés et traités.

- En fonction des priorités

- C'est pour ça que le vôtre avec « mémoire », François Depireux, j'ai cliqué. Mais pour moi, dans mes centaines non lues, y a rien de très grave. Et donc s'il y a un commercial qui m'écrit, ce n'est pas grave.

- Oui, d'où l'importance de mettre un sujet.

- Mais je sais aussi que vous m'avez écrit en demandant de s'arrêter sur les points qu'on avait abordé au call. Je l'ai vu passer. Voilà, j'ai vu passer, mais je n'ai pas traité, ce n'est pas poli. Je sais que ce n'est pas poli. Parce que j'aurais pu au moins répondre en disant: mais j'ai pas traité. C'est vrai. Mais voilà, j'ai eu deux déplacements en deux semaines. Ils s'accumulent. Et puis voilà.

- Donc pour me faire pardonner. J'ai accepté le call (rire).

- De toute façon vous prenez le temps qu'il faut pour répondre. On ne peut pas vous demander de répondre dans les quarante-huit heures.

- Non, mais je n'avais pas d'info en plus. Si j'avais des infos du pays, j'aurais répondu. La politesse voudrait que je réponde : « non, j'en ai pas », mais j'ai même pas eu le temps de répondre. Après, voilà, j'étais commercial. Je sais que vous devez relancer, et c'est votre boulot, François, vous le faites. C'est toute la complicité du commercial.

- C'est ce qui est important pour le mémoire, qui est ce qui reste dans la tête en fait de tout prospect ou client par rapport à l'image de marque. Ce n'est pas qu'en ligne, évidemment. Il y a aussi les comportements des ventes, il y a les comportements du service après-vente. Et à tout ça, qui fait que le parcours client change, il monte et descend.

- Mais bon, Calltic, pour moi... derrière c'est Guy, d'ailleurs. A la base, c'est Guy qu'on connaissait d'avant. Il sort une bonne solution, on l'écoute. D'accord, c'est comme ça, on sait qu'il est sérieux. On sait qu'il est sérieux. Donc on l'écoute, moi quand je suis allé voir Mark Boom, mon responsable, en disant: « voilà la nouvelle solution de Guy », il écoute. Si je lui dis : « j'ai une boîte indienne », il s'en fout. Il va me dire: "vas-y et dis-moi ce que ça vaut »

- D'accord. Il y a ce côté expert qui a amené beaucoup de confiance.

- C'est sûr. Il sait qu'il a cette image comme d'une réelle expertise technique.

- Exactement, et vous quand vous recherchez, imaginons, vous devez chercher aujourd'hui une nouvelle solution de fraude bypass. Sur quoi cherchez-vous? Google, ou vous avez d'autres outils ?

- Aujourd'hui, je ne cherche même pas sur Google. Aujourd'hui, je vais regarder sur la GSMA, via le forum FSGA, comme on a eu la semaine dernière. Je vais regarder les sujets et voir que c'est toujours pareil. Il y a Calltic qui parle, il y a Latro qui parle, il y a Mobileum qui parle, donc toujours les mêmes. Donc là, oui, je vais écouter, voir si quelque chose de nouveau. Mais il n'y a rien de nouveau. Pendant des années n'y a rien de nouveau, ou au contraire, celui qui faisait que du TCG fait du profiling, celui qui faisait du profiling, fait du TCG. D'autres rachètent les autres boîtes. Voilà donc, c'était toujours un peu la même chose. Bon, vous êtes arrivés. Ok, c'était nouveau. Mais aujourd'hui, je ne cherche même pas s'il y a de nouvelles choses. Parce que si demande il y a quelque chose, je vais l'entendre quand même. On va l'entendre et le savoir donc je ne cherche pas aujourd'hui. Alors maintenant, si je me mets à la place de nos opérateurs. Des solutions il n'en a aucune, peut-être qu'il va chercher une solution bypass sur Google, probablement. Je ne sais pas si vous ressortez vite, si vous ressortez bien dans les moteurs de recherche. Je ne le sais pas.

- Et si deviez chercher par mots-clés, qu'est-ce que vous mettriez dans Google lorsque vous cherchez une solution bypass.

- Je mettrais « bypass SIM Box »

- D'autres suggestions ?

- Voilà, je ferai ça après, en fonction de ce qui va me ressortir, peut-être que je rajouterai... Je ne sais pas, peut-être que je mettrai moins, ou tiret, pour enlever le mot sur Google. Moins profiling. Peut-être que mettez moins profiling, moins TCG. Je ne sais pas ce que je ferais, en fait. Je n'y suis pas allé depuis tellement longtemps. Mais qu'est ce qui tombe en premier ? Ah oui, c'est Latro qui est en deuxième.

- Oui, c'est Latro, effectivement.

- Le premier qui sort, c'est HAL, c'est quoi ça ? Comment ça se fait qu'ils ressortent premiers ? Ah c'est un papier, c'est un papier, c'est sponsorisé. Stratégies, évolution, détections, future direction. Wow, il faut que je le lise. Il date de quelle année parce que bon... Je vais le garder, je vais le lire. Troisième, FraudBuster. Et vous, vous êtes où là ? Vous n'apparaissez jamais ? Un, deux, trois, quatre, cinq, six, sept, huit, neuf, dix, onze, douze, treize, quatorze, quinze, seize, dix-sept, dix-huit, dix-neuf... Ah oui, vingt-troisième ligne quoi.

- Sur la première page ? Là, vous avez écrit « SIM Box by-pass » ?

- Oui, « bypass SIM Box », sur Google France.

- Ce que j'ai fait, des j'ai fait des tests et moi je me suis retrouvé généralement en sixième position, troisième, quatrième, ça dépend un peu des mots-clés, en fait. Voilà ça, c'est une bonne preuve comme quoi il y a encore des choses à faire, évidemment.

- Et je ne vois même pas Mobileum.

- En deuxième page. À mon avis.

- Il n'y a personnes sur la deuxième page.

- C'est google qui choisit ça, évidemment, en fonction de son utilisé sur le site.

- Vous pouvez acheter des mots-clés chez Google. C'est sûr que si vous achetez le mot SIM box, vous allez remonter quoi.

- Exact.

- Est-ce que dans les opérateurs, il y a vraiment beaucoup de gens ? Parce que les seuls qui peuvent faire ces recherches-là sont les opérateurs. Il y en a combien ? Huit cents opérateurs dans le monde. Dans les huit cents, la plupart a déjà une solution. Je ne suis pas sûr qu'il y en ai beaucoup qui recherchent quand même ça sur internet.

- Je vais le savoir dans les prochains entretiens que je vais faire.

- Mais là vous allez parler à des opérateurs, des prospects ou des clients.

- Oui. Ça dépend en fait des relations que j'ai avec eux.

- Mais c'est déjà des gens qui vous connaissent.

- Bien sûr.

- Euh, faut peut-être regarder quelqu'un qui n'a pas l'outil.

- Ou quelqu'un qui cherche un autre outil.

- Est-ce qu'il passe par ça? ça je ne sais pas.

- Mais bon, c'est vrai. Vu que vous allez interviewer vos prospects ou clients, ils vont vous dire ce qu'ils ont fait à l'époque.

- C'est ça. C'est là que je vais pouvoir confirmer dans mon mémoire. Si les dires de mon mémoire sont corrects ou pas. Quand vous êtes sur le site d'une solution, pas forcément uniquement Calltic. Mais quelles caractéristiques, vous souhaitez revoir sur le site. Qu'est-ce qui va vous intéresser ?

- On le sait : l'explication technique de la solution. Le fonctionnement correct. Pour voir ce qui est pertinent et ce qui est nouveau, parce que si c'est pour vous dire qu'ils font du TCG, bon... C'est le fonctionnement technique et la liste des clients. Toujours pareil parce que j'ai bien conscience qu'une solution qui démarre, elle a trois clients par rapport au concurrent. Mais ce n'est pas parce que Sigos va me mettre cent cinquante références que j'ai confiance en eux. Mais au moins je peux en appeler un ou deux dans les cent cinquante. Attention, je ne suis peut-être pas le bon exemple: si un opérateur brésilien, et qu'un opérateur vietnamien qui disait: nos entités, il ne peut même pas les contacter. Moi, je peux contacter l'opérateur Vietnamien, parce que je demande à la GSMA, je demande le contact de l'opérateur vietnamien et directement je vais trouver. Et donc je vais contacter le gars. Alors que le petit gars de la fraude du Brésil qui cherchent, il va aller sur votre site et voit la référence Orange Cameroun et MTN Ghana, je ne suis pas sûr qu'il a capacité, lui, de contacter MTN Ghana pour avoir des infos. Moi je l'ai, je vais le faire. Dont moi. Je vais sur le site. Je vais voir dire comment elle fonctionne. Donc, AB Handshake, là j'ai regardé comment ça fonctionnait. Mais si, effectivement, j'étais intéressé, mais j'irai voir tout de suite où c'est utilisé.

- Le témoignage et le côté caractéristique

- D'abord là, d'abord leur fonctionnement technique et après le témoignage ou même pas le témoignage mais...

- La référence.

- Oui, la référence. Mais là, c'est moi, dans ma position au niveau groupe. Parce que moi, j'ai les moyens contacter tous opérateurs du monde. Mais suis pas sûr qu'un petit opérateur ait les moyens contacter un opérateur vietnamien. Il ne pourra pas vérifier que la solution fonctionne. Donc lui, qu'est-ce qu'il va faire ?

- Me contacter moi

- Oui, vous contacter vous et vous dire: donnez-moi des références. Ce que j'ai toujours fait dans tous les calls, que j'ai fait toutes les réunions avec un fournisseur. C'est tout de suite : « Ok, donnez-moi des références ». Hein, parce qu'il y a quelques années, quand même, il y a quelques années, l'accroissement de cette machine learning, machine de machine learning, deep learning. Une fois, je leur ai dit: je m'en fiche du machine learning, moi je veux une référence. Cette entreprise ne me l'a jamais donné. Bon, à savoir confirmer qu'avec eux c'était super sérieux, leur truc.

- Il faut un minimum de transparence. Et question, et vous voyez un graphique sur notre site avec la diminution de la fraude, est-ce que c'est quelque chose qui vous parle ?

- Je n'y crois pas. Nos filiales mettent ça aussi. Dès qu'on se branche pour la première fois, ça baisse forcément. Et puis après, ou ça remonte, ça remonte un peu. Bon, oui, j'ai vu qu'il y en avait un sur votre site, mais je ne l'ai même pas regardé. Je ne veux même pas savoir ce que représente, parce que... Bon, après, c'est sûr qu'il faut ça, c'est vrai. Et je ne veux pas faire le de gars blasé. On sait très bien qu'il faut une baisse sinon, ça ne se sert à rien. Mais elle ne veut pas dire grand-chose pour moi cette courbe en fait. Vous avez eu des super résultats au juge et j'ai vu des courbes de FraudBuster

qui sont hallucinantes. J'ai vu des courbes avec vous qui sont très bonnes aussi. Ça ne veut pas dire, parce que c'était super efficace dans un pays que ça le sera tout le temps et ça ne veut pas dire que ça va rester comme ça. C'est toujours pareil. Quand on arrive dans un pays et qu'il n'y avait rien avant, il y avait juste un TCG, forcément tout de suite, l'impact est énorme. Maintenant, je me mets à la place du département communication de chez vous, trouver quelque chose de pertinent pour montrer cela, c'est dur. Je ne sais pas ce qu'il faudrait mettre

- C'est une façon pour montrer les résultats, c'est un graphique officiel évidemment, pas juste créé pour le marketing. Mais effectivement comment est-ce que c'est vu par le client ou par le prospect?

- Oui, je regarde Pre-Calltic et post-Calltic, live. C'est très bien, ça montre que ça fonctionne. Je préférerais à un truc qui irait que: Vous coupez après un appel ou après deux appels. Ou après trente secondes. Parce que le graphique va être similaire pour tous vos concurrents.

- On peut s'attendre aussi à des mots-clés sur la solution en soi. Qu'est-ce qu'elle apporte par appel? Et puis sur le long terme évidemment.

- Je vois que vous parlez d'acoustique : « fast, very fast ». "Fast", ça veut dire quoi, « fast » ? « Speed of detection is the most important thing », Ok mais si vous me dites que vous coupez tout au bout de un appel, de deux appels, trois appels. Et puis, à mon avis, vous ne pouvez pas afficher des sites comme ça, parce que ça change d'un réseau à l'autre.

- A la direction, ça va, mais c'est effectivement plus le blocage qui dépend de notre client.

- Par contre, j'aime bien le « untouchable by countermeasures ». C'est vrai, parce que les autres, les autres, il y a le human behaviour simulation et c'est problématique parce que c'est sûr que pour le profiling, ils ont des solutions, quoi. Ils ont aussi des solutions pour le TCG. C'est vrai que pour vous, il n'y a pas. Mais, c'est dommage, c'est le dernier quoi. De toute façon, vous allez interroger d'autres personnes et vous aurez probablement un avis différent.

- Je me réjouis aussi d'écouter, d'écouter des autres entretiens, pour voir ce qu'on va me dire. Mais en tout cas d'ici la fin de l'année, si on a mis le paquet sur le site internet, vous aurez d'autres informations.

C'est vrai que voir, c'est ça, c'est le radical new approach, c'est vrai. Mais j'ai l'impression que ce n'est pas expliquer, quoi.

- Ça reste en fait vague aussi pour, à mon avis, pour éviter que la concurrence...

- Ils sont au courant la concurrence. Elle parle de vous.

- Tant mieux.

- Ah ben oui. Vous leur faites peur, oui. Donc, la concurrence elle sait très bien, comment Calltic fonctionne. Pas dans le détail mais bon. Mais si vous pouvez en dire un peu plus, cela ne serait peut-être pas mal.

- Ok, merci pour votre avis, en tout cas. J'ai encore juste trois questions. Quel est le type d'informations ou d'assistance vous attendez, une fois que vous êtes client chez Calltic? Imaginons. Vous avez vu le Cameroun et Orange Congo. On va dire que la question pour vous n'est pas en tant que client, mais plutôt en tant que membre du groupe client. On va dire: qu'est-ce que vous attendez de Calltic, en tant que membre du groupe?

- Oui, j'aimerais bien un site internet où on verrait les données. C'est ce que font vos concurrents. Auxquels j'ai accès, et voir de cartes SIM détectées, le trafic passer, etc. Ça serait bien d'avoir ça. Vous les informez d'ailleurs ? Un récapitulatif, tous les mois ?

- Oui, des récapitulatifs hebdomadaires et mensuels qu'on a commencé il y a peut-être quatre, cinq mois, je pense, pour effectivement ajouter une valeur ajoutée à notre service. Ils ont évidemment les appels hebdomadaires et peut être quotidien parfois. Ça dépend un petit peu de de l'attente de chacun. Donc, effectivement, on a mis ça en place pour qu'ils puissent avoir les chiffres. Ils les ont aussi eux-mêmes via leur portail, évidemment.

- Ah donc, ils ont un portail ?

Exact. Donc ils ont un portail Power BI avec Microsoft, et alors ils peuvent se connecter et voir, en fait, la détection en live. Toutes les x minutes, la machine se met à jour, et ils peuvent voir les détections onnet, offnet, etc.

- Il n'y a pas d'accès pour le groupe aux filiales du groupe ?

- C'est par pays. Donc, je ne pense pas qu'il y ait un accès pour le groupe en soi.

