

Zeitschrift: Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology
Herausgeber: Swisscom
Band: 79 (2001)
Heft: 6

Artikel: Courtiser la clientèle
Autor: Gürtler, Stefan
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-876554>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Bluewin

Courtiser la clientèle

Sur le marché suisse des fournisseurs d'accès à l'internet, Bluewin entend se démarquer de la concurrence non plus en tablant sur les technologies utilisées, mais en misant de plus en plus sur le confort offert aux clients finaux. Un coup d'œil dans les coulisses du portail le plus visité de Suisse.

Le portail de Bluewin recense soixante-dix millions de consultations par mois; quelque 550 000 internautes actifs utilisent les services Bluewin et font confiance à la filiale de

STEFAN GÜRTLER

Swisscom pour surfer sur la toile. Pour remporter de tels succès sur un marché extrêmement concurrentiel, tout doit fonctionner parfaitement à l'arrière plan. Le recours aux technologies les plus avancées se révèle indispensable pour qu'un fournisseur de services internet puisse adopter une approche résolument axée sur le client et se faire une place dans la chaîne de création de valeur. Aujourd'hui, Bluewin est opérationnelle dans quatre secteurs. Au cœur même de ses activités, on trouve tout d'abord l'ac-

cès à l'internet. Le portail, véritable vitrine de Bluewin, présente quant à lui une offre complète en matière de contenus, de commerce en ligne et de publicité. Rebaptisé Application Services, le troisième secteur d'activité réunit l'ancien HostCenter de Swisscom, qui crée et héberge des sites web et des boutiques virtuelles pour les PME et en assure la maintenance. Enfin, Directories assure la diffusion et la maintenance d'annuaires imprimés et électroniques comme l'annuaire téléphonique ou les pages jaunes.

Comment les clients se connectent ils par milliers au réseau?

Pour qu'un internaute puisse surfer sur l'internet, il faut qu'à l'arrière plan une série de processus s'accomplisse en l'espace de quelques secondes ou millisecondes. Lorsqu'un client appelle le fournisseur d'accès en composant un nu-

méro commençant par 0840, le réseau téléphonique intelligent de Swisscom détermine dans un premier temps l'endroit d'où provient l'appel. Ensuite, ce dernier est aiguillé vers le POP le plus proche (point de présence ou point d'accès). Relevons que Bluewin dispose d'un POP dans chaque zone d'indicatif. Véritables porte d'entrée de l'internet, ces nœuds constituent l'interface entre le monde de la téléphonie analogique ou numérique et le monde IP (Internet Protocol). Pour franchir cette porte d'entrée matérialisée par le POP, l'internaute doit saisir son nom d'utilisateur et son mot de passe, qui sont ensuite envoyés via le réseau fédérateur à l'application Radius de Bluewin. Première étape de l'ensemble du processus d'authentification, cette application transmet les informations reçues sur l'utilisateur à la banque de données client. En l'occurrence, il s'agit d'une banque de données Oracle qui gère les services autorisés et les données personnelles de quelque 900 000 internautes. Une grappe (cluster) d'ordinateurs Sun disposant de quelque 10 gigaoctets de mémoire vive et de dix unités centrales (UC/CPU) gère les informations, dont le volume peut atteindre les 1000 gigaoctets (1 téraoctet). Il ne faut guère plus de 50 millisecondes à la banque de données pour traiter une demande de Radius et renvoyer au POP une multitude d'informations : le nom d'utilisateur et le mot de passe correspondent-ils au profil d'un client Bluewin? L'utilisateur a-t-il souscrit un abonnement au service FreeWay ou Highway? Peut-il grouper deux canaux ISDN pour naviguer plus vite ou est-il limité à un seul canal? De quels services proposés par le portail peut-il bénéficier? Lesquels sont gratuits et lesquels lui seront facturés? Pour les clients ISDN, toutes ces opérations sont effectuées en moins de deux secondes.

C'est seulement une fois «à l'intérieur» que l'internaute peut soit surfer librement sur l'internet, soit accéder à un large éventail de services. Il peut par exemple chercher des numéros de téléphone dans l'annuaire électronique (ETV), envoyer des messages courts



L'un des quelque 300 collaborateurs de Bluewin installés dans la «Blue Tower» en verre de Zurich.

