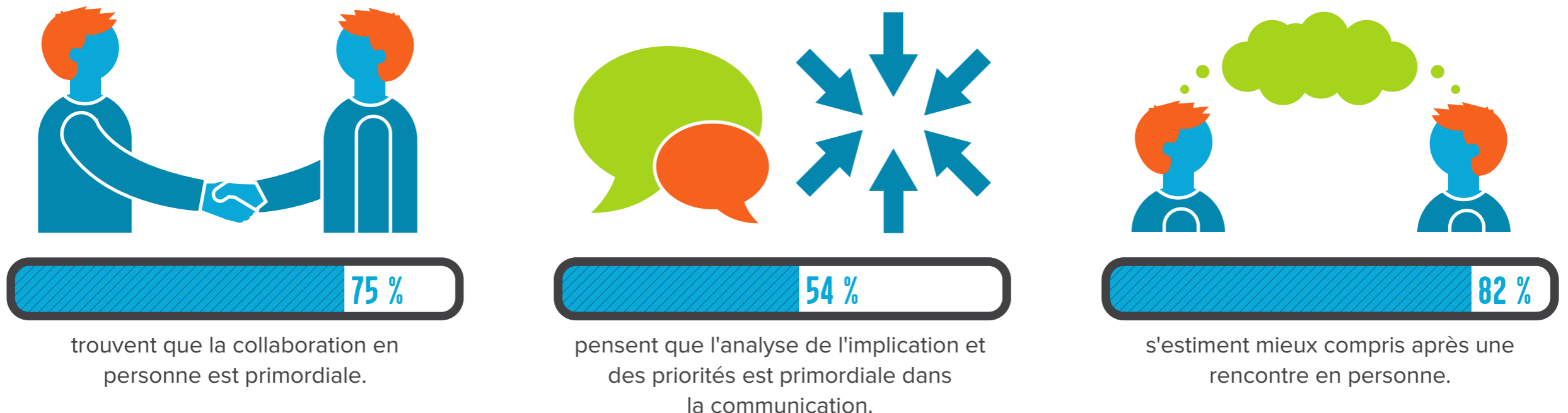


IMPORTANCE DU FACE À FACE

Les exigences d'un marché international ont modifié la communication entre les entreprises et leurs employés, fournisseurs, partenaires et clients pouvant se trouver sur des sites éloignés. Dans le cadre d'une étude mondiale réalisée par l'Economist Intelligence Unit et sponsorisée par Cisco, 862 chefs d'entreprise ont été interrogés sur l'importance des réunions en personne et leur impact sur plus de 30 processus commerciaux. Quel est le résultat ? La communication en face à face est-elle aussi performante que nous le pensons ?

L'IMPORTANCE DU FACE À FACE

Quasiment tous les chefs d'entreprise s'accordent à dire que la communication en face à face est plus efficace, plus performante et plus propice à la réussite :

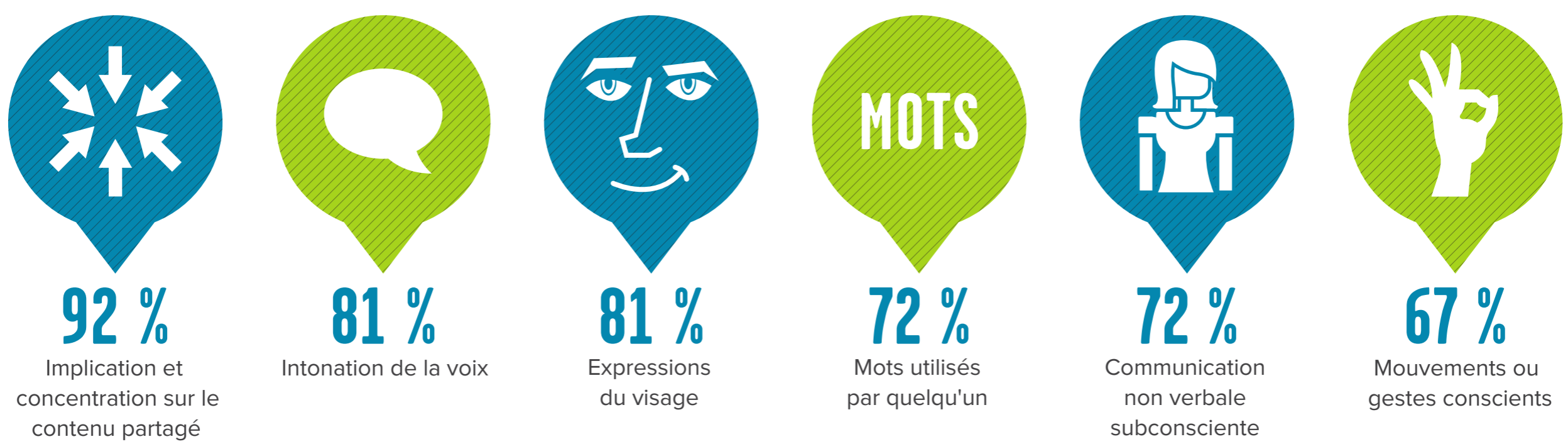


PRINCIPALES RAISONS MOTIVANT LES RENCONTRES EN PERSONNE

Chez les clients, partenaires et collègues, les **TROIS PRINCIPALES MOTIVATIONS** derrière les rencontres en personne sont les suivantes :

- 1** Résolution de problèmes importants de façon plus efficace.
- 2** Établissement de relations durables.
- 3** Résolution d'un problème ou création d'une opportunité rapidement.