- Pour répondre à votre question: qu'est-ce qu'on attend nous au Groupe. Pour moi, c'est un accès web portail sur les détections pour toutes les filiales. J'attends ça et l'autre chose que j'attends... mais pareil, là c'est faussé parce qu'on connaît Guy. C'est faussé parce que si j'ai une question, je l'appelle directement. Donc, qu'est-ce que j'attends, c'est un accès, effectivement. Comme vous faites, un résumé de tous les pays Orange. Même si ce n'est pas un formalisme très formel. Deux, si possible, d'accès à la plateforme. Puis c'est tout, parce que je sais que si j'ai des questions, je peux vous contacter. Ou une question très technique et que je challenger Guy. Je sais que je peux l'appeler. Et je sais qu'au tout début, avant que vous arriviez, on a fait des appels où je l'avais challengé sur des sujets. Je lui avait donné des cas concrets. Voilà donc, ça a été au tout début, il ce y a quatre ans, cinq ans, voilà. Donc, un petit résumé des tendances, pas trop régulier, parce qu'il n'est pas non plus des nouvelles toutes les semaines ou tous les mois. Donc, le seul truc qui manquerait, c'est l'accès portail.

- Je note bien et j'ai bien une question mais vous y avez déjà répondu, en fait, c'est par rapport à l'achat d'une solution, et qu'est-ce qui était dans le processus qui a fait que vous avez collaboré à ce service-là. On va dire que vous avez répondu.

- Oui, si le fait que des données doivent sortir du pays, la protection des données. Et qu'est-ce que ça apporte de plus à ce qu'on a déjà. Parce qu'aujourd'hui, vous le savez, le volume lui fait que descendre. Donc, on continue à dépenser beaucoup d'argent en SIM box. Alors que, bon, le volume continue à descendre, à un moment donné, ça ne vaudra même plus la peine de protéger le trafic. Parce qu'il n'y aura plus jamais. On n'est pas là encore, mais donc après. C'est juste une question de comment c'est financé. C'est la comparaison que j'ai faite. C'est par rapport aux solutions existantes. Qu'est-ce que ça m'apporte techniquement? Et qu'est-ce que ça change par rapport à ça? Et la difficulté de la mise en œuvre. Vous, c'est pas la plus simple.

- Lors des étapes du parcours client, effectivement, du premier contact jusqu'au qu'à la collaboration et la signature, on a déjà mis deux ans, trois ans même, en fonction des cas. Pour la Côte d'Ivoire, on est encore loin d'avoir installé. On a quand même signé un contrat PoC en août, l'année dernière.

Donc, techniquement, c'est compliqué parce qu'il faut envoyer des serveurs là-bas, etc. Nos filiales, elles n'ont pas le temps, elles sont sous-staffées. Non, c'est sûr que c'est compliqué techniquement. C'est quelque chose qu'on regardera, si encore de nouvelles solutions qui arrivent un jour. Mais, mais après. Oui, effectivement, je pense que votre « untouchable by countermeasure », il est, ben, quand on connaît bien le sujet, ce qu'on ne connaît pas bien le sujet, on ne comprend pas ce que c'est les « counter measures », moi je le connais bien, je sais ce que c'est. Et effectivement, c'est une de vos forces.

- C'est surtout à mettre en valeur.

Après on revient encore sur comment ça marche techniquement et donc, du coup, quelle est la plus-value, pourquoi je vais tester cette solution ou pas. Ici il y a autre chose qui est importante, c'est aussi avoir un PoC gratuit. Aujourd'hui, le PoC est gratuit, ou alors pas de PoC. Pour deux raisons. La première raison parce qu'on a déjà une solution en marche. Donc, si vous avez quelque chose de nouveau, il faut tester gratuitement. Et deux, parce que c'est Orange. Donc, à un moment donné, il faut quand même s'appuyer sur ce qu'on est. Pour une entreprise, avoir le petit logo Orange sur le site, c'est toujours mieux que le troisième opérateur de Bolivie. Donc du coup, ça se paye, en faisant un PoC gratuit.

- C'est ce qu'on fait avec oui, avec Orange Côte, d'Ivoire, par exemple.

- En ce sens, mon avis, aucun pays qui paiera pour une fois qu'aujourd'hui. Il n'y a pas d'argent pour payer un PoC. Ils vont dire aux fournisseurs: montrez-nous que ça fonctionne, sinon tant pis. Alors, vous, c'est plus compliqué parce que vous, en fonction de comment le réseau est organisé, ça peut revenir cher, quoi. Ça, c'est un peu compliqué. Alors que récupérer des CDRs, ça va, c'est moins compliqué. Vous, ça dépend de l'architecture du réseau.

- Et toute la question, Stéphane, avant de vous laisser.

- Solidarité étudiante.

- Merci, ça ira très vite. Selon vous, quelle est l'importance d'avoir un parcours client en ligne transparent et intuitif? Lorsque vous interagissez avec le fournisseur pour une solution comme celle de Calltic.

- Je vais pas répondre dessus parce que je ne sais pas, je l'ai pas suivi, je n'ai pas vécu le parcours client des filiales. Je ne l'ai pas vécu donc forcément la question quelle importance... l'importance, elle est énorme. Je ne réponds pas parce que je n'ai pas vécu des mises en placement en tant que client. Je n'ai pas d'expérience dessus sur votre cas.

- En tout cas, merci à vous deux d'avoir répondu à tout ça. J'espère que ça vous a plu et qu'on pourra en ressortir beaucoup de choses.

- Ok, Bon courage en tout cas.

- Merci Stéphane

- Au revoir François

2. Interview Nelson N’Goran – Orange Ivory Coast

Date : Wednesday 9th of Augst 2023

Durée : 46m

Interview via Teams Meeting: Nelson is based in Abidjan, Ivory Coast and it was thus not possible to meet in person for the agreed date.

Language of the interview: French

Position: Fraud Revenue Assurance and Risk Management Manager

Status: prospect under PoC implementation

In bold : François Depireux

Standard: Nelson N’Goran

- Bonjour Nelson, je te remercie de ton temps pour cette réunion.

- Bonjour François, avec plaisir. Je souhaiterais commencer par te partager mon point de vue sur l’importance des fournisseurs de solution de fraude dans notre secteur. Le marché est très concurrentiel et il est important que le fournisseur mette sa technologie en avant et qu’il se différencie des autres, notamment en proposant quelque chose d’innovant et qui sort du lot. Il est aussi important que le vendeur de la solution fasse une bonne présentation et que la solution soit claire, sinon l’intérêt ne sera plus présent.

- Je te remercie Nelson de ces insights. Tu m’amènes à continuer cette discussion en te posant la question : lorsque tu recherches des fournisseurs pour lutter contre les fraudes bypass, quel type d’information recherches-tu en ligne ? (Rapidité, faux positifs, etc.).

- Je regarde principalement la nouveauté de la technologie et l’efficacité de la solution par rapport à notre solution actuelle. Ce sont des choses que l’on peut déjà voir en parlant avec nos concurrents comme c’est le cas ici avec MTN où l’on savait que vous travailliez déjà avec eux. Nous avons pu voir les comportements dans le réseau et cela amène directement une certaine confiance en votre solution, notre période de test le démontra prochainement.

- Il y a-t-il autre chose qui selon toi est important ?

- Oui, la proximité avec le fournisseur est très importante. Tu sais, j’ai déjà eu un cas avec une société au Canada qui nous proposait un service de solution de facturation. Je lui ai demandé de me recontacter dans les prochains moi, ce que la personne a fait le trimestre suivant, mais il n’avait rien préparé de concret et leur solution n’était pas claire. Je m’attends donc à une clarté du fournisseur et d’être disponible.

- Merci, Nelson. Bien noté. Quels sont tes plus grands défis en ligne lorsque vous cherchez chez Orange Côte d’Ivoire une nouvelle solution contre les fraudes SIM Box?

Le challenge est de trouver un prestataire dont la solution fonctionne. Nous voyons beaucoup de solution sur le marché mais certaines ne donnent pas malheureusement de résultats suffisants.

- Lorsque tu cherches une nouvelle solution, comment procèdes-tu ?

- Je regarde toujours sur internet via Google. Je fais premièrement une recherche, puis j’analyses les différentes solutions que je trouve, ensuite je fais un tableau de comparaison entre les solutions. Cela m’amène à un choix d’un prestataire que je choisis et ensuite je les contacte.

- D’accord. Du coup, tu recherches uniquement via Google ou regardes-tu aussi sur le site de la GSMA ou encore LinkedIn?

- Non, Google me suffit car je trouve que les publications sur LinkedIn ne sont pas toujours dignes de confiance. Il y a beaucoup de « blabla » de certaines personnes et je trouve que c’est trop vendeurs.

Beaucoup de promesses sont faites mais je doute fortement que le résultat soit derrière. Je préfère regarder moi-même et faire mes propres recherches.

- Je comprends donc que selon toi, LinkedIn peut être sujet à des publications marketing trop vendeuse et pourquoi pas considérer le fait que certains fournisseurs pourraient subsidier des influenceurs afin de promouvoir une solution ?

- Oui, effectivement.

- De ton côté, tu n'utilises donc jamais LinkedIn ?

- Si, bien sûr. Je suis tous les jours dessus afin de suivre les nouvelles du secteur mais je ne m'y fie pas lorsque nous parlons de recherche d'un potentiel partenaire.

- Oui, je comprends. C'est justement cela que je souhaite mettre en place avec Calltic et faire en sorte que notre page LinkedIn permette d'attirer la confiance sans paraître trop irréaliste.

- Ah, vous avez une page LinkedIn ? Je ne savais même pas.

- Oui, bien sûr. C'est comique que tu me dises cela mais c'est intéressant car cela montre que du progrès doit encore être fait. Notre objectif est de commencer à publier plus régulièrement et augmenter la confiance avec notre réseau. Je t'invite donc à rejoindre la page, je t'enverrai un lien après la réunion.

- Parfait, je te remercie.

- Je t'en prie. Par contre si un fournisseur publie un article concret avec une étude de cas de leur solution afin d'attirer son audience, cela me paraît une bonne stratégie. Qu'en penses-tu ?

- Dans ce cas, oui, c'est tout à fait ok.

- Lorsqu'on revient au cas Google, quels sont les mots clés que tu utilises pour faire tes recherches ?

- J'utilise toujours le mot clé « solution ».

- Uniquement solution ? Et comment fais-tu pour différencier ta recherche ?

- Oui, par exemple je recherche « Solution de fraudes », « solution de facturation », « solution de fraudes bypass », etc. Et je regarde les résultats.

- Quels autres mots-clés utilises-tu ?

- Aucun, ceci me suffit pour mes recherches.

- Et une fois que tu as les résultats affichés, choisis-tu les premiers liens affichés par les publicités, ou plutôt le message le plus attrayants ?

- Non, en fait je regarde le site qui a le meilleur résultat. Il y a une option dans Google qui permet de filtrer et afficher le site le plus pertinent à ma recherche.

- Prends-tu en compte les publicités qui sont affichées ? Et si oui, pourquoi ?

- Non, justement. Je n'aime pas les liens qui ont été sponsorisés. Normalement une société qui a une réputation et une solution de qualité n'a pas à faire de la publicité sur Google. Sinon l'entreprise donne l'impression d'être en difficulté de trouver des clients.

- D'accord. Cela veut dire que selon toi, si nous imaginons le cas Calltic et que tu ne nous connais pas encore, le fait de voir une publicité avec un lien Calltic ne nous donnerait aucune chance d'avoir ton attention ?

- Dans ce cas de figure, je dirais que j'aurais cliqué sur le lien uniquement si on m'avait déjà parlé de vous et que le nom Calltic me soit familier.

- **Ah oui d'accord. Donc la publicité Google peut servir mais uniquement si l'on considère que le fournisseur est déjà connu dans le secteur.**

- Exactement, mais cela est mon avis.

Effectivement, vu qu'on a le même âge, je me rends compte que les avis sont aussi différents en fonction des différentes générations car j'ai eu dernièrement une conversation avec quelqu'un de la cinquantaine et j'ai eu un feedback totalement différent, qui ne mettait pas du tout les recherches Google en valeur.

- Oui, c'est différent.

- **Tiens, as-tu déjà été visiter le site internet de Calltic dernièrement et qu'en penses-tu?**

- Pas dernièrement mais je me souviens avoir lorsque que je prenais connaissance de votre technologie. C'était au moment où nous avons commencé à discuter ensemble du projet l'année dernière, je pense que c'était en début d'année 2022. Par contre, j'ai trouvé qu'il manquait beaucoup d'information sur la technologie et comment la solution fonctionne. Je m'attends à plus d'information là-dessus. Quand tu visites un site d'un fournisseur, généralement c'est expliqué mais chez Calltic, c'était très ambigu. Vous avez de la chance que la société a déjà une bonne réputation dans le marché et que j'ai appelé différentes personnes.

- **Effectivement, je comprends ton point de vue. Je pense que la raison première lorsque Calltic s'est lancée est que la technologie était très nouvelle et sujette à un danger concurrentiel. J'en ai l'hypothèse que le secret ne voulait être partagé par peur d'une copie de la technologie par les concurrents et la société voulait rester « vague ».**

- Oui et c'est tout à fait compréhensible.

- **Maintenant, il est vrai que Calltic a déjà une bonne réputation et que la technologie est connue. Cependant, il est nécessaire de reprendre ce point avec plus de détails pour un site plus clair.**

- J'ai également vu votre partie « témoignages » qui est génial parce que nous pouvons voir les noms des personnes, leur photo est aussi très importante car cela nous permet de voir que ce sont des témoignages réels et non des mensonges.

- **Evidemment, cela amène plus de confiance.**

- Oui, et aussi le fait que nous pouvons cliquer sur le lien LinkedIn de la personne du témoignage en question permet à chacun de la contacter directement et lui poser des questions.

- **Selon toi, les témoignages sont donc très importants pour la confiance envers la société et envers la solution.**

Tout à fait, et le monde de télécom est très petit donc il est très facile de se parler. C'est ce que j'ai fait avec vous. J'ai appelé plusieurs entités d'Orange que tu m'avais donné et je les ai contactés un par un afin d'avoir leur avis sur la solution et la faisabilité. Un reproche que je peux vous donner c'est qu'il manque des chiffres.

- **Des chiffres ?**

- Oui, il manque en fait des chiffres de résultats. C'est ce qu'on attend aussi en tant que client. C'est très bien de voir les avis des clients actuels mais il serait bien de voir des chiffres, comme sur votre présentation de ventes. Par exemple, l'évolution entre la partie pré-Calltic et la partie post-Calltic et le résultat obtenu en pourcentage.

- Merci de ton feedback. En tant que client, quelle est ta préférence de communication ?

[Nelson on Mute]

Nelson : Excuse-moi, je n'ai pas entendu ta question.

- Je disais, en tant que Manager de Fraudes, comment préfères-tu être contacté ?

- Pour moi je dirais premièrement WhatsApp parce qu'on est occupé et cela permet de lire le message et répondre après. Ensuite, je dirais les appels et en troisième les emails.

- Oui, j'ai remarqué que les emails passaient souvent en dernier (rire). De ton côté, étant Manager de l'équipe, es-tu sujet à demander à un membre de ton équipe (ndlr : Nambele) afin de faire une recherche et revenir vers toi pour validation ou fais-tu tout, tout seul ?

