

1, 2, 3 GO

Les start-ups innovantes du parcours 1, 2, 3 GO : **One Telecom**

Créée en 2006, One Telecom propose des services télécom adaptés au secteur B2B. One Telecom est un opérateur Telecom agréé auprès de l'ILR (Luxembourg) et de l'IBPT (Belgique). Très rapidement, One Telecom a étendu le panel de ses services avec la création de son département Wifi. Il y a deux ans, One Telecom a décidé de diversifier ses activités et a développé une plateforme de billetterie en ligne pour l'événementiel, connue sous le nom TicketOne. Le projet One Telecom a participé à l'édition 2009-2010 du parcours de Business Plans 1, 2, 3 GO.

Interview avec Amit Ram (AR), fondateur et CEO de One Telecom.

1, 2, 3 GO : Depuis le début du parcours 1, 2, 3 GO, comment votre entreprise a-t-elle évolué en termes de ... nombre d'employés ?

AR : Le nombre d'employés à temps plein est resté stable car nous préférons travailler avec des sous-traitants externes en cas de besoin.

... gamme de produits ou services ?

AR : Initialement, One Telecom était un revendeur de minutes B2B au Luxembourg. Nous avons très vite compris que nous avions une valeur ajoutée dans la vente B2B grâce à notre outil de facturation qui permet à nos clients business de customiser les détails de leur facture télécom en fonction de leurs besoins.

Nous avons ensuite développé notre département Wifi pour pouvoir offrir des services VoIP et Voice over Wifi. Grâce à notre savoir-faire et nos compétences techniques en matière de télécom, nous sommes capables d'offrir aux organisateurs, en sus des services de billetterie, une solution globale. Ainsi, les organisateurs d'événements ont un partenaire unique pour tous leurs besoins.

Notre plateforme de billetterie est différente de celle de la plupart de nos concurrents car nous intégrons sur le site de l'organisateur ou sur sa page Facebook un module de réservation en ligne et le client n'est donc pas redirigé vers





un site mutualisé. L'organisateur a accès à un site administratif sécurisé qui lui permet d'obtenir toutes les informations et statistiques relatives à son événement. Cet outil lui permet également d'envoyer des invitations VIP et des newsletters, de générer des mailings correspondant aux demandes de ses clients et de lancer des actions marketing ciblées.

...ouverture vers l'étranger et partenariats ?

AR : Au départ l'intégralité de notre chiffre d'affaires était réalisée au Luxembourg. Ces dernières années, cette tendance s'est renversée et une grosse partie du chiffre d'affaires est réalisée en Belgique. Nous y avons remporté plusieurs cahiers de charges pour l'installation de réseaux Wifi dans différentes communes belges. Cette tendance d'ouverture vers l'étranger devrait s'accroître car nous sommes en pourparlers avec plusieurs partenaires locaux en Europe, en Asie et aux Etats-Unis pour revendre les services de notre billetterie TicketOne.

...positionnement face à la concurrence ?

AR : Au niveau de la billetterie en ligne, nous avons beaucoup investi dans le développement software pour fournir à nos clients des modules sur mesure. Nous consacrons beaucoup de temps à décrypter les besoins de nos clients et essayons de créer des modules qui pourront être exploités par le plus grand nombre d'entre eux.

...financement ?

AR : Nous avons privilégié les fonds propres pour débiter. Pour des projets de plus grande envergure, nous essayons toujours de trouver des solutions « win-win » avec nos différents partenaires et fournisseurs.

1, 2, 3 GO : Quelles furent vos principales difficultés ? Comment les avez-vous surmontées ?

AR : Il n'est pas facile de travailler avec le secteur public et d'obtenir un premier contrat en l'absence de références concrètes ; cela relevait de la mission impossible. A force de travail et d'acharnement, nous avons réussi à persuader les responsables de projets de nous laisser faire un test gratuitement. Ce test s'est révélé très concluant et

c'est ainsi qu'on a ensuite remporté notre premier cahier de charges. Après avoir installé nos réseaux Wifi dans plusieurs communes, le bouche-à-oreille commence à faire son effet et nous décrochons des contrats beaucoup plus facilement.

1, 2, 3 GO : Qu'est-ce que le parcours 1,2,3 GO vous a-t-il apporté dans la concrétisation de votre projet d'entreprise ?

AR : Le parcours 1,2,3 GO m'a permis de rencontrer des personnes qui ont pu me prodiguer des conseils dans divers domaines et me donner une autre perspective de mon projet. Ces conseils m'ont permis de consolider mon business plan et d'éviter certains écueils. Ce parcours m'a donc permis de gagner un temps précieux et d'aller directement à l'essentiel.

1, 2, 3 GO : Est-ce que vous vous faites toujours coacher ou accompagner aujourd'hui ?

AR : Je connais mes points forts et mes faiblesses et j'ai appris à déléguer. Ceci est la clé de ma productivité car cela me permet de me concentrer sur l'essentiel, à savoir, la vente. Je me suis entouré de personnes ayant chacune une grande expérience dans des domaines divers et je n'hésite pas à les consulter en cas de besoin.

1, 2, 3 GO : Quelle est votre philosophie en tant qu'entrepreneur ?

AR : J'ai un tempérament qui va à contre-courant, je n'ai pas peur de commettre des erreurs car ce sont ces mêmes erreurs qui me permettent d'avancer et me stimulent pour atteindre mes objectifs.

Il est très important d'être constamment à l'écoute de nos clients, de comprendre leurs besoins et leurs demandes et tout mettre en œuvre pour satisfaire leurs attentes. Il faut pouvoir accepter les critiques pour constamment se remettre en question et trouver des solutions innovantes.

Ces atouts sont essentiels pour créer une relation de confiance mutuelle qui est la base de tout succès commercial.

1, 2, 3 GO : Merci pour ces précisions !