



LIVRE BLANC

La **nouvelle**  
étude de cas pour  
la visioconférence

**Mieux comprendre  
les vrais avantages  
de la visioconférence**

**Ira M. Weinstein  
Octobre 2013**

Sponsorisé par :



## Introduction

L'attitude des entreprises vis-à-vis de la visioconférence est en pleine mutation. Depuis le milieu des années 80, les entreprises du monde entier comptent sur la visioconférence pour développer leur activité de manière rentable, efficace et plus productive. Elles l'ont ainsi habituellement déployée dans les salles de conférence, pour des réunions professionnelles et dans l'idée de limiter les frais de déplacement. Mais tout ceci est en train de changer.

De nos jours, les entreprises averties ont découvert que la visioconférence peut être utilisée pour des applications qui vont bien au-delà de la gestion d'un projet standard ou d'une réunion d'équipe. En réalité, lorsqu'elle est correctement déployée et utilisée, la visioconférence peut aider à transformer la façon dont une entreprise développe son activité.

Ce livre blanc donne un aperçu de la valeur ajoutée offerte par la visioconférence dans l'environnement professionnel d'aujourd'hui. De plus, il fournit des exemples concrets de la façon dont les entreprises, petites et grandes, exploitent la collaboration visuelle pour trouver de nouveaux clients, mieux servir les clients existants et améliorer leurs résultats.

## L'étude de cas pour la visioconférence, version « ancienne école »

Jusqu'à présent, les entreprises s'étaient tournées vers la visioconférence pour limiter les déplacements professionnels. En conséquence, pour justifier leurs investissements dans ce domaine, le plus évident pour elles était d'avancer les économies de coûts associées à l'ABSENCE de déplacement.

Le tableau ci-dessous montre un exemple de la façon dont une entreprise peut calculer les retombées financières, ou dans le cas ci-présent, le retour sur investissement de sa solution de visioconférence. L'entreprise utilisée dans le tableau ci-dessous exploite trois sites sur lesquels se répartissent les équipes de développement de produits et marketing. Dans cet exemple, chaque équipe envoie, tous les trimestres, deux de ses membres assister à une session d'évaluation.

Maintenant, partons du principe que cette société achète un système de visioconférence pour chacun de ses sites, pour un coût total direct de 36 000 dollars. En amortissant ce coût sur 3 ans et en intégrant les frais de maintenance, (15% du prix d'achat par an), nous arrivons à un coût total de 19 200 dollars pour les systèmes de visioconférence.

<b>Nbre d'employés utilisant la visioconférence au lieu de se déplacer</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>Nbre de déplacements par an</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>Coût moyen/déplacement (billet d'avion, hôtel)</b>	<b>1 000 \$</b>	<b>1 000 \$</b>	<b>1 000 \$</b>	<b>1 000 \$</b>
<b>% de déplacements remplacés par la visioconférence</b>	<b>20%</b>	<b>40%</b>	<b>50%</b>	<b>60%</b>
<b>Economies sur les frais de déplacement par an</b>	<b>12 800 \$</b>	<b>25 600 \$</b>	<b>32 000 \$</b>	<b>38 400 \$</b>
<b>Coût direct par système de visioconférence de groupe</b>	<b>12 000 \$</b>	<b>12 000 \$</b>	<b>12 000 \$</b>	<b>12 000 \$</b>
<b>Nbre de systèmes achetés</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Dépenses d'investissement totales pour la visioconférence</b>	<b>36 000 \$</b>	<b>36 000 \$</b>	<b>36 000 \$</b>	<b>36 000 \$</b>
<b>Coût/an (amorti sur 3 ans)</b>	<b>12 000 \$</b>	<b>12 000 \$</b>	<b>12 000 \$</b>	<b>12 000 \$</b>
<b>Coût de maintenance annuel par système</b>	<b>2 400 \$</b>	<b>2 400 \$</b>	<b>2 400 \$</b>	<b>2 400 \$</b>
<b>Coût total des systèmes de visioconférence par an</b>	<b>19 200 \$</b>	<b>19 200 \$</b>	<b>19 200 \$</b>	<b>19 200 \$</b>
<b>Période d'amortissement (en mois)</b>	<b>18</b>	<b>9</b>	<b>7,2</b>	<b>6</b>

Tableau 1 : Période d'amortissement d'après les économies réalisées sur les déplacements uniquement

Comme le montrent le tableau ci-dessus et la figure ci-dessous, la période d'amortissement dépend du pourcentage de déplacements professionnels remplacés par la visioconférence et du coût de chaque déplacement. Dans ce cas, et en partant du principe que chaque déplacement coûte 1 000 dollars, la période d'amortissement va de 18 mois à 6 mois seulement.