- Non, je le fais moi-même et évidemment en fonction de mes recherches et des résultats, je contacte notre N+1 qui est notre CFO afin de lui demander un budget.

- D'accord, Nelson. Je pense avoir fait le tour de toutes les questions. Je te remercie infiniment pour ta participation et je te reviendrai si j'ai d'autres questions à te poser par la suite.

- Pas de soucis, François. Avec plaisir et à bientôt.

- Au revoir, Nelson.

- Au revoir.

3. Interview Alhassane Diallo – MTN Guinea

Date : Tuesday 22nd of August 2023

Durée : 30min

Interview via Teams Meeting: Alhassane is based in Conakry, Guinea and it was thus impossible to meet in person.

Language of the interview: French

Position: Revenue Assurance and Fraud Management

Status: Customer since July 2023

In bold : François Depireux

Standard: Alhassane Diallo

- **Bonjour Alhassane. Merci de prendre le temps de répondre à mes questions. Toi qui est Fraud Manager chez MTN Guinée. Depuis 2 ans, c'est ça maintenant ?**

-Bon, bientôt 2 ans, j'ai commencé en janvier 2022

- **Oui, exact. On a eu la première visite commerciale (en Guinée) en fin janvier, tu étais déjà au poste en 2021.**

- Oui, début janvier quoi.

- **Oui, OK. Donc ça faisait vraiment que quelques jours que tu avais démarré quand on s'est rencontré la première fois.**

-Exactement

- **OK, parfait, mais la première question que j'ai à te poser Alhassane, est : quand tu te réfères à une nouvelle ou les nouvelles tendances en matière de prévention de fraude, dans le secteur Télécom, ça peut être bypass ou n'importe quel autre type de fraude. Qu'est-ce que tu utilises comme plateforme ? Est-ce que ce sont des forums, des événements? Est-ce que tu vas sur LinkedIn ? Donc voilà, c'est à peu pour comprendre ta façon à toi de de t'informer.**

- OK. En fait, tu sais. Ça ne sera pas besoin d'aller dans des forums d'abord c'est vrai qu'il y a les forums mais avant d'aller dans ces forums c'est les différents types de fraude que nous identifions.

-**D'accord.**

- Tu sais, comment dire, si c'est des fraudeurs bypassent en utilisant la signalisation? C'est clair que comme on a un outil qui ne détecte pas par l'intermédiaire de la signalisation va manquer ce type de fraude. Ce type de fraude si tu me comprends bien, c'est à travers les faiblesses enregistrées sur les outils existants. D'abord c'est l'un des premiers facteurs déclencheurs.

-**Oui**

- Ça, c'est le premier facteur déclencheur. Tu me rappelles d'un souci qu'on avait eu avec (?). Je me rappelle, c'était avant que je ne quitte MTN en 2020. On avait des soucis avec notre outil, l'outil qu'on avait ici, on avait eu des fraudeurs qui avaient utilisé une nouvelle technologie quoi. Comme je le dis.

-**D'accord.**

- Et vraiment, parce que c'est l'outil qu'on avait n'utilise que la TCG (cf. Test Call Generation) et le profiling, Du coup ils pouvaient facilement manquer des fraudeurs. C'est pourquoi on a tout de suite

pensé à la signalisation. C'est pourquoi d'ailleurs, on avait enrôlé, on avait commencé avec Latro. Ils font aussi de la signalisation, à la différence que c'est à l'émission de l'appel. D'accord, c'est la différence entre vous et eux. Vous êtes à la réception, mais eux, ils détectent à l'émission en fait avant.

- Ah oui, à l'émission de l'appel.

- Des facteurs comme ça, c'est ça, c'était entre comment on appelle le traditionnel type de fraude versus la nouvelle technologie, la nouvelle forme de fraude. Donc ça c'est un des facteurs. L'autre facteur, tu sais, on a eu aussi assisté à un forum avec Sigos. C'était à Tunis où ils ont expliqué différents types de fraude. D'accord, bien sûr qu'eux-mêmes ils n'avaient pas encore tout couvert. Donc tout ça, ce sont des éléments déclencheurs.

-D'accord.

- Et quand je prends encore entre vous et Latro. Comme je le disais tout de suite là, Latro détecte à l'émission, ça veut dire c'est tous les numéros qui émettent un appel et le signal à l'émission est frauduleux. Ce qui fait qu'ils rataient toute la partie offnet, je ne sais pas si tu me comprends.

- Oui, oui, tout à fait. C'est surtout la technologie qui change entre le concurrent et nous.

- Donc, voilà, vous détectez à la réception, ce qui fait que vous détectez tout signal qui vient sur notre réseau. Si le signal est là, vous le détectez. Tu vois, donc que ça soit onnet ou bien offnet.

- Oui, donc là c'est la technologie qui t'a attiré.

- Oui, tout à fait. On part surtout d'une faiblesse enregistrée.

- D'accord.

- Pour vraiment remettre en question l'outil qui est là et puis peut-être penser à trouver une autre solution, c'est tout. C'est généralement comme ça. Et puis aussi on se fait aider par le groupe (cf. MTN). Mais encore une fois, la première des choses, c'est le premier élément déclencheur.

- D'accord, donc c'est vraiment quand tu te rends compte qu'on appelle l'awareness en anglais, qu'il y a un manque d'efficacité ou un manque de fonctionnalités dans la solution actuelle. C'est là que ça te pousse à au moins regarder ailleurs.

- Voilà généralement, c'est ça en fait, parce que tu sais, on est monitoré par le régulateur. On est monitoré par le groupe. Donc voilà, il faut qu'on soit dans le cadre de la mitigation du risque.

- Oui. Il qu'il y ait des résultats. Et si je peux te demander à la fin, tu as connu comment Calltic?

- Je ne me rappelle plus si tu es venu ici en 2022, janvier. Je venais à peine d'arriver, je pense que c'est Mara, le collègue qui était là. Mara, c'est lui qui gère tout ce qui est Carrier et services.

- Exact, je me souviens de lui.

- Donc, c'est lui qui nous a présenté. Bon moi je ne connaissais pas (cf. Calltic). Bon, je vous rappelle que m'avez dit que vous aviez entamé déjà une discussion avec mon prédécesseur. Le gars qui était là-bas, Oumar Touré, donc je pense que c'est parti de là.

- D'accord, OK, Donc tu nous as connu parce que on va dire que l'équipe de vente t'a contacté? Donc c'était moi évidemment à ce moment-là. Donc tu vois ici ma 2e question: c'est toi quand tu cherches

une solution de fraude, est-ce que tu ne te fies que le groupe MTN? Évidemment, vous propose où vous suggère, ou peut-être des événements, où est-ce que tu as une autre façon de de chercher toi de ton côté ?

- Bon, premièrement, comme je dis, quand y a ce genre de choses, souvent on peut voir ce que font les concurrents parce qu'il y a une réunion où tous les opérateurs sont invités. On partage l'expérience tu vois ? Et comme je dis, ils peuvent nous parler des fournisseurs, ce qu'ils font, tu vois et on peut aussi entamer des discussions avec les opérations.

Mais en premier lieu, d'abord c'est le groupe. Le groupe comme tu le sais, nous sert de référence. Parce que généralement les fournisseurs avec lesquels on travaille, nous faisons en sorte que ça soit des partenaires. Vraiment une question d'un contrat de groupe ou bien qui sont en train de signer un contrat.

- Oui.

- Donc voilà, c'est ce sont des critères en fait quoi.

- D'accord, et est-ce que tu fais des recherches parfois sur Internet ?

- Oui, oui, on vérifie. Et puis le background du partenaire. Comment c'est et comment ils travaillent. Et avec quel opérateur.

- D'accord.

- C'est ça en fait. Son expérience, quoi. C'est quoi sa technologie? Donc en fait des recherches sur le partenaire. On a tous notre façon de faire ses recherches et surtout très souvent, si le groupe nous dit que c'est un bon partenaire ou prestataire. Bon voilà, généralement on ne va pas aller jusqu'à faire des recherches quoi, puisque le groupe l'a déjà fait.

- Oui, éventuellement c'est juste pour la curiosité, si tu veux plus d'infos sur le fournisseur mais ma question elle revient plutôt à te demander, est-ce que tu fais une recherche uniquement si tu connais déjà le nom du fournisseur où est-ce que ça t'est déjà arrivé de faire une recherche simplement en tapant « solution antifraude bypass », par exemple ?

- Oui, oui.

- Qu'est-ce que tu mets comme mot clé généralement toi quand tu cherches sur Google ?

- SIMbox bypass. Des termes comme ça quoi, tu vois ?

- D'accord. Donc c'est vraiment les les termes basiques de détection de bypass SIMbox.

- Voilà, voilà.

- Et généralement tu cliques sur les premiers résultats ou tu scrolles quand même en fonction de ce que tu lis ?

- Sorry, je n'ai pas bien compris.

- Quand tu cherches sur Google avec ce que tu mets, imaginons tu écris « bypass » et puis tu fais la recherche, est-ce que tu te fies directement au premier lien qui arrive, c'est à dire les publicités, et cetera ?

- Oui bon, tu sais. Google quand il t'affiche quelque chose quand tu essaies de faire une recherche sur Google, généralement le premier lien que Google t'affiche, ou bien le premier partenaire si tu veux. Le premier partenaire qu'il t'affiche c'est généralement le plus visité, tu vois ce que je veux dire?

- **Oui. Et si c'est une publicité, c'est OK pour toi ? Parce que là c'est différent, évidemment.**

- Bon, si c'est une publicité. Oui, il y a ça aussi, mais généralement on cherche sur Google.

- **Je te demande par rapport à la publicité parce que j'ai eu une à commentaire la fois dernière de quelqu'un qui me disait que pour lui c'était plutôt une façon de montrer qu'ils sont un peu dans certains problèmes de persuader les clients et ils font de la publicité. Tu vois, c'est l'image que lui avait. Mais bon l'image peut être différente pour chacun hein. Donc ça que je te demandais si toi la publicité ça te ça te dérange si fournisseur le fait ou si pour toi ça te paraît tout à fait normal.**

- Genre, un fournisseur qui serait en train de forcer la main?

- **Non pas forcer la main, mais on va dire payer Google pour être affiché, en tout cas dans les premiers résultats, on va dire.**

- Oui. Non, je parlais du commentaire de du commentaire dont tu as parlé tout de suite. J'ai bien compris ce que Google fait. Maintenant je parlais du commentaire dont tu parlais. Comme quoi bon.

- **Oui. Ah oui.**

-Tu sais, bon c'est publicité parfois ça admit hein.

- **Oui, tout à fait.**

- Tu peux rater certaines choses en googlant. Mais bon, si à travers des pubs aussi tu peux avoir une main sur ce truc là, ça serait bien et je pense qu'au-delà de ça, vous devez aussi diversifier vos activités. Du simple fait de faire le bypass, parfois les opérateurs peuvent être attirés par des modules de formation. Des événements. Vous devez organiser des événements aussi. Je t'ai dit, moi, je suis invité par exemple au Nigeria, il y a un forum que Latro a organisé. Bien qu'on ait arrêté avec eux.

- **C'est au Nigeria ou en Algérie ? Je n'ai pas entendu.**

- Au Nigéria

- Donc, où il s'agit de parler de tout ce qui est nouvelle forme de fraude, mais bon c'est tout frais payé. Sigos quand on était allé à Tunis et Sigos qui avait aussi pris tous les frais en charge, tu vois. Donc ce sont des trucs là, à coup sûr, parce que tu invites les opérateurs qui sont dans le métier, même ceux qui sont censés être tes prospects, si tu comprends bien.

- **Oui, ça fait toute la différence.**

- ils viendront en fait. Tu préfères profiter de l'occasion pour leur parler de tes produits et services et puis voilà, c'est ça quoi.

- Oui, tu profites aussi de de voir comment ça se passe de votre côté quoi. C'est tout à fait. C'est un très bon procédé. C'est évidemment c'est autre chose que la réputation en ligne.

- Même la semaine passée, j'étais en train de discuter de ces trucs-là avec Subex. Tu as vu, Subex c'est un outil RFM donc eux, ils ont diversifié leurs activités. Ils font non seulement du bypass, SIM Box, tout ça, mais aussi et c'est vraiment un gros fournisseur de tout ce qui est Revenu Assurance aussi tu vois, donc c'est pour ça.

- Oui. D'accord, C'est bien noté, je te remercie de l'info. Autre question, Alhassane : est-ce que tu as déjà visité le site de Calltic? Et si oui, quelles sont tes impressions si tu te souviens ?

- Non, franchement, franchement je l'avais visité mais j'ai complètement oublié. Au début, je l'avais une fois visité. Mais j'avoue que je ne suis pas trop attardé dessus, c'était juste un survol.

- D'accord. Parce que tu avais déjà eu des infos ou parce que tu connaissais déjà notre société ?

- Voilà, parce que j'avais déjà eu des infos. Tu sais, on avait eu la session ensemble, sinon avant que vous ne vous présentiez devant moi, je ne vous connaissais pas.

- D'accord, tu n'as pas été voir le site pour vraiment vérifier à 100% qui on était exactement.

- Voilà. Pour moi, j'avais déjà la réponse à mes questions. Moi j'étais pris au dépourvu, avec la situation que tu connais déjà donc, qu'est-ce que j'ai fait? J'ai juste mené ma petite enquête, j'ai discuté avec les autres opérations, les autres entités avec lesquelles vous travaillez déjà, j'ai discuté avec le groupe. C'était un peu un background check, tu vois ?

- Oui, exact.

- Pour moi, c'est suffisant pour répondre aux questions que je vais chercher généralement sur le site.

- D'accord, et justement, quand tu cherches sur un site Internet, donc tu imagines toi, tu vas sur la page Calltic et on n'est pas encore partenaire. Et puis tu cherches les caractéristiques spécifiques évidemment de la solution. Tu t'attends à voir quoi toi par rapport à ce dont on avait parlé de la technologie ? Est-ce qu'il y a d'autres informations importantes pour toi en tant que Fraud Manager que tu aimerais bien avoir ?

- Tu peux un peu amener ta question s'il te plaît ?

- Oui, bien sûr. Donc quand tu vas sur le site internet de fournisseur, que ça soit Calltic, FraudBuster ou un autre concurrent, est-ce que tu t'attends à voir des informations spécifiques ? Imaginons : la technologie, par exemple. Tu vois, Calltic a une technologie de signalisation et acoustique et cela, ça t'attire, tu vois ? Est-ce qu'il y a d'autres informations comme ça qui t'intéressent ?

- Oui, oui, bien sûr, bien sûr. Bien sûr. Comme je le disais, je mets toujours la relation en relief la méthodologie, la méthodologie, tu comprends ? Ça c'est un...

- D'accord.

- De deux, il y a souvent des partenaires qui affichent sur leur site des use cases et des scénarios.

« On a détecté ceci », « on a pu sauver autant avec tel opérateur », etc., tu vois ? Quelque chose qui est vraiment matérialisée. Mais non donc ce sont vraiment des publicités attractives en fait.

- D'accord. Oui, c'est du bon marketing, on va dire, qui va t'attirer en fonction des use cases, par exemple sur les faux positifs, et cetera et sur la rapidité de détection de la solution.