(SMS), créer sa propre page d'accueil ou encore discuter en temps réel avec des amis grâce au service Messenger. Tous les services se fondent sur les technologies Java les plus récentes, dont l'utilisation de servlets et de la technologie JDBC (Java Database Connectivity). Cette dernière permet d'établir les autorisations d'accès en toute simplicité dans la banque de données client. La bonne intégration des services dans le système global facilite également le développement de fonctionnalités en fonction du type d'abonnement. Ainsi, un client abonné au service HighWay ne peut envoyer un SMS à un ami depuis son Messenger que si celui-ci n'est pas déjà en ligne.

Services à large bande et convivialité

L'accès à l'internet constitue toujours l'activité essentielle de Bluewin. Toutefois, ce domaine a également connu de profonds bouleversements. Pour une majorité d'internautes, l'accès au réseau mondial de données s'effectue encore par le biais de liaisons dial-up via un modem analogique ou l'ISDN. Cependant, la création de sites web toujours plus sophistiqués et le téléchargement de musique et de vidéos exigent un accroissement des largeurs de bande. Les technologies d'accès de demain sont donc la télévision par câble, la boucle locale sans fil (WLL) et l'ADSL (Asynchronous Digital Subscriber Line). L'ADSL permet de transmettre des données à un débit pouvant atteindre 512 kbit/s sur une ligne de cuivre classique. Ainsi, la qualité d'une vidéo transmise en temps réel est proche de la qualité DVD. Bluewin entend relever le défi majeur que constitue, tant d'un point de vue logistique que technique, l'introduction coûteuse de l'ADSL. Toutefois, compte tenu de la difficulté de se démarquer de la concurrence grâce aux caractéristiques techniques (car en fin de compte tous les fournisseurs utilisent les mêmes réseaux, les mêmes lignes et les mêmes routeurs), Bluewin mise sur l'approche client, autrement dit le confort offert (convenience). Dans le cas de la technologie ADSL, par exemple, le client peut installer son accès sans aide extérieure: une fois la ligne concernée ouverte par Swisscom, il reçoit à son domicile un package complet incluant un modem, un microfiltre et un abonnement HighWay. Il ne lui reste plus qu'à se lancer à l'assaut de l'internet. Au moment du décollage du marché de



Reprotechnique Swisscom

La petite entreprise multimédia «the blue window» s'est hissée au rang de principal fournisseur suisse d'accès à l'internet, connu aujourd'hui sous le nom de «Bluewin».

l'accès à l'internet, Bluewin s'était déjà distinguée de la concurrence en mettant l'accent sur la simplicité de ses services. La filiale de Swisscom a ainsi été l'un des premiers fournisseurs mondiaux à permettre à ses clients d'installer et de configurer eux-mêmes leur accès à l'internet. Alors que certains internautes ont dû se fatiguer à installer sous Windows une liaison d'accès à distance, les clients de Bluewin n'ont eu qu'à insérer le CD-ROM BlueDisk, qui ne nécessite toujours aucun paramétrage. En outre, l'utilisateur a la possibilité de modifier en ligne les informations concernant son compte, en ajoutant par exemple des adresses e-mail supplémentaires à l'aide du navigateur. La taille du premier fournisseur suisse de services internet présente également des avantages en matière de service à la clientèle: le centre d'appels de Bluewin emploie 63 agents capables de résoudre les problèmes des clients par téléphone en trois à quatre minutes en moyenne. Sur le marché de l'accès à l'internet, l'avenir appartient aux fournisseurs qui misent sur le confort d'utilisation plutôt que sur la technologie. S'agissant du marché de masse, les exigences des clients portent non seulement sur la qualité et la simplicité des services proposés mais aussi sur leur adaptabilité. Ainsi, au-delà de la prestation elle-même qui doit être de qualité, le client accorde une

grande importance à la présentation ainsi qu'à la facilité d'utilisation.