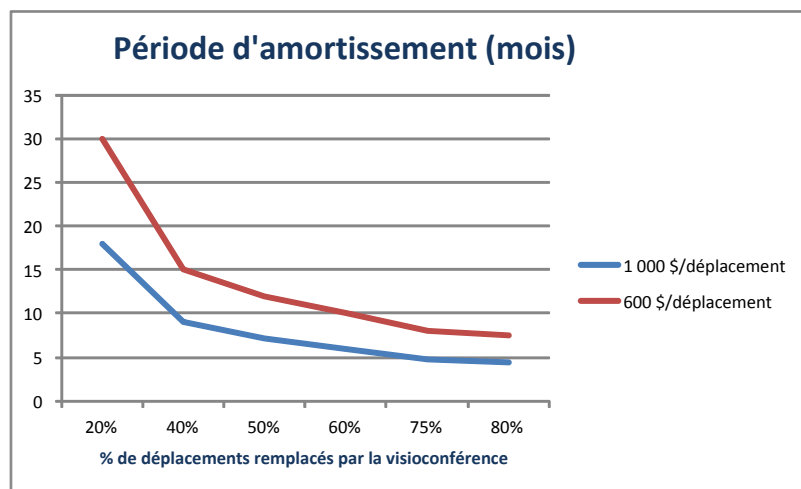


Figure 1 : Période d'amortissement d'après le coût moyen d'un déplacement et le pourcentage de remplacement

Ne serait-ce que du strict point de vue de la rentabilité, les économies réalisées uniquement sur les déplacements et uniquement sur les réunions d'évaluation trimestrielles sont encourageantes. Si l'entreprise dépense 36 000 dollars à un instant t, puis qu'elle ne récupère ensuite que le montant des déplacements moins les frais de maintenance, elle peut espérer rentabiliser son investissement en moins de deux ans dans le cadre d'une utilisation raisonnable, comme indiqué dans le tableau ci-dessous.

<b>Coût direct</b>	<b>36 000 \$</b>	<b>36 000 \$</b>	<b>36 000 \$</b>	<b>36 000 \$</b>	<b>36 000 \$</b>
<b>% de déplacements remplacés par la visioconférence</b>	20%	40%	50%	60%	75%
<b>Coût/déplacement</b>	1 000 \$	1 000 \$	1 000 \$	1 000 \$	1 000 \$
<b>Economies par an après maintenance</b>	5 600 \$	18 400 \$	24 800 \$	31 200 \$	40 800 \$
<b>Rentabilité (mois)</b>	77	23	17	14	11

Tableau 2 : Analyse de rentabilité d'après les économies réalisées sur les déplacements

A long terme, en raison du coût élevé des déplacements professionnels, force est de constater que la visioconférence présente bien des avantages. En effet, les réductions de coûts à elles seules justifient habituellement un retour sur investissement élevé des investissements en la matière, tout particulièrement comparés aux autres investissements technologiques. Dans certains cas d'ailleurs, le retour sur investissement est exceptionnel.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Bien que les avantages financiers réels tirés de l'utilisation de la visioconférence pour remplacer les déplacements professionnels dépendent de bien des facteurs différents, WR a noté des cas pour lesquels les utilisateurs finaux ont constaté un retour sur investissement inférieur à six mois.