- Qu'est-ce que font par exemple Subex dont je t'ai parlé? Eux à chaque mois généralement, il nous contacte à chaque fois qu'il détecte un cas. On n'est pas en partenariat, ils sont en train de nous démarcher, mais ils nous envoient ses use cases et scénarios détectés, puis ils expliquent. Et puis ils sollicitent même des apports, des rendez-vous avec nous pour nous partager l'expérience, histoire de nous « enrôler ». Est-ce que tu vois, ils le sont, voilà.

- Oui, histoire de garder contact avec vous.

- En plus ils mettent ça sur leur portail.

- D'accord, et tu reçois par mail alors c'est une invitation pour un événement ?

- Non, tu sais, généralement c'est partenaires. Là ils nous contactent. Par exemple, moi je suis Revenue Assurance and Fraud Manager, je suis presque tout le temps contacté. Ils essaient de m'écrire comme quoi ils vendent des solutions et cherchent un rendez-vous, Ils demandent mon adresse email, tu vois ? Ils demandent mon numéro de téléphone, ils cherchent comme ça. C'est ce qu'ils font en fait.

- Oui, c'est la pratique de de vente habituelle. Tu es souvent sur LinkedIn, Alassane ?

- Je suis sur LinkedIn. Oui, souvent.

- Est-ce que sur LinkedIn tu recherches des solutions parfois ou pas ?

- Oui, je recherche des solutions.

- Tout t'y fies beaucoup là-dessus ?

- Bon, pas trop. Comme je te l'ai dit, pas trop en fait. Généralement ce sont les solutions qui nous recherchent là-bas. Et ces gens nous contactent. On voit un peu l'utilité d'avoir une discussion avec eux ou pas. C'est généralement comme ça.

- D'accord.

- Mais n'oublie pas notre référence, c'est le groupe.

- D'accord. Oui, exact, c'est le groupe qui chez vous, qui va plus vous guider que LinkedIn, évidemment. Tu savais que Calltic était sur LinkedIn ou pas?

- Je ne sais pas si j'ai vu, si si c'est Dries ou quoi. En tout cas tu sais, parfois tu peux tomber sur des pages comme ça, mais sans retenir. Mais je ne me rappelle pas avoir vu. Pour être tout à fait honnête tu m'appelles pas avoir vu clairement Calltic.

- Tu vois, c'est ça justement la partie de de mon travail, c'est de comprendre ce qui fait que nos clients, nos partenaires actuels, dont toi et d'autres, comment ça se fait qu'on n'a pas réussi à savoir

qu'on était sur LinkedIn. C'est évidemment important et justement nous c'est une façon aussi de rester en contact avec le client, c'est par LinkedIn. Je pense que selon toi c'est quelque chose aussi qui te permet de rester en contact avec les fournisseurs.

- Bien sûr

- Et LinkedIn tu es dessus régulièrement? Tous les jours ?

- Régulièrement et je pense que je suis en contact avec Dries ? J'ai oublié.

- Je pense que c'est moi aussi. Je t'ai ajouté, il y a déjà longtemps.

- Voilà, tu m'as aussi. Et quand je compare aux précédents outils qu'on avait, je parle de Sigos, Mobileum, et t'as vu l'événement qu'on avait eu à Tunis ? Ils avaient même publié ça. Ils avaient vraiment médiatisé. Tu peux voir sur leur page, ils avaient publié des images, tu vois, il y a tout ça quoi.

- D'accord.

- Où il y a vraiment le réseau qui est là, il y a une connectivité et jusqu'à présent on est connecté. Bon, quand tu prends même Ignacio, Mathieu, et autres.

- Oui, ça c'est de nouveau le cas des références. Le fait que tu connais le réseau. Et eux ont travaillé chez le concurrent qui sont maintenant chez Calltic et évidemment ça accroît la confiance par rapport à la société quoi.

- Exactement, exactement.

- Et toi, tu te fies évidemment aux études de cas et au témoignage de client. Bon, on va dire que MTN vu que c'est le groupe, tu vas contacter MTN et eux vont te dire voilà telle et telle personne est chez nous ? Ou alors c'est directement moi qui te les conseille en tant que vendeur. Dans ce cas-là, est-ce que tu contactes aussi ? Imaginons ceux d'autres sociétés concurrentes telles qu'Orange ou autres ou c'est uniquement.

- Oui, bien sûr, souviens toi, je t'ai parlé d'une réunion synergique au niveau national où il y a tous les opérateurs et gérée par le Régulateur.

- D'accord, oui.

- Et le régulateur était au courant de votre venue avant qu'on ne commence, qu'on finalise nos discussions.

- Ah d'accord, OK.

- On avait annoncé parce qu'on avait un problème qu'on cherchait à régler, on leur a dit OK. Je t'avais parlé de ça. Je leur ai dit OK, on a, on est en train de recruter un nouveau partenaire, donc donnez-nous juste le temps de finir la décision avec ce partenaire et puis voilà.

- Oui.

- Je pense que ce problème sera réglé quoi, tu vois ?

- **Oui, d'accord.**

- Parce que ça faisait partie des actions, des points à discuter dans une réunion quoi. On a pris des engagements en tant que MTN Guinée vis-à-vis de ce comité, tu vois ?

- **Oui, Oui. Exact. Parce que le régulateur, évidemment derrière, pousse pour que vous ayez une solution optimale et à long terme quoi.**

- Imagine que si, si, par exemple, j'y annonçais là-bas qu'on doit commencer avec Calltic et puis un autre opérateur se lève et il nous dit, Ah nous, nous avons eu des soucis avec ce partenaire. Bien sûr ils vont le faire. Si toutefois il y en a une, tu vois ce que je veux dire ?

- **Exact. Oui, c'est là que qu'on parle de de de la réputation, évidemment du prestataire, que ce soit au niveau de la solution ou même le niveau de de la collaboration en soi.**

- Exactement, exactement.

- **Donc maintenant je compte sur toi pour que tu en parles avec Monsieur Barry chez Orange.**

- Ben c'est au cas où hein. Voilà, il est au courant déjà, il est au courant.

- **Oui, je l'ai eu il n'y a pas longtemps par mail donc je continue mon travail évidemment. Mais ici, bon voilà, ils sont contents de leur solution. Il faut juste trouver le moment, le moment opportun pour rentrer dans le système.**

- Oui, nous sommes quand même actuellement le seul opérateur en Guinée qui utilisent la signalisation.

- **Oui, exact.**

- Alors là, nous sommes le seul avec peu de problème et Orange a beaucoup de soucis en tout cas. Les réunions qu'on a eues récemment, là, ils ont beaucoup de SIMbox sur le réseau.

- **D'accord. Je ne comprends pas, C'est pourquoi ce qu'il ne veut, pourquoi ce qu'il nous contacte pas tout de suite?**

- Bon, ça c'est eux. Peut-être c'est leur process interne. Tout ce que je sais, c'est que c'est un peu ça. Nous, quand même, on est le moins impacté.

- **Oui. Donc plus ouvert à à prendre des risques de nouvelles solutions on va dire, plus innovantes.**

- Il fût un moment, on avait vraiment d'énormes soucis. Et quand vous avez pris la main, je pense que toi même tu l'as vu. Vos équipes ont confirmé que la tendance a vraiment baissé.

- **Effectivement, oui, ça a baissé et c'est le finalement le but de notre boulot, c'est de rester comme ça. Mais c'est surtout aussi maintenant de prévenir au cas où tu vois d'autres menaces qui peuvent venir par la suite. Donc effectivement, dans là le parcours client, tu as le début où le but c'est d'attirer le client. Et puis évidemment le but est de le garder hein et faire comme Sigos avec vous. Évidemment, ce sont des choses qu'on aimerait bien mettre en place par la suite et je viens justement pour te demander, tu reçois beaucoup de mails aussi, je suppose ? Les newsletters et cetera? Est-ce que tu les lis ?**

- Franchement, parfois, parfois, c'est très rare. C'est normal. Tu sais, newsletter, etc. C'est compliqué quoi. Moi je vous propose d'utiliser peut-être un autre moyen de communication. Certes vous allez maintenir ça mais peut être à chaque fois il y a des trucs, des news ou des mises à jour peut-être. Pourquoi pas via toi, commercial ou l'équipe commerciale, vous pouvez d'organiser des trucs, des sessions d'information, des réunions, par exemple.

- Envoyer plus des emails personnels que des newsletters. Pas à la 3e personne du singulier qui indique une promotion ou que sais-je, comme on voit dans les mails d'autres solutions de services. Tu préfères quelque chose de plus personnel?

- Oui je pense hein, sinon ça va passer à côté quoi. Parce que là bon, moi tu as vu, tu m'as posé la question par rapport au contenu, mais franchement je me rappelle avoir vu les mails. Mais je ne l'ai pas lu. Je l'ai vu passer, mais je ne l'ai pas ouvert.

- OK, c'est bien de savoir. C'est important évidemment de voir les comportements et ça change évidemment d'un pays à l'autre. Donc ça qui est très complexe.

- Tu sais, j'imagine, tu as beaucoup d'emails à lire.

- Ah oui, puis tu en copies beaucoup de mails, tu as des mails, du manager, de fournisseurs, des clients, des collaborateurs du groupe, etc. Donc évidemment il faut gérer.

- Oui. Là, beaucoup, il y en a beaucoup. Il faut prioriser quoi.

- Toute dernière question : si tu as des suggestions ou des recommandations sur la façon dont Calltic pourrait améliorer sa présence en ligne (ça peut être évidemment tout ce que tu veux) pour répondre aux besoins des clients potentiels.

- Bon, en fait, faites-vous connaître. Comme je l'ai dit, je sais que c'est une boîte jeune. Faites-vous connaître à travers des événements dont je t'ai parlé. Des forums, des sessions de travail. Dans les sessions d'information, vous partagez un input technologie ou parlez sur ce que vous faites et aussi diversifier vos activités. Ne vous limitez pas seulement à la signalisation. Il y a beaucoup de types de services que vous pourriez rendre.

- Exact.

- Tu as vu le service mobile money, il y a tout ce qui est traffic monitoring aussi. Et il y a beaucoup de choses tels que les outils Revenue Assurance. Bon tu prends Mobileum, ils le font. Diversifier les activités au-delà du simple bypass.

- Oui, tout à fait, parce que le bypass, on sait que ça va évidemment diminuer au fur et à mesure de du temps. Mais effectivement, comme je t'avais expliqué, on a commencé à mettre en place des projets de mobile money de refiling et de fraude SMS aussi. On est en train de les mettre en place et une fois que ces produits seront commercialisés officiellement, ils seront évidemment informés à chacun. Donc ne t'inquiète pas que tu seras au courant dans les premiers.

- D'accord.

- Je pense que t'as bien répondu à tout. Un grand merci de ton aide. J'ai fait le tour de toutes les questions.

- Bon, ça va.

- **Et je te remercie infiniment pour ton temps et pour toutes tes inputs dans cette interview.**

- Merci, c'est moi qui te remercie.

- **Avec plaisir. Bonne journée à toi.**

4. Interview Tarik Benabdillah – Inwi Morocco

Date : Friday 25th of August 2023

Durée : 49min

Interview via Teams Meeting: Tarik is based in Casablanca, Morocco and it was thus impossible to meet in person.

Language of the interview: French

Position: Revenue Assurance and Fraud Management

Status: Prospect, under a PoC project

In bold : François Depireux

Standard: Tarik

- **Bonjour Tarik, je te remercie de ton temps et d'avoir accepté cet interview. Ma première question est par rapport à ton expérience et ta profession chez Inwi. Bon, c'est assez clair hein, tu es maintenant manager de la fraude. Est-ce que tu veux ajouter autre chose? Parce que c'est très général, est-ce que tu vas ajouter autre chose plus technique?**

- Pardon, tu peux répéter s'il te plaît ?

- **Oui, par rapport à ton expérience et ta profession chez Inwi.**

- Oui.

- **Ta position actuelle dans la société.**

- C'est manager. Oui, c'est effectivement ça. Manager de la prévention, lutte contre la fraude, effectivement.

- **Voilà, et avant donc tu travaillais dans la même équipe, mais tu étais plus dans le technique, c'est ça ?**

- Exactement, donc dans l'entité de contrôle de la lutte contre la fraude. Donc j'ai un petit peu parcouru certains périmètres, donc on commence depuis 2009, ce que je faisais fièrement, c'est tout ce qui est fraude: fraude interne, la partie interne de la fraude et la fraude technique. Par la suite si je me rappelle: 2010-2011, j'ai changé de périmètre et je me suis attaqué à tout ce qui est fraude externe et surtout la fraude à l'interconnexion, tout ce qui est bypass, d'accord, je travaille avec les équipes.

- **D'accord.**

- Et depuis 2015, je me suis encore une fois converti en tout ce qui est fraude technique et interne parce qu'il y avait un certain départ, donc automatiquement je devrais assurer cette partie-là et un petit peu revoir tous les processus, revoir les contrôles mis en place, nécessaire donc, depuis 2015 à 2021, exactement. Donc, après le départ de l'ancien manager, de notre manager de l'équipe fraude, ça a été décidé en interne ici que je change de périmètre et que j'aie un périmètre plus large. Et je prends en charge toute l'équipe de Fraudes.

- **Avec notre cher Mohamed Tamsamani à la supervision.**

- Exactement, oui! Notre expert fraudes, c'est une référence, cher ami. C'est une référence, je te le dis, c'est une référence.

- **Oui, oui. Effectivement. On le voit, puis on voit avec les conférences qu'il fait avec le GSMA aussi.**

- Ah oui, sincèrement.

- **Oui, j'ai voulu aller aussi lui faire un entretien sur place quand on était à Casablanca en début juillet, mais ça ne s'est pas mis avec le voyage, on a eu pas mal de réunions. Et puis lui aussi évidemment était occupé. Donc je ne sais pas, j'espère pouvoir le faire peut-être d'ici le mois de septembre s'il est disponible. Je vais voir ça avec lui.**

- OK.

Et alors ? Avec justement, c'est une des questions que je te posais quand on parlait sur WhatsApp il y a quelques jours. C'est par rapport à toi. Comment tu te tiens au courant des dernières tendances au niveau prévention de fraude dans le secteur telco évidemment avec Inwi. Donc les plateformes, forums et les événements dont tu me parles, de la GSMA et des événements qu'il y a un peu partout en Afrique ou en Europe, est-ce qu'il y a d'autres choses ?

- Exactement, exactement. Alors comme je t'expliquais l'autre jour, donc effectivement notre source principale de tout ce qui est actualité de lutte contre la fraude, c'est la GSMA et tout ce qui va avec. Donc la GSMA, comme tu sais c'est un outil qui est très riche. D'ailleurs, comme tu sais, il y a beaucoup d'échanges qui se font indépendamment de la façon de faire. Donc il y a des échanges à travers des meetings qui sont des meetings sur Teams sur lesquels on assiste pour chaque opérateur. Et chaque acteur de cet organisme, il expose les dernières tendances de fraude, donc ça nous permet finalement d'être au courant de tout ce qui se passe dans le monde de la fraude, à l'échelle internationale. Bien sûr, on maintient aussi en parallèle une interaction presque quotidienne dans des groupes, même sur Teams. Qui sert effectivement à faire cet échange-là en temps réel. Chaque opérateur, chaque acteur, chaque acteur, il trouve une typologie de fraude, par exemple, il est là pour la partager. Et bien sûr pas simplement la typologie de fraude, mais les solutions qui vont avec.

