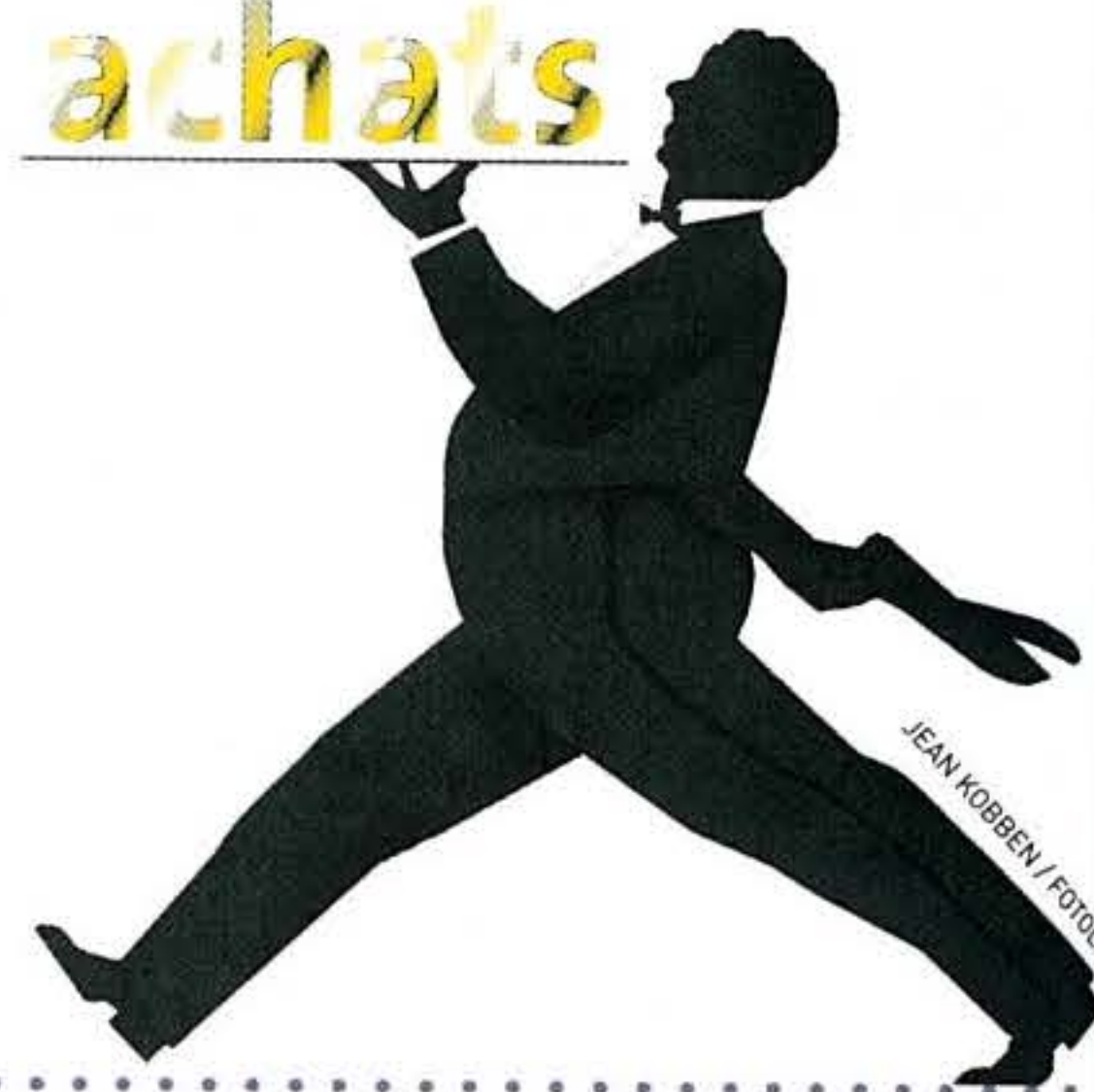


À quoi servent les SLA ?

service
achats



Le Service level agreement ou "accord de niveau de service" est destiné à transformer une obligation de moyen en obligation de résultat, mais il est essentiel d'en assurer une mise en place efficace et un suivi rigoureux.

Retrouvez nos
Savoir-faire

sur www.decision-achats.fr

Par **Olivier Wajnszok**,
directeur associé
du cabinet
AgileBuyer,
spécialisé dans
les équipiers achats,
le conseil stratégique
et le coaching
d'acheteurs.



Le Service level agreement ou SLA est une expression anglaise qui peut être traduite par "accord de niveau de service" ou par "engagement de service", ou encore plus simplement "convention de service". Afin de vérifier régulièrement la qualité des services, ainsi que l'atteinte des niveaux fixés pour ceux-ci, l'acheteur souhaite mettre en place un ensemble de niveaux de service et d'indicateurs de niveaux de services associés (KPI), sur l'ensemble desquels le prestataire prend un engagement de résultat. Les acheteurs doivent s'intéresser de près aux SLA proposés par les fournisseurs.

L'objectif principal des SLA est de transformer une obligation de moyen en obligation de résultat. Le SLA est utilisé dans la plupart des contrats de prestations de services. Le fournisseur doit être en mesure de quantifier le niveau de service qu'il peut offrir et les compensations éventuelles en cas de problème. Lorsque les limites de niveau de service ne sont pas exprimées, la réponse devra préciser la capacité d'engagement du prestataire. Dès la rédaction du cahier des charges, il convient donc de prendre le temps de détailler les niveaux de service attendus qui doivent être acceptés par le prestataire ainsi que les indicateurs de niveaux de service (KPI) associés. La rédaction de SLA permet d'identifier et de définir les besoins du client afin de fournir un cadre général de compréhension des deux parties. Les SLA éliminent les attentes irréalistes et encouragent le dialogue en cas de conflit. Côté fournisseurs, les SLA

ont également leurs avantages car ils représentent un instrument de marketing pour les services commerciaux et techniques.

Mettre en place des SLA et en assurer le suivi

Même si vous pouvez trouver des recommandations, il n'existe encore aucun format de SLA standard. Cette relation contractuelle s'effectue sur la base de chaque relation entre client et fournisseur, à charge aux deux parties de trouver les bons compromis. Lors d'une mise en place, il faut garder à l'esprit que les SLA permettent d'établir une relation saine entre le client et le fournisseur. Pour cela, il faut être ouvert à la négociation des engagements fournisseurs, faire adhérer les équipes projets, consolider les engagements des tierces parties, anticiper les conflits de "zones grises" et, enfin, rédiger un contrat équilibré.

Selon Forrester Consulting, 40 % des reportings techniques qualité (mesures de SLA) ne présentent pas toutes les informations que les dirigeants souhaiteraient voir apparaître. Ce constat pose le problème du suivi des SLA. Ils doivent être examinés lors des réunions entre le client et le prestataire. Le client peut

décider de modifier le seuil pour un délai particulier ou de ne pas tenir compte d'un délai dans le calcul des moyennes pour une période donnée. Ces décisions doivent être explicitées et justifiées dans les comptes rendus. Mais le choix d'un fournisseur ne doit pas s'arrêter aux SLA. L'environnement complet et l'analyse qualité-coût-délai-innovation-cash continue d'influencer le choix de l'acheteur. ■

Les clés

- Détailler les niveaux de service attendus
- Anticiper les conflits de "zones grises"
- Rédiger un contrat équilibré
- Coupler les SLA à l'analyse qualité-coût-délai-innovation-cash.