Cette capacité à calculer un retour tangible, justifiable et satisfaisant sur les investissements vidéo a eu un effet secondaire intéressant. Il a empêché de nombreuses entreprises de considérer les avantages intangibles associés à l'utilisation de la visioconférence. Par exemple, lorsque la visioconférence remplace les déplacements professionnels, les employés gagnent du temps. Ils n'ont plus à faire leurs bagages, à se rendre à l'aéroport, à passer la sécurité, à attendre dans le terminal ni même à s'installer dans l'avion. Dans de nombreux cas, les gains de temps qu'elle permet dépassent de loin les dépenses qu'elle occasionne, comme il est possible de le constater dans le tableau ci-dessous.

Prenons ici l'exemple d'un service ou d'une PME et utilisons des chiffres types pour les temps de déplacement de porte à porte et les salaires, y compris les frais généraux. Envisageons ensuite un groupe de 12 professionnels de l'information qui se déplacent un peu moins d'une fois par mois. Comme il est possible de le voir dans ce tableau, l'entreprise subit une perte de productivité d'un peu plus de 63 000 dollars par an. Si la visioconférence remplaçait la moitié de ces déplacements, il serait possible de limiter les pertes de productivité et d'obtenir une économie de plus de 31 000 dollars par an. Ce montant n'inclut PAS les économies découlant de la diminution des frais d'avion, de taxi, d'hôtel et de repas.

Temps de déplacement aller-retour (heures)	7	7	7	7	7
Réunion non productive (heures)	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Salaire annuel	120 000 \$	120 000 \$	120 000 \$	120 000 \$	120 000 \$
Salaire + frais généraux de 30% (primes, etc.)	156 000 \$	156 000 \$	156 000 \$	156 000 \$	156 000 \$
Coût salarial par heure	78 \$	78 \$	78 \$	78 \$	78 \$
Coût par déplacement	585 \$	585 \$	585 \$	585 \$	585 \$
Nbre moyen de déplacements par an et par employé	9	9	9	9	9
Nbre d'employés en voyage d'affaires	12	12	12	12	12
Coûts salariaux liés à la perte de productivité par an	63 180 \$	63 180 \$	63 180 \$	63 180 \$	63 180 \$
% de déplacements remplacés par la visioconférence	20%	40%	50%	60%	75%
Gain de productivité offert par la visioconférence	12 636 \$	25 272 \$	31 590 \$	37 908 \$	47 385 \$

Tableau 3 : Gains de productivité réalisés en remplaçant les déplacements par la visioconférence

Dans cette méthode, qualifiée de la vieille école, les investissements de visioconférence sont justifiés par (1) une réduction des frais de déplacements professionnels et par (2) le gain de temps pour les employés. Elle fonctionne encore très bien, y compris dans l'environnement professionnel actuel. Toutefois, comme le décrit la section suivante, il ne s'agit que de la partie visible de l'iceberg.

## L'étude de cas pour la visioconférence, « nouvelle version »

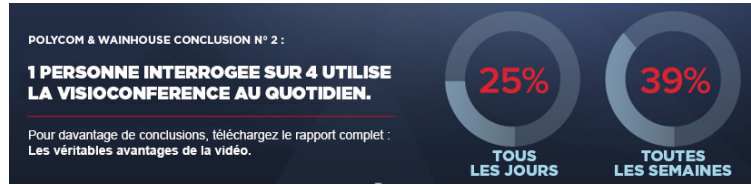
### Résultats de l'enquête

Fin 2012, début 2013, Wainhouse Research (WR) et Polycom (le commanditaire de cette étude) ont mené une enquête réalisée par WR pour connaître les avantages « réels » que les utilisateurs finaux retirent de l'utilisation de la visioconférence.

Plus de 4 700 personnes dans le monde ont répondu à cette étude. Les résultats obtenus ont permis d'y voir plus clair sur la façon dont les entreprises utilisent la visioconférence de nos jours, et sur la façon dont elles espèrent l'utiliser à l'avenir. Cette recherche a révélé des résultats dignes de mention, notamment :

Les utilisateurs de vidéo l'utilisent fréquemment

La majorité des personnes utilisant la visioconférence participent à des appels vidéo tous les jours ou toutes les semaines.