- **D'accord.**

- Voilà, c'est notre source principale effectivement d'être au courant de ce qui se passe au niveau de la fraude dans le domaine Télécom. Bien sûr, derrière, nous aussi on essaye de chercher un petit peu sur le net, sur tout ce qui est social networking et tout ça. Les solutions, les tendances, les pratiques fraudes, les solutions anti-fraudes, les partenaires qui assurent des solutions anti fraudes, et bien sûr s'il y a des sujets nouveaux de fraude. On cherche toujours à ce qu'il y ait des solutions qu'on peut développer, in-house, à l'intérieur de Inwi. Sinon, si ça nécessite, bien sûr qu'on soit adossé à une prestation, à travers un prestataire. Systématiquement on est là pour challenger ses prestataires, de trouver, tout d'abord, les prestataires et essayer de les challenger pour voir si effectivement la solution répond à notre besoin.

- **D'accord.**

- Grosso modo, c'est les sources ou bien c'est notre façon de faire pour pouvoir effectivement être au courant en temps réel et bien sûr suivre la tendance actuelle de tout ce qui fraude.

- **D'accord, et justement, tu parles de de recherche sur Internet, tu crois en la recherche via Google ?**

- Sur Google bien sûr. À travers d'autres outils qu'on est à notre disposition, qui nous permettent effectivement de ressortir pas mal de sujets. Ce n'est pas, comment dire, exhaustif, ce n'est pas autant

que la GSMA, mais au moins ça permet effectivement de sortir certains use cases fraudes et bien sûr certaines solutions qui mènent à combattre ces choses.

- D'accord, et quand on regarde sur Google, généralement tu fais quel type de recherche ? Tu mets quel mot clé ?

- Pour la fraude ?

- Oui. Pour la fraude bypass principalement.

- Pour le bypass, généralement les solutions sont très connues, donc nous ce qu'on fait.. Donc généralement, quand on essaye de chercher, c'est effectivement de chercher les nouvelles typologies de fraudes. D'accord ? Tout ce qui est fraudes et interconnexion. Je dis par exemple bypass, le détournement de trafic international, l'IRSF, etc. Ce sont des fraudes qui sont très classiques, d'accord ? Mais sincèrement, donc, ce sont des fraudes qui sont très classiques. Plus ou moins on a mis certaines dispositions pour pouvoir les combattre et on est en train d'améliorer ces dispositifs. D'accord, ça c'est sûr.

- D'accord.

- Mais en parallèle, ce qui est le plus important, ce n'est pas simplement de d'améliorer les dispositifs par rapport à des fraudes classiques, mais aussi de trouver d'autres pratiques parce qu'on sait bien qu'un domaine de fraude, il y a la fraude. Il y a aussi que la fraude, il y a l'anti-fraude et l'anti anti-fraude. Donc systématiquement tu auras toujours une évolution de fraude. Je donne un titre d'exemple de ce qu'on a qu'on a détecté récemment.

- Oui

- C'est l'IMSI catcher. L'IMSI catche c'est, si tu connais cet équipement, un équipement qui est utilisé généralement dans l'anti-fraude et certains sont généralement dans tout ce qui est repérage des sites frauduleux. L'IMSI catcheurs est donc d'ailleurs je ne sais pas ce que j'ai le droit de le dire, mais X (confidentialité) utilise un IMSI catcheurs pour pouvoir faire de du drive test. Actuellement on a trouvé que les fraudeurs, ils exploitent les IMSI catcheurs pour faire de de de l'arnaque. Alors donc c'est un équipement qui est installé. Bon, je vais un petit peu de d'expliquer juste pour te donner un exemple des nouveaux use cases qu'on a qu'on arrive à trouver. C'est un équipement qui est utilisé dans une voiture et commence à circuler dans la ville et automatiquement ils catchent tous les GSM, les téléphones qui sont en autour de cette voiture. L'objectif c'est quoi ? L'objectif, c'est de interagir avec ces téléphones là et le renvoyer des SMS d'accord ? Des SMS, de type par exemple, de type bancaire, d'accord, il envoie un client un SMS, c'est comme Monsieur client reçoit un SMS de sa banque.

- D'accord, oui.

- En lui demandant de cliquer sur un lien et d'aller modifier son login et son mot de passe de compte bancaire. Donc c'est une pratique qu'on a aperçu ici au Maroc. D'ailleurs, il y a certains clients qui ont subi cette pratique-là, juste à titre d'exemple, François, d'accord ? On est en train de chercher comment détecter ces équipements ? Parce que techniquement, à date c'est très difficile de les détecter parce que ce trafic là qui est échangé entre IMSI et les clients, tu vois ?

- Oui.

- On ne va jamais le voir sur la plateforme réseau donc on est en train de voir et de chercher des solutions qui va nous permettre d'effectivement, à titre d'exemple, de combattre typologie de fraude, parce qu'on sait bien que c'est un use case qui va évoluer dans le temps. D'accord, tout ce qui est arnaque, surtout tout ce qui est mobile money, tout ce qui est argent donc ça va évoluer, c'est sûr et certain, ça va évoluer et o, aura plus d'impact surtout côté expérience client pour Inwi.

Il faut avoir les moyens pour pouvoir déceler, remonter, prévenir et aussi détecter ces cas de fraudes. Donc, comme j'ai dit tout à l'heure notre façon de faire, c'est à la fois effectivement d'améliorer l'existant. D'accord ? Donc on a, comme je l'expliquais, ça fait un bon temps qu'on a une carte cartographie de risque, d'accord ? Et bien défini par la suite, si tu veux-je me la partager avec toi. Avec certaines maturités donc il y a certains contrôles qu'on est mature, d'autres qu'on a pas une maturité qu'on a 50% et bien d'autres, d'autres périmètres, fraudes ou bien d'autres contrées qu'on est mature, qu'on est faible mature. Donc de ce qui mature, on essaie d'aller chercher autre chose pour surtout, par exemple, les cas sur lesquels on est sur le volet détection, même pas le volet prévention. Donc on essaie de switcher vers la partie prévention et ça va nous aider à améliorer notre expérience client. D'accord ? Notre intervention sur cette typologie de fraude est pour la partie, comme j'ai dit qu'on n'a pas une maturité qui est excellente. On essaie d'augmenter notre maturité à travers, comme j'ai dit, les solutions qui sont sur le domaine, sur les marchés d'une façon générale et bien sûr de trouver les bons partenariats et les bons partenaires qui peuvent nous accompagner. D'accord ? il ne change sur ces use-cases et bien sûr amener à avoir une maturité totale sur ces use-cases. Voilà donc ça c'est la politique, c'est notre façon de faire. OK pour ce qui est pour tout ce qui est contrôle et prévention contre la fraude.

- D'accord, et donc tu disais, tu cherchais parfois ça peut arriver de chercher sur Google une solution ?

- Effectivement, je cherche à travers Google, parfois on est mené à interroger nos partenaires parce qu'on sait bien que nos partenaires sont des experts dans le domaine de lutte contre la fraude. Et autant que leur position sur le marché, ce sont des acteurs de contre la fraude donc systématiquement ils doivent être au courant de toutes les pratiques frauduleuses et aussi trouver les solutions nécessaires pour pouvoir combattre l'outil de fraude. Donc on a plusieurs façons de faire. Comme j'ai dit, tu as le le GSMA à travers le networking, tu as tout ce qui est sur la recherche sur le net et aussi à travers, parfois, même notre partenaire.

- Les partenaires qui peuvent dire «non, on ne fait pas ça » ou « oui, on le fait ».

- Exactement ? « Oui, on le fait », ou bien effectivement, c'est bien « Laisse-moi voir exactement qu'est-ce qui se passe au niveau du marché ». Je sais que quand tes partenaires, ils ont pas mal de portefeuilles de contacts sur lesquels ils peuvent se baser pour avoir une solution qui peut résoudre le problème de l'opérateur.

- Oui, ça c'est effectivement ce qu'on fait aussi chez Calltic. Si un client veut du TCG. Ben évidemment, on ne fait pas ça. O leur dit « si vous voulez du TCG, allez chez telle ou telle prestataire ». Évidemment ce qu'on appelle de la collaboration, on va dire.

- Oui. Bien sûr, bien sûr.

- Qui n'est pas direct, mais indirect.

- Je sais

- Et toi, quand tu fais des recherches, quel est ton plus grand défi pour trouver une nouvelle solution ?

- Donc, c'est à dire ?

- Quand tu recherches quelque chose, est-ce que tu ça t'arrive d'avoir du mal à trouver ce que tu veux.

- Tu peux reformuler la question s'il te plaît ? Je suis désolé.

- Oui, donc t'es plus grand défi en ligne quand tu quand tu cherches une nouvelle solution contre la fraude SIM Box par exemple, est-ce que ça t'arrives de faire face à des défis ou tu ne trouves pas l'information que tu veux? Un manque d'informations par rapport à tes attentes ?

- Oui. D'accord. Bien sûr, bien sûr, comme tu l'as bien dit tout à l'heure. Ce que je pense personnellement. Bon, effectivement parfois on cherche l'information concernant des use-cases fraudes, quelle que soit la typologie. Pour les fraudes classiques, généralement tu trouves une réponse, d'accord ? Tu trouves une réponse et tu trouves une solution. Mais prenons l'exemple, comme tu l'as dit, pour la tout ce qui est SIMbox, les solutions proposées sont majoritairement des solutions classiques, à savoir tout ce qui est TCG et tout ce qui est machine learning. Donc c'est la tendance actuelle, d'accord ? Mais, entre nous, sincèrement François, d'ailleurs c'est la même chose pour Monsieur Tamsamani.

- Oui. Exact.

- L'idée est qu'on a du TCG, on a du machine learning, mais il faut toujours chercher tout ce qui est nouveau. Mais j'avoue d'accord parce que surtout, prends le cas d'exemple de notre collaboration et notre challenge entre nous, nos deux boîtes. C'est effectivement donc tout ce qui est par exemple pour la partie SIM Box, le onnet, on peut dire qu'il est maîtrisé parce que tu as toutes les informations nécessaires concernant ton réseau avec les CDR, avec l'activation, avec la localisation, et cetera, et cetera, qui te permettent un petit peu de travailler plus sur la partie prévention, la détection et être plus performant au lieu de temps d'intervention. Par contre, surtout pour la partie offnet, tu n'as pas à l'agilité au niveau d'intervention parce que la simple raison tu as juste les CDRs. Donc oui le TCG, effectivement, c'est un c'est un élément qui te permet effectivement de détecter tout ce qui est fraude, soit au offnet ou onnet, bien sûr d'une façon très très pertinente, parce que c'est du TGG. Une machine learning quand même, ce n'est pas aussi performant au niveau de offnet. Onnet, oui. Mais le offnet quand même il y a des résultats qui ne sont pas aussi satisfaisants pour la partie offnet. Du coup prends toujours le même exemple, on cherche des solutions qui nous permettent d'aller vers ça, d'aller vers des solutions qui couvrent certaines use cases ou bien certains cas, pour la partie SIM Box par exemple, qui couvrent la partie. Où on est le moins performant, à savoir le offnet. On est moins performant, ce n'est pas parce qu'on ne veut pas mais on n'a pas les moyens pour faire, d'accord ? On a juste les CDRs donc du coup ça ne te permet pas d'aller plus loin pour détecter. Donc il faut bien sûr des solutions qui sont là pour augmenter cette performance et nous donner le plus de la possibilité d'élargir notre performance au niveau de la détection sur une typologie qu'on ne peut pas maîtriser, d'accord ?

Alors qu'est-ce que je voulais dire aussi ? Donc en parlant du offnet, effectivement on parlait de offnet.

- La technologie ?

- Oui, concernant la technologie effectivement, donc on cherche tout ce qui nous est nouveau d'accord ? Parce qu'on sait bien que dans le domaine de fraude, les personnes, les têtes pensantes des réseaux de fraude, ce sont des personnes qui sont calées en IT, ce sont des personnes de métier. Tu vois ce qu'on voit ici par exemple pour la SIMbox, les arrestations, qu'on fait ici au niveau du terrain et tout ça, c'est juste le bas de la pyramide. D'accord, c'est des exécuteurs, mais normalement les personnes-là qui font de la fraude réellement ce sont des personnes qui sont calées, connues en IT et ils connaissent le sujet. Ils essayent d'innover en termes de tout ce qui est fraude donc du coup pour nous, il faut aussi les challenger, nous challenger et aller vers tout ce qui est évolution qui nous permet effectivement, de contrer ces personnes-là. Aussi d'être à la hauteur et au même niveau de connaissance qu'eux. En termes de formation, donc il faut avoir une formation continue pour l'ensemble des équipes. Effectivement pour suivre cela.

- **Exact.**

Et aussi penser comme la tête de la pyramide, tu vois ce que je veux dire ? Voilà. Et pour cela bien sûr, être au courant de tout ce qui est avant ces technologies, en terme Télécom par exemple pour nous.

- **Exact.**

- Être au courant de tout ce qui est solution innovante à part ce qui est classique, d'accord, ce qui est classique et comme ça, on arrive à suivre. Sinon, si tu négliges ça, la formation et le fait d'être au courant tout ce qui est marché, systématiquement à un certain moment, tu vas te tirer une balle dans la tête. Ah mais c'est sûr, c'est sûr.

- **Oui, oui. Et comment tu as connu Calltic, toi ? C'est via l'interne que tu l'as connu ou autrement ?**

- Calltic, alors je connais à travers Mohamed. Donc je pense Mohamed a échangé avec Guy. Donc Guy, tu sais c'est un ancien partenaire donc on a toujours gardé le contact avec Guy. Donc, je pense que Guy, il sait bien que Mohamed cherche toujours tout ce qui est innovation en termes de tout ce qui est fraude. Donc à chaque fois qu'il y a des nouveautés, il propose à Mohamed des solutions et là Mohamed est preneur de toute solution et c'est comme ça qu'on a pu. On a pu bien sûr rentrer en contact avec vous.

- **Oui, je me rappelle tout à fait au début, en mars 2022, alors quand on a, quand on était venu et qu'on a commencé les discussions. Effectivement, ce n'est pas la première fois que j'entends qu'au final le nom de Calltic est directement lié à Guy, donc ce n'est pas lié à un vendeur qui a trouvé finalement la société. Ici c'est juste la relation qui est en Télécom, depuis peut-être 10 ans entre Guy et Mohamed.**

- Oui. C'est le Network, effectivement. Ce que j'ai remarqué. François, c'est aussi ce que je pense personnellement, c'est que les boîtes de lutte contre la fraude, il faut qu'elles communiquent encore plus. Malheureusement, il n'y a pas cette communication plus d'accord. Oui, je sais qu'ils sont là, ils sont présents dans les forums télécoms, je pense que c'est le cas pour vous aussi. Mais quand même, la communication il faut qu'ils trouvent plus de canaux de communication. D'accord ? Et de cibler effectivement les opérateurs, quel qu'il soit et quelle que soit la dimension de l'opérateur. Parce que la fraude c'est partout, tu vois. Il faut que qu'ils améliorent un petit peu le dispositif de communication d'accord ? Et comme ça je pense quand tu as dit tout à l'heure, oui il y a certains opérateurs qui ont des problèmes de fraude mais ils n'ont pas des pistes pour pouvoir trouver les bons partenaires, pour combattre cette fraude-là.