Les principaux facteurs d'une communication réussie sont les suivants :



4 SUR 6

Telle est la proportion des attributs les plus importants dans l'établissement de relations ne pouvant être obtenus sans communication en personne et nécessitant un environnement de communication renforcé.

PROCESSUS COMMERCIAUX POUR LESQUELS LE FACE À FACE EST LE PLUS IMPORTANT

Les cadres supérieurs et directeurs estiment également que la collaboration en personne est primordiale dans plus de **50 %** des principaux processus commerciaux stratégiques et tactiques impliquant des collègues, des clients ou des partenaires.

PROCESSUS OÙ LE FACE À FACE EST PRIMORDIAL :

- Lancement des projets
- Premières réunions
- Séances de brainstorming
- Gestion de problèmes majeurs
- Gestion de crise
- Encadrement des membres de l'équipe

PROCESSUS OÙ LE FACE À FACE EST IMPORTANT :

- Renouvellement de contrats
- Discussion ou planification stratégique
- Rencontre avec de nouveaux clients
- Codéveloppement de plans de projet
- Accord sur des contrats ou expansions

LE GRAND DÉBAT

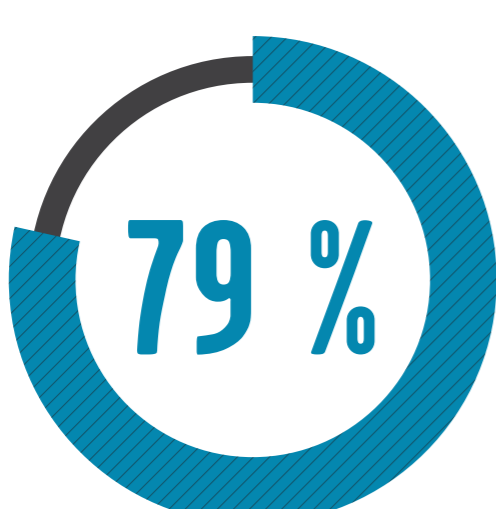


73 % des chefs d'entreprise estiment que la communication en personne est celle ayant le plus d'impact.

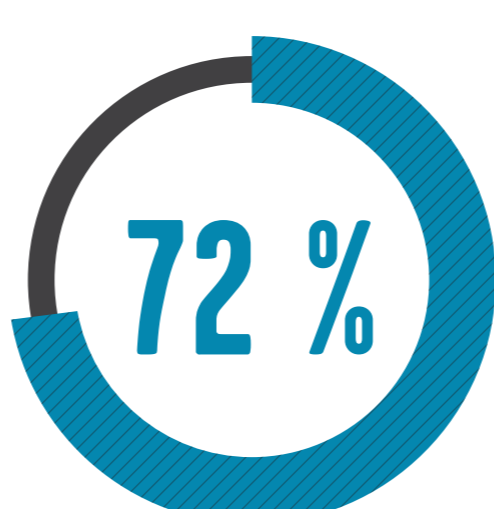


Pourtant, plus de **60 %** des communications actuelles ne s'effectuent pas en temps réel. Étrange, non ?

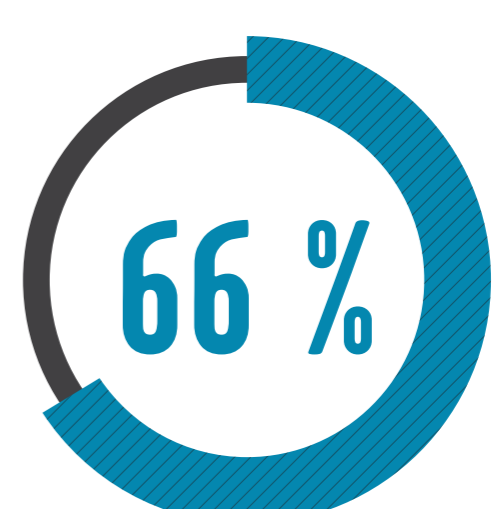
POURCENTAGE DES CHEFS D'ENTREPRISE ESTIMANT QUE LA COMMUNICATION EN PERSONNE A PLUS D'IMPACT QUE LES E-MAILS, LES CONVERSATIONS TÉLÉPHONIQUES OU LES CONFÉRENCES WEB AVEC LES GROUPES SUIVANTS :