Cinquante personnes au service de la gestion du portail

Avec quelque 660 millions de pages consultées en l'an 2000, le portail Bluewin constitue la vitrine du premier fournisseur suisse d'accès à l'internet. Conçu à la base comme un portail à accès multiple, il est construit sur le plan technique de sorte que les utilisateurs puissent y accéder de diverses manières, par exemple via une liaison dial-up, l'ADSL ou le service internet mobile WAP (Wireless Application Protocol). Ce que l'utilisateur «visualise» à l'écran en tapant bluewin.ch est stocké dans une quarantaine de serveurs Sun abrités dans des locaux des quartiers industriels zurichois de Binz et de Herderen. Deux sites sont indispensables pour prévenir les défaillances ou assurer la redondance. Lorsque les serveurs tombent en panne sur un site, les machines qui continuent de tourner sur l'autre site permettent d'éviter un arrêt intempestif du système. Les applications proposées sur le portail peuvent être classées dans les catégories suivantes: services de recherche, canaux de contenus, community services et communication. L'élément central des canaux de contenus est le système de gestion de contenu (CMS, Content Ma-

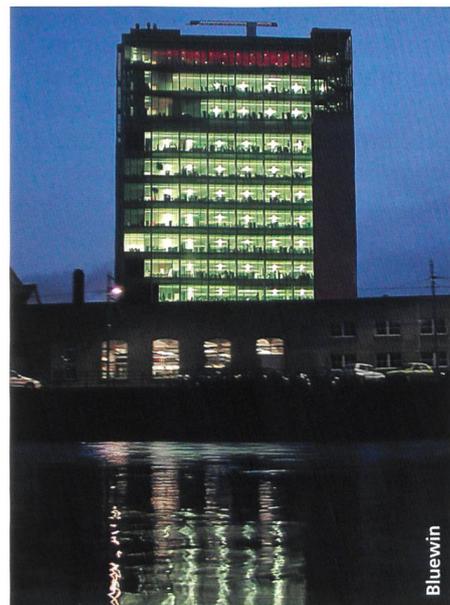
nagement System) mis au point par la société américaine Vignette. Il coordonne la saisie et la répartition de toutes les informations consultables par l'utilisateur sous les rubriques News, Sport et Finances. Depuis que Bluewin collabore avec le groupe de presse «Tamedia», les contenus passent directement de l'éditeur au système de gestion de contenu développé par Vignette, lequel les affiche à l'endroit voulu sur le portail. Les éditeurs de Bluewin ont également la possibilité d'introduire des articles dans le navigateur dans le monde entier, de les éditer puis de les publier directement. Par ailleurs, la quantité de bannières publicitaires affichées sur le portail Bluewin est impressionnante. Le serveur publicitaire

De la petite entreprise multimédia au premier fournisseur suisse d'accès à l'internet

Depuis sa création en 1994, Bluewin n'a cessé de grandir parallèlement au marché de l'internet. Grâce à l'utilisation de technologies de pointe et à son approche client, Bluewin a su s'imposer comme le premier pourvoyeur d'accès à l'internet. Lorsque Multimedia Application Center M.A.C. et Télécom PTT décident, il y a sept ans, de développer une plate-forme d'informations et de shopping baptisée «click & pick», personne n' imagine alors les bouleversements profonds qui interviendront les années suivantes. En 1996, «click & pick» devient une petite entreprise multimédia sous le nom de «the blue window». Au bout d'un an, la jeune entreprise compte déjà 50 000 clients qui surfent allègrement sur la toile. Intégrée à Swisscom SA en 1998, Blue Window SA sera rebaptisée tout simplement «Bluewin» en l'an 2000. En 2001, les quelque 300 collaborateurs emménagent dans une tour de quinze étages située place Escher-Wyss à Zurich. Baptisée «Blue Tower», cette tour de verre constitue un nouvel emblème de la ville. En dépit d'une concurrence toujours plus rude et d'une marge proche de zéro, le portail Bluewin a vu sa part de marché en matière d'accès à l'internet passer de 33% en 1998 à 41% aujourd'hui.

de la société américaine DoubleClick distribue quotidiennement pas moins de huit millions de bannières publicitaires présentées aux utilisateurs lors de la consultation de différents sites.