- Oui. C'est ça je te disais justement. Ils ne sont parfois peut-être pas au courant qui existent telle ou telle solution. Comme la solution acoustique justement de Calltic. C'est vrai que parfois on a expliqué la solution et puis ils nous regardent : « mais ça existe ça ? », je leur réponds : « ben oui ». Et au final je me dis : mais comment ça se fait qu'ils n'ont pas été au courant de cette solution alors qu'il y a la GSMA et cetera. Tu conseillerais quoi justement toi comme canal de communication, ou autres canaux à utiliser?

- Autres canaux de communication ?

- Sur lequel tu penses qu'il y aura un impact.

- Je te fais une proposition?

- Vas-y.

- Est-ce que vous avez la possibilité d'organiser, je ne sais pas, des séminaires? Des séminaires avec les acteurs et les opérateurs, il faut essayer de penser à ça aussi. Comme ont fait par exemple Subex, par exemple. Ils organisent des forums et ça leur permet de ramener plus de personnes et être présent.

- Oui, Sigos aussi. Oui, ça c'est un canal plus de networking et en personne, on va dire.

- Oui.

- Ce qu'on appelle plutôt le marketing offline. Donc c'est vraiment, on va dire que tu communique une invitation et puis derrière tu organises un événement qui rassemble tout le monde.

- Exactement

- Et LinkedIn tu en penses quoi par exemple ?

- LinkedIn, il est très bien. Pour la communication et pour effectivement faire passer certains messages. Mais bon, est-ce que tout le monde l'utilise ? C'est ça la question.

- Et c'est vrai que, on va dire, tu vas plus être amené à aller à un événement et même être plus intéressé à participer à un événement, quelque part. Évidemment, ça fait partie de nos plans dans le futur de pouvoir nous permettre d'inviter de nos clients actuels pour qu'ils puissent aussi échanger sur plein de fraudes, enfin sur des cas, et cetera. C'est super intéressant. Et en attendant évidemment, moi je vois que LinkedIn, enfin en tout cas personnellement moi j'adore, c'est là qu'arrive à contacter des acteurs que je n'arrive pas à contacter par mail. Tu sais bien que parfois les mails, ce n'est pas la meilleure option et donc ça me permet de garder contact aussi via là-bas. C'est un réseau social qui a énormément eu de d'influences dernièrement.

- Bien sûr.

- Mais c'est vrai, comme tu dis. Tout le monde n'utilise pas.

- Oui, c'est ça le problème. Peut-être aussi, par exemple, si vous avez un partenaire dans un pays à votre déplacement, vous pouvez voir d'autres opérateurs comme tu essayes de faire avec Maroc Télécom et avec Orange. Ça aussi ça peut aider effectivement à faire connaître vos produits. Donc vous êtes, par exemple, dans un pays, regardez l'ensemble des opérateurs qui sont là et essayer d'entrer en contact avec eux.

- Évidemment.

Je ne suis pas très fort en terme de communication mais bon c'est juste des idées que j'essaie de partager avec vous.

- Oui, mais c'est le principal, c'est le but aussi de de l'échange ici et justement quand tu parles de communication, bon il y a l'internet, il y a les événements et puis aussi le site Internet. Est-ce que tu as déjà été sur le site de Calltic ?

- Oui, oui, oui.

- Tu te souviens ce que tu as des souvenirs qui te reviennent comme ça, des choses qui t'ont peut-être marqué, des choses qui t'ont ou peut être déçu ou surpris ?

- Non, concernant quoi ? Concernant l'information disponible sur le site ?

- Oui, on va dire le site en général, tu vois quand tu vas sur un site, tu t'attends à voir : qu'est-ce que c'est ? Qu'est-ce qu'ils font ? Où ils sont ? Quels sont les membres de l'équipe? et cetera.

- Si je me rappelle bien, si je me rappelle bien François, donc l'information, elle est explicite sur le site donc sincèrement, c'est mon point de vue, je ne sais pas d'autres personnes ou bien d'autres projets ce qu'ils vont dire. Mais personnellement ce que je vois donc à travers mon petit background et ce que j'ai vu sur le site, c'est assez explicite. Et ça répond effectivement à ce que vous faites et ce que vous avez comme solution. Donc sincèrement, personnellement, il n'y a pas de remarque négative ou des points qu'il faut améliorer. Pour moi, le site très communiquant. Il faut juste, comme j'ai dit, par la suite, pour la partie communiquer, essayer trouver d'autres canaux de communication, surtout pour les personnes bien pour les opérateurs qu'ils n'ont pas cette possibilité ou bien des canaux de communication qui sont développées. Et aussi il y a un point qui est très important, il ne faut pas l'oublier : ça dépend aussi de la politique de de l'opérateur. Il y a certains opérateurs qui n'ont pas aussi d'importance pour tout ce qui est lutte contre la fraude.

- D'accord, oui, exact.

- Je te donne un titre d'exemple, je ne voulais pas le dire, mais je te le dis. Comme je t'ai dit tout à l'heure, donc quand on a parlé de la catégorie des risques, on a 4 domaines de fraude sur lesquels on agit. On a la partie interconnexion, on a la partie distribution, la partie externe et la partie technique. Donc c'est 4 domaines de fraudes. À l'intérieur, tu trouves des dizaines de typologie. Prenons le cas de Maroc Télécom : Maroc Télécom, quand j'interagis avec Adil, je sais bien que pour eux, la fraude, c'est tout ce qui est interconnexion. Mais même, c'est juste la SIMbox et d'autres typologies de fraude, ils ne sont pas traités. Tu vois ce que je veux dire ? Donc c'est pour cela que je dis que c'est un point qui est très important.

- Oui.

- C'est effectivement, c'est la communication mais il faut aussi prendre en considération que certains opérateurs ne donnent pas aussi d'importance à la fraude, d'accord?

- Exact.

- Donc c'est pour cela que tu ne vas pas les trouver très actifs ou bien même membre de GSMA ou bien actif dans ces forums et tout ça. Donc, il faut les chercher. Il faut parfois, et c'est votre rôle en

tant que partenaire, en tant que prestataire de service et de solution antifraude. Il faut aller les voir, leur faire comprendre, les challenger et voir les pertes qu'ils ont effectivement. Et créer ce besoin, d'accord ? Créer ce besoin et bien sûr proposer les solutions adéquates pour répondre à ça.

-Exact. Ouais, tout à fait. Ça dépend aussi des pays?. C'est aussi le comme tu dis, on sent qu'il y a besoin de faire quelque chose contre la fraude. Certains, on a eu bon aller leur expliquer 10 fois, si pour eux il n'y a pas d'importance, Il n'y a pas d'importance malgré que tu sois le meilleur vendeur de toute l'Afrique, ça ne passe pas quoi. Ça dépend un petit peu avec qui tu parles ?

- Oui effectivement, mais quand je pense, quand tu vas parler de, par exemple, si tu es en train d'exposer effectivement les typologies de fraude qu'il peut y avoir sur un opérateur Télécom. Surtout pour le top management, quand tu parles d'argent, c'est là ça devient une autre discussion. Non, il faut cibler l'argent, il faut parler d'argent, d'accord. Les pertes, c'est ça qui est très important.

- J'ai une question liée par rapport à ce qu'on voit comme information sur un fournisseur sur Internet. Par exemple, quand tu regardes sur le site, Bon, tu vas voir comment fonctionne la solution. Mais, quand tu es généralement un peu technique, tu vas dire « bon ok ça a l'air pas mal ». Tu vas regarder bon s'il y a des cas concrets de la solution quelque part, mais surtout ce que tu penses comme autre question par rapport à cette partie-là ? Des résultats ? Est-ce que tu vas regarder s'il y a des cas de figures ? Des chiffres. Si Calltic indique que tel opérateur avait autant de fraude, tu vois ?

- Oui, c'est que tu parles des références, c'est ça ?

- Voilà les références, mais surtout les sujets. Par exemple tel fournisseur met autant de temps à détecter ou les faux positifs. Est-ce que selon toi, c'est quelque chose qu'on que tu dois aussi englober dans ta recherche avant de te décider ?

- Bien sûr. Alors comme j'ai dit, notre façon de faire d'une façon générale. Donc on voit les solutions. Les solutions les plus innovantes au niveau de la lutte contre la fraude sur le marché, d'accord ? Si effectivement on voit que certaines solutions qui sont innovantes par rapport à ce qu'on a actuellement, qui sert à améliorer le périmètre de contrôle et les périmètres de détection, et bien sûr quand tu as parlé de référence pour le prestataire ou bien le partenaire de solution anti-fraud, c'est très important. Là, tu vois exactement les partenaires avec lesquels ce prestataire effectivement il interagi. Il a les solutions qui sont installées. Ça, c'est un point qui est très important. Mais ça n'empêche que si je parle du contexte Inwi, le fait de challenger la solution, le fait de lire ce que fait la solution, c'est bien. De voir exactement comment il fait, l'aspect technique, etc. Quelle solution? Comment elle est ? Qu'est-ce qu'ils traitent? Qu'est-ce qu'elle fait? Qu'est-ce qu'ils détectent? Peut-être avoir aussi certains chiffres que le partenaire peut afficher sur son site ou bien présenter quand il y a un échange entre nous et le prestataire, c'est génial. Mais on est toujours vers cette réflexion d'aller vers un test physique, un test de la solution elle-même. D'accord ? C'est un PoC, c'est avec tous les partenaires qu'on a actuellement. Avant d'acquérir la solution, on fait PoC. On fait un vrai challenge pour la solution. Parce que le contexte fraude, surtout pour si on parle du domaine de l'interconnexion, ça change de pays en pays.

- Exact.

- La fraude interconnexion au Maroc, ce n'est pas la même chose en France, c'est pas la même chose en Niger, c'est pas la même chose au Cameroun. C'est autre, tu vois ? C'est vraiment différent, d'accord? Et d'ailleurs il y a pas mal de solutions qu'on a testé, que ça marchait dans certains pays, ici ça ne marchait pas. Tout simplement parce que la façon de faire ou bien les réseaux de fraude,

comment ils sont organisés ici, ça ne permet pas de donner des résultats satisfaisants à travers les solutions. D'accord ? Donc le POC, ça nous permet effectivement d'avoir cette visibilité sur la solution, en mode réel. Ce qui se passe réellement sur notre réseau et ça nous permet effectivement de dire, est-ce que ça a des solutions ? C'est une solution qui répond à notre besoin. D'accord ? Est-ce qu'il est égal à ce qu'on a comme solution qui sont déjà implémentées ? Oui ? Non ? Est-ce que ça dépasse ses besoins ? Oui ? Non ? Et comme ça, ça nous permet effectivement de faire ce choix de solution. Donc c'est comme ça qu'on opère chez Inwi, c'est notre façon de faire.

- D'accord.

Repérer les solutions innovantes qui permettent de couvrir les choses qu'on n'a pas couvertes, les challenger techniquement à travers un PoC comme tu le dis, et à ce moment-là, c'est la décision qui vient par la suite. Effectivement, est-ce que c'est une solution qui répond à notre besoin ou bien il faut passer l'autre ?

- D'accord, oui, exact. Qui le PC aussi permet de mettre les mots sur des résultats. Le marketing fait aussi son boulot de bien vendre une solution, de mettre des beaux mots, et cetera, de mettre des beaux graphes ou tu vois que la fraude diminue. Mais c'est vrai qu'on nous avait déjà dit une fois pour te donner l'anecdote, c'était en anglais : « too good to be true ». Donc trop beau pour être vrai. En fait, la personne ne croyait pas vraiment en les capacités de la solution et c'est quelque chose qu'on garde souvent comme message et qu'on utilise dans le marketing maintenant, parce que c'est vrai que ça c'était « too good to be true », mais on l'a prouvé avec le PoC.

- Exactement

Et évidemment le PoC, c'est un investissement, ça prend du temps, mais c'est vrai que c'est convaincant et beaucoup, beaucoup le demandent encore.

- Je sais. Effectivement, effectivement.

- Alors, je continue dans les questions. Il y avait une question, c'était par rapport à : si tu devais faire une recherche dans Google, on parlait tout à l'heure sur la fraude bypass, quels seraient les mots clés que tu utiliserais ? Donc si tu te vois maintenant taper sur Google, t'as besoin d'une solution bypass innovante, ou que sais-je, et tu vas chercher sur Google, qu'est-ce que tu mettrais comme mot?

- Sans réfléchir je te dirai « bypass »

- Bypass

- Quand tu mets bypass, ce qui va sortir c'est très large, tu vois ?

- Oui, c'est trop large.

- Donc systématiquement tu essaies un petit peu de cibler ta recherche à travers tout ce qui est fraude bypass Télécom par exemple, fraude d'interconnexion, ces mots-là qui permettent effectivement de ressortir l'ensemble des recherches sur des sites qui parlent sur le sujet et même de proposer des partenaires sur lesquels ils proposent des solutions fraude, bypass et interconnexion. Solution fraude en Télécom, tu vois ? C'est ça qu'on peut utiliser pour pouvoir faire des recherches, généralement quand fait des recherches sur le net.

- D'accord, et toi, quand tu recherches, tu vas te fier au premier lien qui sont indiqués telles que les publicités Google ?

- Non, non, non, non, non du tout, du tout. Tu sais bien ce qu'est Google. C'est un référencement, d'accord ? Et le référencement ce n'est pas toujours fiable. Tu vois ce que je veux dire ? Donc pour nous, sincèrement, pour moi personnellement. Quand je fais une recherche dans indépendamment de sujets fraude, je vais dans les pages le plus maximum possible donc je cherche jusqu'à ce que je trouve la réponse ou bien le voilà le site ou bien la réponse qui peut-être plus proche, qui répond à mon besoin.

- **D'accord**

Donc généralement, quand on cherche, ce n'est pas simplement on va aller sur le premier site parce qu'on sait bien que le référencement, c'est peut être quelqu'un qui a un peu d'argent. Tu sais il peut référencer et apparaît en premier avec un peu de sponsoring et tout ça. Mais là on cherche toute sorte. Et avoir le retour qui répond à notre besoin. On a même, juste pour partager avec toi en off aussi. On a même une solution ici à Inwi, qui est utilisée dans un autre contexte, c'est le contexte de la veille, la veille marketing. D'accord, il utilisait ce mot par les Marketeurs pour voir exactement les nouveautés des offres sur le marché de Télécom et aussi suivre les tous les sujets qui parlent de Inwi.

- **D'accord.**

- D'accord, c'est un outil qui est acquis par l'équipe marketing. Il est utilisé même aussi par l'équipe de com externe. On a aussi on a pu avoir un module, le même outil, qui nous permet effectivement de faire des recherches ciblées à travers des mots clés d'accord. Et quand tu recherches, il recherche sur tous les moteurs de recherche disponibles, à savoir Google, à savoir Bing et cetera, et cetera.

- **D'accord. Elle a été en fait elle condense la recherche donc tu n'as pas besoin d'aller sur Google en soi, tu vas directement cette plateforme-là qui ?**

- Exactement, c'est vrai, il travaille sur les moteurs de recherche les plus connus.

- **D'accord.**

- Oui, pas seulement Google.

- **OK. Intéressant même ça c'est vraiment interne alors?**

- Oui, c'est vraiment chez vous quoi, c'est interne. Donc on a pu utiliser ça effectivement pour faire ce genre de recherche, donc à travers tout ce qui est solution, fraude, tous les sujets qui parle de la fraude de façon générale, soit les solutions et soit même les pratiques fraudes.