Clients



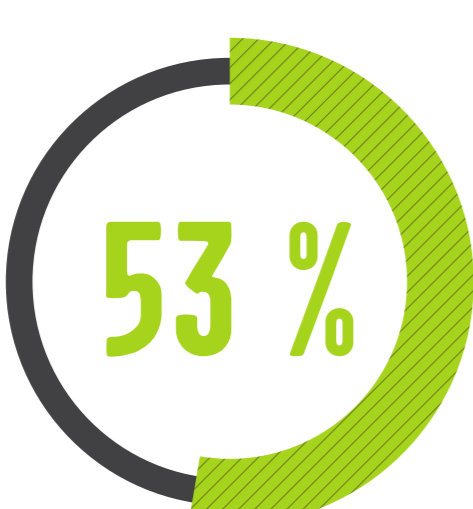
Collègues



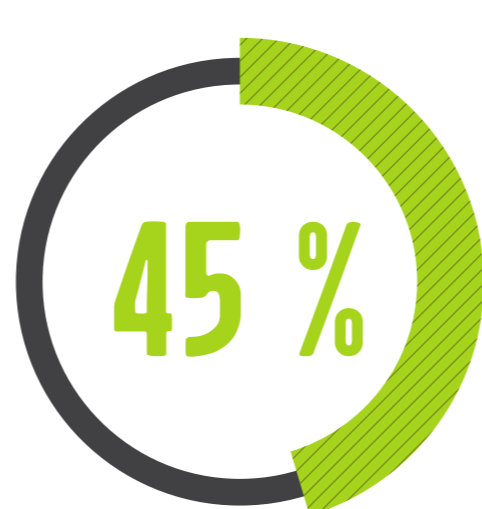
Partenaires/fournisseurs

LA COMMUNICATION EN PERSONNE COMME SOUTIEN DE VOTRE ACTIVITÉ

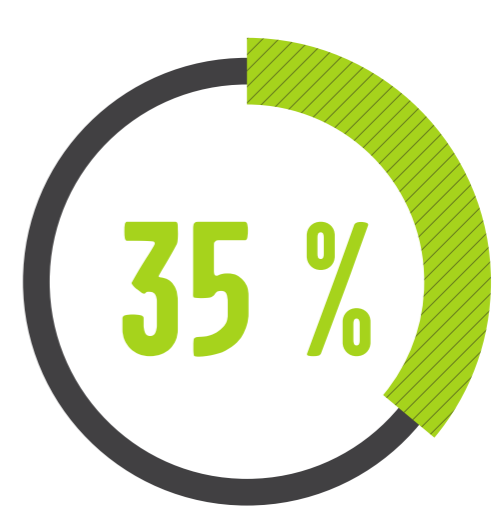
Les décideurs ayant utilisé la téléprésence pour simuler des expériences en personne en ont récolté les fruits :



sont tout à fait d'accord pour dire que la vidéo permet des relations plus avancées et plus productives avec leurs collègues, clients et fournisseurs.



sont tout à fait d'accord pour dire que la vidéo permet de gagner du temps.

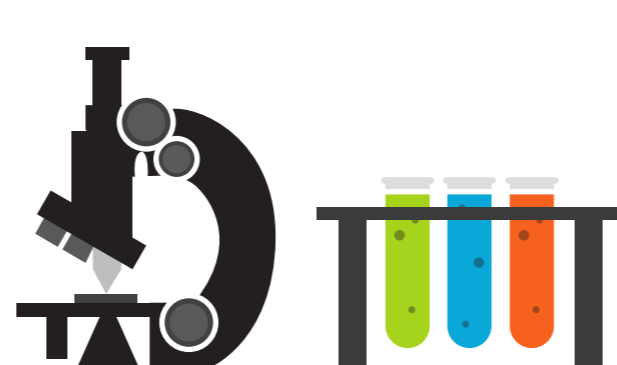


sont tout à fait d'accord pour dire que la vidéo permet de gagner de l'argent.

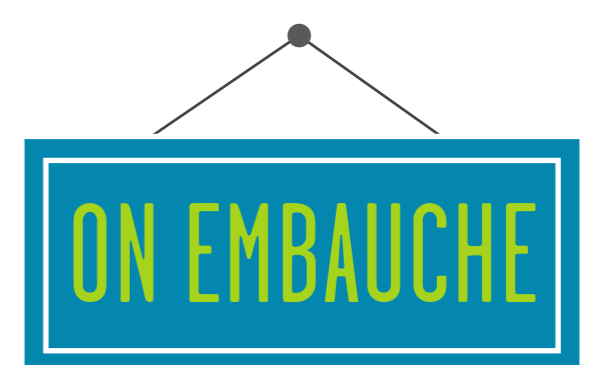
En outre, les décideurs s'accordent à dire que la téléprésence :



Améliore les relations et les réunions internationales spontanées.



Accélère la commercialisation des produits grâce aux sessions de brainstorming en face à face et à la recherche et au développement.



Renforce les compétences des équipes en permettant de recruter sans contrainte géographique.

Des expériences de communication en personne adaptées peuvent produire d'excellents résultats. Alors, quelles sont les perspectives pour les entreprises qui n'hésitent pas à se lancer dans l'expérience du face à face ?

POUR EN SAVOIR PLUS : www.cisco.com/web/telepresence/economist.html