La vidéo a dépassé le cadre de la salle de direction

Les utilisateurs de visioconférence utilisent la vidéo sur leurs PC et ordinateurs portables, mais aussi sur leurs tablettes, smartphones et téléphones lorsqu'ils bénéficient de la vidéo. En réalité, le nombre d'utilisateurs qui participent à des appels vidéo à partir d'un PC ou d'un ordinateur portable est plus important que celui des utilisateurs en salle de réunion.



Les avantages intangibles dépassent les avantages tangibles

La principale découverte de cette recherche tient peut-être au fait que la diminution des déplacements ne constitue plus le principal avantage de la visioconférence. Arrivent désormais en tête l'augmentation de l'efficacité/de la productivité, l'impact accru sur les discussions et l'accélération des prises de décision (la réduction des déplacements arrivant seulement en 3e position).



**Entretiens avec les utilisateurs finaux**

De nos jours, les clients utilisent la visioconférence de façons qui étaient encore inimaginables il y a quelques années seulement. Ces mises en œuvre et ces exemples d'utilisation génèrent des avantages tangibles et intangibles qui dépassent de loin les économies associées aux déplacements professionnels et aux réunions d'intérêt général.

Pour bénéficier d'une réelle visibilité sur ces exemples concrets d'utilisation, WR a également mené une série d'entretiens auprès d'entreprises qui utilisent la visioconférence pour faciliter leur travail au quotidien. Bien que les applications soient d'une extrême diversité, les avantages qu'elles procurent entrent dans quatre catégories :

Type d'avantage	Description
Travail en équipe	Utilisation de la visioconférence pour permettre ou accélérer la constitution d'équipe, le partenariat et la mise en place de liens entre les ressources internes et externes.
Productivité et efficacité	Utilisation de la visioconférence pour améliorer les performances des ressources internes, ainsi que réduire le temps et les coûts associés au traitement de l'activité.
Sensibilisation des clients	Utilisation de la visioconférence pour communiquer avec les clients et les partenaires de manière efficace et rentable et au moyen d'expériences à fort impact.
Création de nouveaux services	Utilisation de la visioconférence pour étendre le type de services proposés par l'entreprise ou cibler un public plus large.

Dans bien des cas, la visioconférence offre plusieurs types d'avantages. Par exemple, l'utilisation de la visioconférence dans le cadre d'une réunion avec un client implique de mettre en place une équipe, de renforcer l'efficacité et de sensibiliser le client.

Dans la suite de cette section, nous proposons des exemples concrets d'utilisation de la visioconférence qui montrent que les avantages dépassent de loin les simples économies et gains de temps réalisés.

#### **Exemple n° 1 : Fusion et acquisition**

WR s'est entretenu avec une entreprise de haute technologie. Celle-ci est parvenue à raccourcir la phase de négociation lors d'une acquisition majeure, la faisant passer de cinq à trois mois. De plus, elle a économisé plusieurs dizaines de milliers d'euros au cours du processus, grâce à l'utilisation stratégique de la visioconférence.

Dans cet exemple précis, la visioconférence a offert de nombreux avantages. Par exemple, les dirigeants ont pu se rencontrer en face à face et non par téléphone. Ils ont appris à se connaître et à se faire confiance plus rapidement. De plus, en privilégiant la visioconférence sur les déplacements professionnels, les négociations ont été plus rapides. En effet, il devenait inutile de coordonner les agendas et les dirigeants ne perdaient plus leur temps en déplacement.

Autre avantage intéressant : même avant la signature de l'accord, les responsables des différentes branches d'activité ont utilisé la visioconférence pour rencontrer leurs homologues et tisser des liens avec eux. Normalement, ils n'auraient jamais pu recevoir l'aval pour organiser des réunions en personne avant la signature de l'accord. Cependant, la visioconférence leur a permis de « se rencontrer virtuellement » sans frais et sans y consacrer beaucoup de temps. Ces réunions ont fait progresser le processus de négociation et ont ainsi permis d'accélérer l'intégration de ces deux sociétés.

Dans cet exemple, la société à l'origine de l'acquisition a investi environ 360 000 euros dans un équipement de visioconférence pour faciliter ces discussions. Elle a calculé un retour sur investissement de moins de six mois, rien que sur les économies de coûts réalisables.