- **D'accord, OK, alors ça t'évite déjà d'aller sur plusieurs plateformes. Bon, c'est bien que Google c'est généralement à 95%, voire même plus d'utilisation. Et donc justement ça c'est aussi un gros thème. Moi aussi j'ai fait comme toi, j'ai mis « bypass fraudes », et cetera. Et c'est vrai que je vois beaucoup Latro, je vois beaucoup Mobileum.**

- Oui. Mobileum, Subex.

- Mais en fait, ça dépend. Parfois on est même nous en première ou en deuxième position, tu vois ? Et c'est ça que je me dis.

- Ça dépend de la recherche. Ça dépend, je pense, du mot clé utilisé.

- Voilà, mais des fois, je ne trouvais pas de corrélation et puis parfois, tu mets simplement « solution innovatrice bypass » et Calltic est en 2e page, tu vois ? Donc c'est ça que je me suis dit : « C'est bizarre ». Et en fait, c'est vrai qu'il y a bon voilà Latro et Mobileum, ce sont des sociétés qui sont beaucoup plus expérimentées et beaucoup plus vieilles que Calltic, par exemple. Et ils ont probablement beaucoup plus de moyens marketing. Un jour quelqu'un m'avait dit qu'il ne faisait pas confiance à la publicité parce que, pour lui, ça rendait l'image du fournisseur qui a un souci de se trouver des clients. L'image qui donnait avec de la publicité, c'était une mauvaise image, tu vois ? - C'est pour cela, je t'ai dit tout à l'heure. Pour nous, ce n'est pas simplement d'avoir un site sur lequel il parle sur la solution mais aussi de tester sa solution.

- Voilà. Oui, les mots ça s'écrit. Mais quand tu testes la solution, là tu as les résultats et là tu peux juger la solution à ce qu'effectivement ça répond et les performances.

- Exact. Donc toi la publicité de notre dérange pas mais tu vas de toute façon tester quand même.

- Pas de problème. Au contraire, ça nous permet de challenger ces personnes qui font de la publicité.

- Je vais voir si je peux en faire un petit peu sur Google avec du budget marketing (rire). OK, alors je continue, on a plus que quelques minutes, donc je vais te poser les questions principales. Tu parlais des références et des témoignages. Est-ce que pour Calltic ou même Latro que vous avez actuellement, est-ce que tu t'es fié aux références avant de te décider de collaborer avec eux ?

- Écoute, si on parle d'une façon plus programmatique et plus directe. La majorité des personnes effectivement, d'une façon générale, fraude, antifraude ou bien autre domaine. Ils essayent de créer ce partenariat avec un avec un prestataire, ils font attention aux références de de ce prestataire donc c'est très important, ils font ça. Mais entre nous, surtout les startups ou bien les entreprises qui offrent quelque chose de nouveau, d'innovant. On sait bien que ces startups et ces nouvelles entreprises, donc automatiquement tout ce qui est référencement et partenariat ne va pas être aussi développé que les boîtes qui sont très connues, tu vois ?

- Oui.

- Mais il faut leur donner cette chance-là, il faut leur donner la possibilité effectivement de les challenger à travers la solution qu'il offre. Donc personnellement, la référence, oui, je regarde, mais je ne fais pas trop attention. Pour effectivement avoir ce choix-là de partenariat bien avec choix d'interagir avec ce prestataire.

- D'accord, ça t'aide, mais ce n'est pas...

- Surtout pour tout ce qui est novation, on va bien de l'innovation.

- Oui, exact, parce que l'innovation bon, même si tu peux être le premier à utiliser l'innovation, tant mieux quoi.

- Exactement.

- OK. Donc ce n'est pas forcément lié à : « je vais aller voir quel opérateur travaille déjà avec tel société. Et puis je vais les contacter quoi ? »

- Exactement. Je t'ai dit tout à l'heure. Le contexte de fraude, il est différent d'un pays à l'autre, même si tu as les grandes références en termes de Télécom, ça ne veut pas dire que ta solution aurait effectivement fonctionner chez moi. D'accord ? Parce que c'est peut-être le réseau de fraude chez moi, c'est un autre contexte, une autre façon de faire.

- Oui

- Donc oui, c'est un point sur lequel on peut se référer. Mais généralement ce n'est pas le point principal pour prendre la décision. Est-ce que j'ai interagi avec le partenaire ou pas.

- D'accord, et une fois que tu as, on va dire, déjà une collaboration, donc là on parle vraiment du fait que tu as signé avec un prestataire. Tu t'attends à plus voir des messages du commercial et opération et cetera. On va être plus personnel, où est-ce que tu t'attends quand même avoir d'autres, d'autres moyens de communication après la signature du contrat ?

- Tu parles donc que la prestation, elle est là, il est opérationnel alors ?

- Voilà donc on va dire, entre la signature du contrat et l'expiration de l'autre contrat. Bon, c'est déjà arrivé. On en parlait justement avec Mohamed dans certains cas de figure, pour pas citer des noms, tu te retrouves un service clientèle où tu n'as aucun contact avec le fournisseur. Bon tu as la prestation, tu as la solution, mais il n'y a aucune relation derrière. Évidemment ce qui t'amène à éventuellement ne plus vouloir travailler avec le fournisseur.

- L'interaction, oui, oui. Alors effectivement donc, notre position d'une façon générale avec les partenaires, ce n'est pas simplement, on n'est pas des consommateurs, tu vois ? Il y a certains opérateurs, je connais une société qui des consommateurs de la solution. D'accord, il y a une prestation qui est là, et ils consomment. Nous d'ailleurs, Lanse peut en témoigner, on est plus dans cette dynamique de challenge entre l'opérateur et son prestataire. On est toujours en interaction d'accord, dans les deux sens.

- Voilà.

- C'est à dire on challenge notre prestataire. Effectivement, sur certains sujets, on n'est pas simplement des simples consommateurs, mais on est là pour qu'il nous accompagne dans l'évolution, dans l'autre activité. Et aussi on est là pour l'apporter les éléments nécessaires. Effectivement, et même pour réussir à évoluer dans son domaine de lutte contre la fraude. Et ça, c'est un échange qui est win-win pour tout le monde. D'accord ? Donc déjà, on a vécu l'expérience auparavant avec pas mal de prestataires, on le vit aujourd'hui avec donc avec mal de prestataire. Avant, ce n'était pas le cas mais actuellement on est plus dans une collaboration à un seul sens. D'accord, il n'y a pas une interaction que tu vois qui mène à une collaboration qui est très saine.

- Oui

- Et du coup, on n'est pas preneur de cette façon de faire. On est plus des équipes de fraude qui sont là, qui consomment ce qu'on reçoit. Mais en parallèle on challenge nos partenaires sur pas mal de choses.

- Ce qui me paraît, mais je crois que c'est aussi quelque chose de très culturel, surtout au Maroc surtout aussi, non ?

- Je te dis non.

- Non ?

- Malheureusement, c'est non. Oui, exactement. C'est pour cela. Je t'ai dit tout à l'heure, ça dépend de l'opérateur. Tu vois, comme j'ai dit l'exemple de tout à l'heure, certains opérateurs n'ont pas la même façon de faire. Par contre, nous je ne sais pas ce que c'est dû à parce qu'on aime ce métier là et on est passionné par ce métier-là. C'est pour cela qu'on est dans cette dynamique d'interaction avec les partenaires ou bien sûr d'autres facteurs qu'on ne sait pas mais bon. Cette façon de faire, entre les 3 opérateurs, on est les seuls à le faire, à agir comme ça, exactement. Être plus large dans le domaine de fraude, on cherche toujours les nouveautés, on essaie de challenger et d'aller plus loin dans tout ce qui est détection de fraudes

- Vous êtes les plus productifs.

- Exactement ? Oui, on n'est pas dans le fait de travailler comme ça, à la chaîne, et d'une façon très classique, non au contraire. Mais comme j'ai dit, je pense que le facteur d'être passionné de ces métiers, il a de l'effet dans cette façon de faire.

- Oui, tout à fait. Et toi, est-ce que tu lis beaucoup de newsletters ?

- Oui, bien sûr.

- Les mails, c'est quelque chose que tu lis beaucoup ? Parce que j'ai déjà entendu certains qui disent « J'ai trop de mails, je n'ai pas le temps de regarder ça ». Mais si imagine toi, on te dit Calltic va créer une newsletter et que chaque mois on envoie un mail avec des cas fraudes.

- Ouais, bien sûr.

- Ça, c'est quelque chose que toi tu...

- Bien sûr, cher ami. Si tu es dans le domaine surtout de contrôle d'une façon générale et tu ne vois pas ce qui se passe sur la marché à travers les newsletters? Parce qu'un moyen de communication au-delà de tout ce qui se passe en dehors des emails. Les emails, la newsletter, c'est une façon de communiquer. Donc à chaque fois, il faut être là et bien sûr prendre le temps de lire tout ce qui se passe dans le monde de Télécom. D'accord ? Et à travers tous les canaux de communication, même les newsletters.

- Exact. Oui, tout à fait. Surtout les newsletters te permettent de cliquer sur des articles, partager et transférer. Et LinkedIn, tu utilises beaucoup ?

- Oui, aussi, bien sûr.

- Est-ce que tu suis Calltic, ou pas ? (Rire). Je vais aussi aller vérifier.

- Je vais aller vérifier (rire). Excuse-moi, je n'ai pas posé la question, vous êtes sur GSMA?

- Ouais, on est présent, on est d'ailleurs Guy a fait un speech, c'était à Bucarest. C'était il y a, je ne sais pas si Mohamed était là-bas, c'était il y a un mois ou deux.

- Je pense qu'il était là-bas, attends, voilà à Bucarest ?

- Oui

- En Roumanie, c'est ça. Oui, il était là.

- Oui, c'était à Bucarest, effectivement, et donc Guy présentait un de fraude roaming là-bas, chose qu'on voit de plus en plus. Donc tu sais comment ça fonctionne, ce sont des accords que vous avez certains opérateurs dans les pays et donc il y a beaucoup de fraudeurs bypass. Et effectivement ça nous a permis (cf. GSMA) de faire comme tu, comme tu as mentionné, pas de créer un événement et inviter les clients actuels, ça c'est quand même un level beaucoup plus élevé, mais au moins on a déjà commencé par l'étape un, qui est de présenter Calltic à la GSMA.

On a aussi été au Mexique avec mon collègue Filip où on a présenté la solution là-bas donc ça permet déjà, ce n'est pas du contenu en ligne évidemment, c'est du contenu avec un objectif commercial et c'est vraiment aller sur place et de faire connaître Calltic en tant que personne en allant sur place. Ce n'est pas comme sur LinkedIn ou tu crées une publication et puis tu le fais partager, tu vois ce que je veux dire ?

- D'accord, oui.

- Mais c'est vrai que la GSMA aide énormément pour faire des meetings en ligne, et cetera. Mais c'est vrai que LinkedIn, je me dis qu'il y a un potentiel très grand derrière, je pense. Mais c'est vrai que c'est ça que je te pose la question. Beaucoup de LinkedIn et de Google, c'est pour comprendre derrière en fait l'attente par rapport à ça.

- Voilà.

- On a passé l'heure donc je vais te laisser reprendre tes activités. Je te remercie en tout cas.

- C'est toujours un plaisir d'échanger avec toi, François.

- Oui pareil. À défaut de le faire à Casablanca, on le fait ici en ligne.

- Oui, avec grand plaisir, avec grand plaisir, François.

- Merci beaucoup. En tout cas ça va beaucoup m'aider pour le travail.

Merci à toi, merci à toi. Si tu as besoin de quoi que ce soit, tu peux échanger avec moi sur WhatsApp donc je vais l'avoir te répondre, pas de problème.

- C'est super à tout grand merci. Et puis à bientôt à Casa. Je pense que je reviendrai dans les prochains mois donc on se tient au courant, inshalla'h. Passe un bon week-end. Merci Tarik, à bientôt hein, à toi aussi. Ciao salut.

- OK François, mes amitiés à toute la famille François, merci. Bon week-end, bye bye, merci beaucoup, merci, au revoir, bye.

5. Interview Lyla Lassal - Ooredoo Algeria

Date : Thursday 21st of September 2023

Durée : 37m

Interview via Teams Meeting: Lyla is based in Algiers, Algeria and it was thus impossible to meet in person.

Language of the interview: French

Position: Revenue Assurance Operational Director

Status: prospect under PoC implementation

In bold : François Depireux

Standard: Lyla Lassal

- Parfait, merci beaucoup. Lyla, en tout cas de d'accepter l'interview. Ça me fait vraiment plaisir. Il y a quand même pas mal de questions, mais je vais essayer de faire en sorte que je ne prenne pas tout ton temps non plus, ça va?

- Oui, oui, super.

-Alors, une première question, c'est de savoir comment toi, tu te tiens au courant des dernières tendances en matière de de prévention de fraudes, évidemment de fraude bypass, mais ça peut être aussi tout type de fraude.

- Ben écoute, je regarde les newsletters.

- D'accord.

- Et puis, alors les newsletters, je regarde ce qui se passe sur LinkedIn principalement. Donc toutes les publications du secteur. Voilà principalement. Bon j'ai on a aussi accès à GSMA, donc je check de temps en temps ce qui se passe. Donc les articles qu'ils font, les tendances au niveau de GSMA aussi.

- D'accord, une question au niveau des newsletters, c'est celle du GSMA où les newsletter de groupe anti-fraude, et cetera?

- Un peu les 2. Les groupes de fraude et de revenus assurance. Les newsletters de des principaux organismes comme GSMA et forum principalement.

- D'accord et sur LinkedIn, tu suis plutôt, on va dire, des personnes qui sont aussi dans le secteur de la fraude comme des personnes qui sont dans d'autres pays qui aussi ont le même statut en tant que directrice de Revenu Assurance?

- Oui, oui. En fait, il y a plusieurs groupes de Revenu Assurance et professionnel sur LinkedIn donc je suis ça et je suis aussi les personnes qui sont publient souvent dans ce type de secteur.

- Il va falloir que je publie un peu plus alors (rires)

- Oui. (rires)

- Moi, je publie de temps en temps, mais c'est vrai que ça fait partie aussi des plans, de la visibilité. En tout cas, c'est important. Est-ce que tu as vu Calltic sur LinkedIn, ça te parle?

- Calltic en lui-même ? Non, je n'ai pas le souvenir, mais bon, comme je suis abonnée à toi, à Guy, donc à certaines personnes de Calltic, je vois vos publications. Mais sinon celles de Calltic, je ne pense pas.

- **Tu ne le vois pas, d'accord.**

- Je me je n'ai pas souvenir.

- **OK, ça va. Merci de l'information et bien évidemment je, je vais déjà répondre à ta question sûrement. On va dire d'une échelle d'un à 10. Quelle est l'importance selon toi qu'une société enfin, en tout cas, qu'un fournisseur de bypass, enfin, de solution bypass, soit sur LinkedIn ?**

- Ah Ben très importante, je dirais 10.

- **Ça me paraît clair.**

- Oui.

- **Oui, non, mais effectivement c'est très important et c'est justement une chose que je voyais en faisant l'analyse de de la situation. Il n'y a pas que Calltic qu'il y a d'autres, d'autres solutions, d'autres concurrents qui sont peu présents et évidemment d'autres le sont plus. Mais ça, ça joue énormément. Je pense surtout sur LinkedIn.**

- Oui, oui, non, non, vraiment oui, ça joue, c'est vrai.