L'accessibilité du portail 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 est le fruit d'un travail considérable effectué à l'arrière plan. Au sein de l'unité SDO (Service Delivery & Operations), quelque cinquante personnes veillent au bon fonctionnement du portail le plus visité de Suisse. Environ vingt-cinq personnes gèrent l'ensemble des processus client tels que l'inscription, la banque de données client et la facturation. Responsables de l'architecture du réseau, les ingénieurs réseau sont chargés de gérer plus de 150 routeurs et centraux téléphoniques et de garantir la fluidité du trafic. Au sein de la division Web Technology, les développeurs de logiciels assurent l'intégration de logiciels externes au portail. L'augmentation constante du nombre de consultations montre que le travail de tous les collaborateurs, sur le devant de la scène comme dans les coulisses, est réellement apprécié. 1



La «Blue Tower» en verre de Zurich, immeuble de quinze étages.

Stefan Gürtler, Head of Corporate Communications, Bluewin

Zusammenfassung

Bluewin: Den Kunden verwöhnen

Im Provider-Geschäft differenziert sich die Swisscom-Tochter Bluewin nicht mehr länger nur über die eingesetzte Technik, sondern vermehrt über den Faktor «Convenience» für den Endkunden. Ein Blick hinter die Kulissen beim meist besuchten Portal der Schweiz.

Seit ihrer Gründung im Jahr 1994 ist Bluewin kontinuierlich mit dem Internet gewachsen. Sie hat ihre Marktführerschaft dank dem Einsatz fortschrittlicher Technik und Nähe zum Endkunden kontinuierlich ausbauen können. Als das Multimedia Application Center M.A.C. und die Telecom PTT vor sieben Jahren eine Informations- und Shopping-Plattform mit dem Namen «click & pick» entwickelten, konnte noch niemand die gewaltigen Veränderungen der nächsten Jahre voraussehen. Aus «click & pick» wurde im Jahr 1996 das Online-Baby «the blue window». Bereits nach einem Jahr zählte das junge Unternehmen rund 50 000 begeisterte Internet-Surfer zu seinen Kunden, bevor es 1998 in die Swisscom AG integriert wurde. Inzwischen hat die Firma auch einen Namenswechsel hinter sich – im Jahr 2000 wurde aus der Blue Window AG ganz einfach «Bluewin». Die rund 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben im Jahr 2001 ein fünfzehnstöckiges Hochhaus beim Zürcher Escher-Wyss-Platz bezogen. Die Stadt hat mit dem gläsernen «Blue-Tower» ein weiteres Wahrzeichen erhalten. Seit 1998 konnte trotz zunehmend härterer Konkurrenz und einer gegen Null tendierenden Marge im Zugangsgeschäft der Marktanteil bei den Access-Kunden von damals 33% auf heute 41% erhöht werden.

All technologies in One



NSM-STORAGE

Neuer Standard für Ihre Datenarchivierung von 65 MB bis 3 TB.

Für Windows, Mac und Unix.

- Für CD-Rom und DVD-Rom.
- CD-R und DVD-R.
- DVD-RAM mit Windows NT Jukebox Management.

Eurebis®
CD & DVD-Technologie

Eurebis AG, Laubisrütistrasse 24,
8712 Stäfa, **Tel. 01/ 928 30 00**,
Fax 01/928 30 01, info@eurebis.ch



ONE STOP SHOP®

Freie Hand für mehr Effizienz



*Let's speak easy
say SUPRAG*



Ihr Sprechgarnituren-Spezialist

Suprag AG, Friedackerstrasse 14, CH-8050 Zürich
Tel. 01-317 20 60, Fax 01-310 20 60, <http://www.suprag.ch>

Suprag

Wer uns heute für **Informatik** **und Kommunikation** kontaktiert, profitiert schon morgen davon.

SOHARD AG – Generalunternehmen für

- Digital Audio Broadcast Solutions
- Globale Informations-Systeme wie Postphone, Bankphone, Fahrgast, Parkplatz
- Flottenmanagement-Systeme für Transportunternehmen, Rettungs- und Pannendienste
- Oracle based Solutions
- Mobile Datenverarbeitung für Aussendienst, Service, Verkauf
- Internet, Intranet, E-Commerce
- Service, Support, Sicherheit



SOHARD AG

Software/Hardware Engineering
Galgenfeldweg 18, CH-3000 Bern 32
Tel. 031 33 99 888, Fax 031 33 99 800
E-Mail: sohard@sohard.ch
Internet: www.sohard.ch



ISO 9001 Reg.-Nr. 10909-02