#### **Exemple n° 2 : Environnement de salle blanche**

WR s'est entretenu avec une société pharmaceutique internationale qui possède de nombreuses salles blanches dans le cadre de ses opérations de production et de R&D. Pour entrer dans une salle blanche (ou en sortir), les employés doivent suivre un processus détaillé avec changement de vêtements, inspection et décontamination. Chaque entrée ou sortie prend de 20 à 30 minutes, et des dizaines de personnes dans le monde répètent ce processus au quotidien, ne serait-ce que pour intervenir sur un problème de fabrication ou pour participer à des réunions opérationnelles.

Cette société a récemment installé des systèmes de visioconférence dans plusieurs de ses environnements de salle blanche pour un coût total d'environ 55 000 euros. En conséquence, le nombre d'entrées physiques dans les sites autorisant désormais une collaboration vidéo a été divisé par deux. A l'échelle de l'entreprise, cette application permet d'économiser de six à huit heures travaillées par jour, soit l'équivalent d'environ 2 500 euros par semaine et un retour sur investissement de moins de treize semaines !

Tout aussi important, les responsables ne perdent plus de temps avec le processus d'entrée et de sortie, et le risque de contamination des salles blanches s'en trouve considérablement réduit.

### **Exemple n° 3 : Une éducation de qualité**

Dans certains cas, il n'est pas possible de mesurer les avantages financiers de l'utilisation de la visioconférence. WR s'est entretenu avec deux enseignants en école publique très motivés. Tous deux travaillent dans le district d'Alaska, un territoire plus ou moins de la taille du New Hampshire. Ces éducateurs se voient confrontés à une tâche de toute apparence impossible : proposer des cours interactifs et de grande qualité à des élèves de différents âges, sur de grandes distances.

Pour résoudre ce problème, ces enseignants ont sorti du placard des systèmes de visioconférence qui avaient été achetés il y a longtemps mais qui n'avaient pas été souvent utilisés. Ils ont ainsi créé l'« école sans mur ». Lorsque ce programme a débuté il y a sept ans, ils enseignaient à trois classes seulement au moyen de la vidéo. Aujourd'hui, plus d'un tiers des cours dans trois établissements différents s'effectue grâce à la visioconférence.

Ce programme offre de nombreux avantages :

- 1) Il enseigne aux élèves des compétences du 21<sup>e</sup> siècle : selon un enseignant, « la majorité des postes que ces élèves occuperont un jour n'existent pas encore. Ce programme leur enseigne une autre façon d'utiliser la technologie et leur ouvre des portes sur l'avenir. »
- 2) Il diffuse l'expertise : le district compte de nombreuses écoles à une seule classe, et certains enfants dans ces écoles n'ont pas accès à l'instruction correspondant à leur âge. Par exemple, dans l'une de ces écoles, il n'y a qu'un seul élève du secondaire. Avant ce programme, l'éducation dispensée à cet élève était limitée par le peu de temps que l'enseignant local pouvait y consacrer. Toutefois, aujourd'hui, cet élève suit des cours d'histoire du monde, d'art du langage et de lecture de niveau lycée grâce à la visioconférence.

Autres avantages de ce programme : il permet aux élèves des différents sites d'interagir et de réaliser des excursions virtuelles. Compte tenu que certains de ces élèves ne se sont jamais aventurés à plus de 50 km de chez eux, la possibilité de visiter une école du Yémen, de rencontrer un expert sur l'Afghanistan basé à Philadelphie et de visiter pendant deux jours une école de musique à Manhattan sont autant d'expériences inoubliables.

### **Exemple n° 4 : Visites virtuelles d'une unité de soins intensifs pour nourrissons**

Rien n'est plus stressant pour des parents que d'avoir un nouveau-né en soins intensifs. Dans l'idéal, les parents voudraient être avec leur bébé à tout moment de la journée. Toutefois, cela n'est simplement pas possible car cela nuirait aux soins donnés à l'enfant et aux soins donnés aux autres enfants de l'unité.