- **Et toi, Lyla, quand tu recherches une nouvelle solution donc on va dire que voilà, tu te rends compte que tu as des problèmes de fraude SIM box. Tu ne connais pas encore et tu vas devoir chercher une solution. Par quel procédé tu vas, tu vas commencer?**

Je recherche en fait sur LinkedIn, je fais avec des mots clés ou je le fais aussi sur Google de temps en temps. Ce n'est pas quelque chose que je fais fréquemment, mais de temps en temps, je regarde sur Google aussi. Aller sur LinkedIn avec, soit fraude, soit SIMbox soit fraude, bypass. Avec des mots-clés quoi. Voilà. Pour voir s'il y a éventuellement un article de quelqu'un et sur Google.

- **D'accord. En fait, j'ai eu pas mal de de retour à avec d'autres interviews que j'ai fait. C'est plusieurs pays, notamment Maroc, tu vois j'ai vu aussi en Côte d'Ivoire, Guinée et cetera. Certains m'ont dit qu'ils n'ont pas trop confiance aux premiers liens qui sont des publicités Google. Ils ont dit : « moi si je vois qu'il y a une publicité et qu'il y a tel fournisseur. Bah ça me donne l'impression qu'il a des difficultés à trouver des clients et qu'il fait de la pub » Tu en penses quoi toi de cette information-là ? Tu es d'accord ou pas ?**

- Non, je ne suis pas d'accord, non, non, je ne suis pas d'accord. Non, je me dis, il est en train d'investir dans sa visibilité. Je ne me dis pas qu'il a des difficultés.

- **OK, c'est fou les contradictions entre soit entre opérateurs, soit entre culture, c'est incroyable mais c'est intéressant en tout cas. Et toi, généralement quand tu fais une recherche sur Google, tu regardes les premiers liens ou tu fais un scroll de en fonction de ce que tu trouves?**

- Bon Ben je ne veux pas dire que je regarde que les premiers liens mais généralement. c'est ce que je fais, je veux dire, je vais pas trop investir de temps dans cette recherche. Donc généralement c'est ce que je fais.

Je ne vais pas défiler, je veux dire, je ne veux pas défiler 20 pages pour la recherche d'un fournisseur. Là, non. Évidemment, tu vas prendre le temps, oui, que ce soit que la recherche soit quand même aussi efficace et optimisée. Il faut quelques minutes quoi.

- D'accord, dans les mots clés donc tu me disais, c'est une SIMbox bypass, est-ce que tu as encore d'autres mots clés en tête ?

- Bon après, ça dépend du sujet, je le fais aussi sur le revenu assurance mais principalement c'est ça.

- Comment as-tu connu la société vraiment avant que je n'arrive moi, vraiment tout début quoi. Donc on a commencé en 2017. Je ne sais pas que tu as connu la société avant, mais comment est-ce que tu l'as connue?

- Sincèrement, je me suis posé la question. Je n'ai pas trouvé de réponse, mais il me semble que c'était un mail de Frédéric ou quelque chose comme ça, il me semble. Soit un mail, soit une publication.

- C'était de sales tout cas.

- Il me semble que c'était ça ? Oui, oui. Il me semble que c'était ça.

- OK.

- Parce que bon, ça remonte quand même à plusieurs années.

- Oui. En plus, Frédéric, à ce moment-là, tu le connaissais aussi de Meucci, non?

- Ah oui, oui, oui, je le connaissais, oui, oui, il était déjà venu.

- Chez vous ?

- Chez nous, oui.

- Ouais d'accord et quand tu as reçu le mail. Généralement c'est d'aller voir sur Internet. Bah qu'est-ce qu'il raconte? Tu te souviens du site la première fois que tu as visité, tu as des souvenirs de ton expérience sur le site?

- Sincèrement non. Alors je ne sais pas si je suis partie sur le site où j'ai directement vu la documentation.

- Que Fred t'aurait envoyé

- Ouais je pense plutôt. Je n'ai pas le souvenir sincèrement, désolé.

- Non, non il n'y a pas de mais, c'est justement, il faut absolument que tu sois honnête dans les réponses, ça me permet de voir aussi en fonction de l'expérience du site internet pour voir si c'est vraiment quelque chose qui est d'utilisé. Ça reste une façade, une société, évidemment. Si tu vas voir sur le site, il n'y a pas tout qui est abordé pour garder ce côté confidentiel aussi, vu que c'était encore tout nouveau la solution.

Donc justement si tu dois regarder sur un site internet un fournisseur, qu'est-ce que tu vas regarder au niveau technique de la solution? Qu'est-ce que tu ferais avec une solution anti bypass?

- Sincèrement, je trouve que les sites n'ont pas assez de solutions, de détails. Et comme je suis plus dans le détail, vérifier comment on détecte, qu'est-ce qu'on détecte. Donc je ne regarde pas trop le site en soi.

- Je contacte directement l'entreprise pour avoir une présentation et une discussion, soit je demande plus d'informations. Mais les sites, je les trouve un petit peu vide. Pas vide mais, bon c'est normal après hein je comprends qu'il y ait ce côté un peu confidentiel surtout pour Calltic et c'était comme c'était un petit peu...

- Nouveau ?

- Oui, nouveau un peu. C'est une approche révolutionnaire, donc je comprends. Mais voilà, je ne me fie pas trop à ce qu'il y a sur le site. Je vais plus dans la recherche d'informations et de détails.

- D'accord ? On va dire qu'ici, il y a quand même des graphes, et cetera. Mais effectivement, si tu essaies de comprendre en détail bon, qu'est-ce qu'ils font vraiment pour détecter ? Tu dis mais en fait leur solution elle a l'air trop belle pour être vraie. Et c'est ça la difficulté évidemment.

- Oui, et puis bon, quand on regarde les sites, généralement, c'est toujours la même information, ils combattent la fraude. Ils se mettent en avant. Après, c'est le même contenu, on va dire. Je veux dire, si je regarde le site de FraudBuster c'est la même chose. Subex, c'est la même chose, donc bon.

- C'est un peu redondant quoi, hein, t'as envie de d'avoir le côté plus personnel?

- Oui bon je je comprends, je comprends mais bon. C'est pour ça que bon, je ne me fie pas trop à ce qu'il y a sur le site parce que chacun dit que sa solution est la meilleure et qu'on arrive à des résultats extraordinaires. Mais bon.

- Oui.

- Ça reste insuffisant comme détail sur la méthode, etc.

- Exactement. Si tu vois un site et tu te dis bon eux, ils mentionnent qu'il y a PoC possible ou au moins un test, c'est quelque chose qui pourrait influencer aussi dans ta décision de les contacter?

- Oui, pourquoi pas ? Enfin, je oui, je ne me suis jamais posé la question, mais oui.

- D'accord, donc selon toi, ce n'est pas quelque chose de primordial, c'est plus une discussion qui se fait par la suite?

- Oui.

- D'accord. Autre question, Lyla. Les références, les témoignages et études de cas. Je voulais avoir ton avis là-dessus et l'importance que toi tu y places.

- Ce n'est pas important pour moi. Ce n'est pas important parce que bon, franchement, j'ai déjà eu des références pour plein de systèmes, ce n'est pas pour autant que lorsqu'on les a implémentées, on a vu le résultat ni la vraie valeur ajoutée. Donc non, je ne fais pas trop, c'est pas une question de confiance, mais bon chacun a son environnement on va dire. Et comme on a des environnements différents et des fraudeurs différents. Ce n'est pas essentiel et ce n'est pas très important pour moi.

- Si tu devais faire une recommandation à Calltic pour améliorer sa présence en ligne. Bon je pense à LinkedIn et le site que tu n'as pas vu vraiment vu, ce qui est tout à fait ok. Ne t'inquiète pas. C'est juste pour comprendre ici: qu'est-ce que tu pourrais toi recommander à Calltic pour mieux répondre aux besoins? Évidemment de clients ou clients potentiels quand ils ont besoin d'informations sur la société. Je ne sais pas si ma question a bien été claire.

- Oui, oui, je réfléchis. Peut-être un peu plus de détails. Pour guider un petit peu la compréhension.

- D'accord

- Et puis un peu plus de publications sur LinkedIn pour un peu plus de visibilité. Je pense.

- C'est un très bon conseil, je te remercie.

- Je t'en prie

- Certains m'ont dit: "Ah oui, vous devriez éventuellement organiser des événements Calltic ne fut ce que ce soit en ligne". Certains parlaient beaucoup de la GSMA aussi et de participer aux événements, Tu vas beaucoup aux événements GSMA?

- Non, non, je n'ai jamais vu l'utilité, on va dire ça comme ça. Mais organiser peut-être un événement Calltic pour les clients oui, et donner un peu plus d'informations et donner les détails. Et oui, probablement ça aiderait.

- Oui bon évidemment, ici on parle de Calltic. Bon la réalité est autre hein (cf. fusion). C'est quelque chose qui pourrait intéresser beaucoup de gens. Donc évidemment ça, ce sont des suggestions que je partagerai.

- Oui, par exemple, je sais que FraudBuster, par exemple, il y a quelques années, et ils ont organisé ici en Algérie, un forum et ils ont invité tous les opérateurs locaux et c'était très intéressant comme discussion. Bon, ce n'est pas pour autant qu'on a souscrit, mais c'était très intéressant de voir l'explication. C'était Jérémy, c'était le CEO à l'époque, je pense donc c'était lui qui s'était déplacé pour nous expliquer sa solution.

- Ah oui, c'était le créateur. Oui, oui, tout à fait.

- Araxxe le fait aussi.

- Oui, je sais qu'Araxxe le fait, et je sais que Sigos le faisait beaucoup aussi avant d'être racheté par Mobileum.

- Oui, mais bon, eux, ils font des événements plutôt régionaux. Araxxe avait fait aussi en local, donc avec les opérateurs locaux, et ils avaient même invité le régulateur. Pour vous montrer en fait, sa solution et le pourquoi du comment et tous les détails. C'était vraiment très intéressant. Bon nombre était déjà client Araxxe. C'est intéressant d'échanger avec et tous les opérateurs locaux.

- Et surtout le régulateur qui, au final, a toujours le mot à dire.

- Il a toujours bon, il a toujours le mot à dire, mais c'était une manière aussi pour qu'ils comprennent.

Qu'est-ce qu'on est en train de faire en tant qu'opérateur. Ils savent que qu'on est en train de lutter contre la fraude, mais ils n'ont pas beaucoup de détails, donc c'était intéressant de leur expliquer et qu'ils prennent conscience en fait des efforts que tous les opérateurs font.

- Le régulateur s'occupe de plein de choses, sauf la fraude.

- Ils ont d'autres priorités, ils ont pas mal de choses à régler, je suppose, que leur département fraude.

- Voilà, ils vous contactent souvent pour voir comment ça se passe, mais eux ne font pas de recherche eux-mêmes de solutions, et cetera. Si je ne me trompe pas.

- Non, non, pas du tout, pas du tout.

- D'accord, d'accord, OK ça, c'est bien noté toi, Lyla, au niveau de ta position, donc directrice, ce que tu as une préférence de contact des vendeurs. Est-ce que tu préfères en ligne, par mail ou WhatsApp, téléphone et cetera.? Surtout pour les démarches, je veux dire.

- Oh je ne sais pas, le tout est correct. Je veux dire, pas d'importance. Je lis mes mails, je lis mes messages, je prends généralement les appels donc il n'y a pas de souci, je n'ai pas de préférence.

- D'accord.

- Mais les, les mails, ça fonctionne bien aussi. Et même les messages sur LinkedIn fonctionnent aussi.

- Ah, je vois ça, il y en a de plus en plus. Moi, je j'utilise souvent LinkedIn. C'est vrai que les réponses peuvent être parfois rares. Le taux de réponse est beaucoup plus élevé que les emails. Ça, ça c'est certain. Ça dépend des sociétés. Ça dépend des cultures. En tout cas il y a beaucoup de variétés en fonction des interviews que j'ai eu, c'est très intéressant.

- Un petit instant, je suis en train de vérifier toutes mes questions.

- Prend ton temps.

- Imagine-toi le cas où on a le PoC concluant, il y a une collaboration entre la solution Calltic et Ooredoo. Tu t'attends à à quoi après ? Donc on va dire que tu connais déjà Calltic. Dans l'idée du parcours client, tu as passé l'étape de l'achat de la solution. Qu'est-ce que t'attends au pré-achat? Pardon, on va dire au post-achat plutôt ? On parle plutôt du service clientèle, et cetera. Est-ce que tu t'attends à des communications spécifiques ? Quel type de communication, quel type d'information tu souhaites, et cetera ?

- Tu veux dire généralement sur les réseaux ou?

- Ça peut être simplement le parcours client, donc vraiment toi, en tant que personne Ooredoo. En tant que société ce que vous attendez du staff Calltic, au niveau du service clientèle, des ventes au niveau de la communication. Est-ce que tu es plutôt une personne qui n'a pas besoin de contact ? Ça m'arrive parfois où j'ai très peu de contact avec mon client parce qu'ils sont satisfaits et voilà, ils n'ont pas besoin d'appeler. D'autres avec qui je suis en contact chaque semaine pour des suivis. Ils attendent aussi des retours de analystes assez régulièrement. Tu vois donc c'est voilà plus par rapport à cet aspect-là.

- Moi ce que j'attendrai, ça serait effectivement un suivi, donc un suivi avec un Project manager. Quelqu'un qui est dédié en fait à Ooredoo et avec soit des Weekly reviews, soit un monthly call pour voir ce qui a été détecté. Quel est l'impact sur la fraude. En fait, les résultats de l'opération. Voilà en général. Un suivi des détections des analyses pour avoir en fait de la visibilité sur ce qu'on est en train de faire. Même si on est satisfait, ça reste important de suivre.

- Exactement. Oui, c'est ce qu'on appelle le service clientèle pure et simple. Bon, chacun a une notion différente de service client. Évidemment y a les consommateurs et y a les clients, les vrais clients.

- Oui.

- Qu'est-ce qui te fidélise, en tant que client ? Donc, il y a évidemment la partie bonne des résultats et si la solution est bonne. Il y a d'autres choses?

- Oui, oui, oui, la collaboration, la réactivité. Je veux dire, ouvrir un ticket et attendre des semaines pour voir avoir une réponse ou avoir une résolution, ce n'est pas pas très efficace, ce n'est pas du tout idéal donc une réactivité dans la prise en charge soit des problèmes, soit des questions.

- D'accord. Je pense que j'ai fait le tour des questions ici, je vérifie une dernière fois. Oui, je pense que c'est bon ici Lyla, si jamais j'ai peut-être d'autres questions à te poser éventuellement, je peux t'envoyer un message, un message sur WhatsApp ou autre, en tout cas de ce que je regarde ici. Tu as répondu à toutes les questions, c'est top.

- N'hésite pas, il n'y a pas de souci.

- Merci beaucoup.

- Pas de problème.

- Un tout grand merci. En tout cas, Lyla, pour ton partage et ton temps et toutes les informations. Ça va bien m'aider pour la rédaction comme je le disais, il y a beaucoup de contradictions entre chacun donc moi ça m'aide aussi à évidemment avoir une idée.

- Ben je t'en prie et je te souhaite beaucoup de courage dans la rédaction de ton mémoire.

- Merci à toi et on se tient au courant.

- Oui, super merci beaucoup François, au revoir.

- À bientôt. Merci Lyla, salut.