Un hôpital du Royaume-Uni propose un nouveau service vidéo qui offre aux parents un accès 24 h/24 et 7 j/7 à leur enfant. Il a équipé d'une caméra chaque berceau de l'unité de soins intensifs, et les parents disposent d'un accès sécurisé à la vidéo sur Internet. De jour comme de nuit, les parents peuvent voir leur bébé et surveiller les soins qu'il reçoit.

D'après l'hôpital, ces visites vidéo n'ont pas vocation à remplacer les visites en personne. Ici, l'objectif est de permettre aux nouveaux parents de rester connecter à leur bébé sans avoir à se déplacer ni à se garer, ni même sans devoir se plier aux horaires de visite de l'hôpital. De plus, bien que ce programme n'améliore pas directement les soins médicaux apportés au bébé, il limite le stress des parents.

Ce programme est une véritable réussite et l'unité de soins intensifs a connu une croissance à deux chiffres du nombre de patients auxquels elle s'adresse par ce moyen. De plus, l'hôpital prévoit d'augmenter à l'avenir le nombre de lits reliés au système vidéo.

### **Exemple n° 5 : Conseil en gestion**

L'une des plus grandes sociétés de conseil en gestion au monde, qui emploie 275 000 personnes dans plus de 100 pays, utilise la visioconférence pour constituer ses équipes de projet, les remanier et les disperser selon les besoins, pour prendre en charge les clients. Comme on pouvait s'y attendre, cette société s'occupe de clients très variés dans le monde entier. Elle répond à leurs besoins de bien des façons tout comme elle utilise la visioconférence de bien des façons aussi.

Une étude de cas récente mettait en avant l'utilisation de la visioconférence pour accélérer le processus de vente des services de l'entreprise à un client de prestige. Le processus de vente était entamé depuis quelques semaines quand le responsable de compte a jugé nécessaire d'organiser une réunion entre le contact chez le client et un expert interne en la matière.

Habituellement, l'entreprise aurait dû envoyer son expert chez le client par avion pour un déjeuner de travail d'une heure, avec frais de déplacement et coût horaire (vol, hôtel, repas, etc.). Néanmoins, dans ce cas, elle a décidé d'un déjeuner de travail virtuel. Des représentants commerciaux régionaux ont invité le client au restaurant, positionné un ordinateur portable équipé de la 4G sur la table, puis ont établi le contact avec l'expert, via la vidéo. Durant l'heure qui a suivi, tous les participants à la réunion, y compris l'expert, ont pu partager un repas et discuter. Cette approche créative leur a permis, non seulement de gagner du temps et de l'argent, mais aussi de montrer au client qu'il pouvait s'entretenir en face à face avec des experts en la matière, à chaque fois qu'il le jugeait nécessaire. Conclusion ? L'entreprise a pu renforcer ses relations avec le client.

### **Exemple n° 6 : Essais cliniques par visioconférence**

WR s'est entretenu avec une entreprise novatrice qui mène des essais cliniques dans le cadre d'un processus visant à approuver de nouveaux médicaments. L'objectif de cette entreprise est de fournir à ses clients, pour la plupart des groupes pharmaceutiques internationaux, des données de recherche fiables et objectives aussi rapidement que possible et à moindres coûts. Dans ce secteur, cohérence et précision sont indispensables.

Pour prendre part à un essai clinique, les patients doivent accepter de suivre le protocole de traitement (p. ex., de prendre les médicaments tels que prescrits) et de se soumettre à des évaluations régulières auprès d'une clinique ou d'un hôpital agréé. Pour garantir des résultats fiables, seul un nombre réduit d'établissements soigneusement sélectionnés et employant un personnel extrêmement bien formé valident ces essais. Malheureusement pour les participants, ce nombre restreint d'établissements est souvent contraignant. Dans certains cas, les patients doivent accepter de vivre ailleurs que chez eux pendant plusieurs mois, juste pour participer à un essai.

Il y a quelques années, cette entreprise a couplé son programme d'essais cliniques à la vidéo et installé des systèmes vidéo dans des cliniques et des hôpitaux du monde entier. Elle a ensuite ajusté ses procédures pour que l'un de ses experts internes soit virtuellement présent durant toutes les évaluations des patients. Non seulement ces experts observent la session, mais ils proposent également des conseils en temps réel pour garantir que toutes les directives liées aux essais sont bien suivies.



Ce programme apporte de nombreux avantages, notamment :

- un plus grand confort pour les patients qui peuvent alors choisir parmi une liste plus importante de cliniques ;
- des résultats plus cohérents, toutes les évaluations étant menées de la même manière ;
- des coûts plus faibles car le nombre d'employés sur site à former est réduit.

Mais plus important encore, l'utilisation de la visioconférence aide à supprimer les erreurs, ce qui en retour accélère l'exécution des tests et la mise à disposition de médicaments importants auprès des patients qui en ont besoin.

#### **Exemple n° 7 : Etre au bon endroit, au bon moment**

Dans l'immobilier, l'emplacement est primordial. C'est la même chose pour certaines entreprises. WR a interrogé le PDG d'une entreprise de développement logiciel qui se trouve confronté à un défi intéressant : il n'a pas pu accéder à de nombreux marchés publics.

Le gouvernement américain développe tout un ensemble de programmes spéciaux destinés à prendre en charge certains types d'entreprise, notamment les structures dirigées par des minorités et celles intervenant dans des zones mal desservies. Malheureusement pour ce PDG, son entreprise basée à Washington DC ne répond à aucun des critères de ces programmes.

En 2008, ce PDG entreprenant a décidé d'ouvrir un deuxième bureau à Maui, sur l'île d'Hawaï. En dépit de sa réputation bien méritée de destination touristique de rêve, Maui est également une « HUBZone » ou zone historiquement défavorisée. Cette qualification en HUBZone offre aux PME des communautés urbaines et rurales un accès préférentiel aux marchés publics.

Dès le premier jour, les deux bureaux de son entreprise étaient connectés par visioconférence. Les deux sites sont équipés de systèmes vidéo de groupe, et quasiment tous les employés de l'entreprise ont accès à la vidéo depuis leur PC, leurs ordinateurs portables et leurs périphériques mobiles. Toutes les réunions de l'entreprise s'effectuent par vidéo, et presque toutes les réunions avec les clients intègrent un ou plusieurs membres à distance, par vidéo interposée.

Selon le PDG lui-même, « Nous faisons du développement logiciel agile. Vite. Rapidement. Au quotidien. En temps réel. Sans visioconférence, nous ne pourrions pas proposer les solutions dans les temps et les budgets impartis. »

Dans cet exemple, l'utilisation de la visioconférence a permis à cette entreprise d'accroître sa présence, d'accéder à davantage de marchés publics et de stimuler l'économie d'une zone défavorisée, le tout, sans perdre le contrôle de son processus de développement. En outre, la possibilité pour elle d'inviter ses clients et prospects dans les bureaux ensoleillés de Maui est un plus.

## Conclusion

Il y a cinq ans, rares sont ceux qui auraient pu anticiper que les consommateurs allaient utiliser leurs téléphones portables pour acheter des places de cinéma, qu'ils allaient utiliser un smartphone pour comparer les prix de plusieurs sites avant d'acheter ou qu'un accès Internet permettrait de visiter une maison en vente dans la ville d'à côté et de jouer au scrabble en temps réel avec des amis à distance. Les téléphones portables ne servent plus uniquement à discuter. De même, la visioconférence ne sert plus simplement à remplacer les déplacements professionnels.

Les responsables d'entreprise avisés ont compris que la visioconférence ne cesse de se développer et que les communications visuelles sont un outil efficace et dynamique qui favorise :

- Le travail en équipe : il réunit les membres de l'équipe malgré la distance pour collaborer sur des projets, ainsi que pour partager leurs connaissances et leurs idées.
- Les gains de productivité et d'efficacité : il permet aux employés de communiquer d'un pays, d'une ville ou d'un campus à l'autre sans perdre de temps et tout en limitant les dépenses. Il permet aussi de prendre des décisions dûment informées plus vite, en introduisant dans le processus l'expertise appropriée, le cas échéant
- La sensibilisation des clients : il développe des relations plus étroites avec les clients, les prospects et les fournisseurs, renforce les relations à long terme et augmente le chiffre d'affaires.
- La création de nouveaux services : il propose des services médicaux, éducatifs et autres services directs lorsque des facteurs externes gênent l'interaction physique, la rendent non rentable, voire même impossible.

Regrouper tous ces facteurs requiert 1) de l'imagination, 2) des connaissances sur les processus et la stratégie commerciale de votre entreprise et 3) une compréhension des produits, des services et des technologies de visioconférence disponibles aujourd'hui.

De nos jours plus que jamais, l'utilisation stratégique de la visioconférence peut aider les entreprises à réduire leurs coûts, à accroître leurs ventes, à diminuer les taux d'attrition, à attirer de nouveaux clients et à changer la façon dont elles proposent leurs produits et services. Ces avantages concrets et ces opportunités commerciales sont bien trop importants pour être ignorés.

## A propos de Wainhouse Research

Wainhouse Research, [www.wainhouse.com](http://www.wainhouse.com), est une société indépendante d'étude de marché, spécialisée dans les thématiques clés des communications unifiées et des conférences multimédias, notamment dans les applications comme l'enseignement à distance et en ligne. La société conduit des études de marché multi-clients et personnalisées, s'entretient avec les utilisateurs finaux sur des problèmes majeurs de mise en œuvre, publie des livres blancs et des statistiques de marché, et organise des séminaires publics et privés, de même que des présentations orales lors de congrès spécialisés. Wainhouse Research publie plusieurs rapports couvrant tous les aspects des conférences multimédias, ainsi que la newsletter gratuite *The Wainhouse Research Bulletin*.

## A propos des auteurs

Ira M. Weinstein, analyste senior et partenaire chez Wainhouse Research, possède plus de 20 années d'expérience dans les secteurs de la conférence, de la collaboration et de l'audiovisuel. Ira consacre son temps à la recherche fondamentale et à la création de contenu ainsi qu'il propose des services de conseils stratégiques aux fabricants, fournisseurs de services, partenaires de distribution, utilisateurs finaux et membres de la communauté financière. Ira a publié des centaines d'articles et de rapports sur la collaboration audio/vidéo et le secteur de la visioconférence, ainsi qu'il intervient fréquemment lors d'événements professionnels. Il a occupé par le passé des postes à responsabilités chez des fournisseurs, distributeurs et revendeurs de solutions pour la conférence et l'audiovisuel. Il a également été responsable du service mondial de conférence d'une grande banque d'affaires. M. Weinstein est titulaire d'une licence en ingénierie électrique de l'université de Lehigh et vous pouvez le contacter à l'adresse [iweinstein@wainhouse.com](mailto:iweinstein@wainhouse.com).

## A propos de Polycom

(texte fourni par Polycom)

Polycom est le leader mondial des solutions de communications unifiées et de collaboration audio et vidéo basées sur des standards ouverts. Plus de 415 000 clients nous font confiance à travers le monde. Les solutions Polycom reposent sur la plate-forme Polycom® RealPresence®, une infrastructure logicielle complète et sur des API riches. Celles-ci interagissent avec un large éventail d'applications et de périphériques de communication, d'entreprise, mobiles et cloud pour offrir une collaboration vidéo en face à face sécurisée dans n'importe quel environnement. Polycom et son écosystème comptant plus de 7 000 partenaires proposent des solutions de communications vraiment unifiées, qui offrent la meilleure expérience utilisateur, l'interopérabilité entre plusieurs fournisseurs la plus élevée et le coût total de possession le plus faible. Rendez-vous sur [www.polycom.com](http://www.polycom.com) ou retrouvez Polycom sur [Twitter](#), [Facebook](#) et [LinkedIn](#) pour découvrir comment nous faisons avancer le formidable outil qu'est la collaboration entre êtres humains.

This document has been translated from English into French by SDL. Although this translation was conducted with Wainhouse Research's approval, Wainhouse Research has not verified and is not to be held responsible for the accuracy of the translation.

Ce document a été traduit de l'anglais vers le français par SDL. Bien que la société Wainhouse Research ait donné son accord pour cette traduction, elle n'a pas vérifié son contenu et ne saurait être tenue responsable de sa précision.