

Unisys : Une Ã©tude sur les avantages des stratÃ©gies Mobile en entreprise
MobilitÃ©

PostÃ© par : JulieM

PubliÃ© le : 7/3/2014 13:30:00

L'enquÃªte menÃ©e avec IDG Connect auprÃ©s des dÃ©cideurs et responsables informatiques, montre que la catÃ©gorie dite des « entreprises mobiles » bÃ©nÃ©ficie d'une meilleure planification ainsi que d'une exÃ©cution plus rapide de leurs programmes de mobilitÃ©. La nouvelle Ã©tude d'Unisys Corporation (NYSE : UIS) montre que les entreprises du monde entier sont plus compÃ©titives lorsqu'elles dÃ©ploient des programmes d'Ã©dits aux stratÃ©gies et aux usages des technologies mobiles pour supporter l'activitÃ© de leurs Ã©quipes et rÃ©pondre plus efficacement aux besoins de leurs clients.

Cette enquÃªte dÃ©montre un Ã©cart important dans le succÃ©s entre les organisations qui ont mis en Ã©uvre des stratÃ©gies de mobilitÃ© et celles qui n'ont pas encore passÃ© le pas. Les « Entreprises mobiles » dÃ©finies comme « trend setters » avec une stratÃ©gie de mobilitÃ© et un plan technologique, des critÃ©res de rÃ©ussite clairs et mesurables, et un plan de gouvernance global intÃ©grant la mobilitÃ© - obtiennent de meilleurs rÃ©sultats que celles ayant un plan stratÃ©gique limitÃ© ou en mode projet uniquement.

« Cette Ã©tude montre clairement que le succÃ©s de la mobilitÃ© rÃ©side dans une approche globale rÃ©flÃ©chie, englobant une stratÃ©gie, des applications d'entreprise et la mesure officielle de rÃ©sultats, en plus d'une ingÃ©nierie des infrastructures d'Ã©dits », commente **Darren McGrath**, Directeur Monde des Solutions de MobilitÃ© Unisys. « Une approche cohÃ©rente et rÃ©flÃ©chie peut faire de la mobilitÃ© un vÃ©ritable facilitateur d'affaires, tandis qu'un programme incohÃ©rent crÃ©e le risque d'une mÃ©thodologie orientÃ©e sur les tactiques plus que sur la valeur stratÃ©gique apportÃ©e Ã l'entreprise. »

Des critÃ©res de mesure forts mÃ©nent Ã de meilleurs rÃ©sultats

61% des personnes interrogÃ©es disent que leurs entreprises ont mis en place des stratÃ©gies mobiles. Cependant, il existe des disparitÃ©s importantes dans la faÃ§on dont les rÃ©pondants caractÃ©risent la maturitÃ© de ces stratÃ©gies et politiques de mobilitÃ© :

- â€¢ 21% classent leurs entreprises comme une entreprise mobile « avant-gardiste » ;
- â€¢ 40% la dÃ©crivent comme « active » au niveau mobile, avec des stratÃ©gies et politiques en place, mais pas de gouvernance proactive ;
- â€¢ 28% la disent « bien informÃ©e sur la mobilitÃ© », avec quelques initiatives mobiles et quelques mesures en place, mais sans stratÃ©gie globale ni gouvernance particuliÃ©re des solutions ;
- â€¢ 11% disent que leur organisation est « sans programme de mobilitÃ© », n'ayant pas du tout de stratÃ©gie, ni politique ou de gouvernance Ã©tablies.

Dans l'ensemble, les personnes interrogÃ©es indiquent que la mise en Ã©uvre de programmes de mobilitÃ© a profitÃ© Ã leur entreprise. 53% d'entre elles affirment que ces programmes de mobilitÃ© leur ont permis de crÃ©er de nouveaux canaux d'Ã©changes et de renforcer les interactions avec leurs clients. Un peu plus de la moitiÃ© (51%) prÃ©tendent que la mobilitÃ© a permis Ã leur organisation de redÃ©finir les processus de travail en permettant un accÃ©s aux donnÃ©es de l'entreprise depuis un terminal mobile.

Enfin, 50% disent qu'ils ont Ã©tÃ© en mesure d'amÃ©liorer les produits existants grÃ¢ce aux capacitÃ©s mobiles de l'entreprise.

Pour aller plus loin, les organisations qui se considÃ©rent comme entreprises mobiles «

avant-gardistes » déclarent une productivité plus importante grâce aux investissements dans la mobilité :

• 79% déclarent qu'elles ont pu mesurer clairement le retour sur investissement (ROI) de la mobilité contre seulement 59% de l'ensemble des entreprises interrogées ;

• 84% des entreprises mobiles rapportent une augmentation de la productivité au cours de la dernière année via leurs programmes de mobilité, contre 70% de toutes les organisations sondées, et 52% seulement de la catégorie « sans programme de mobilité » ;

• 75% affirment que la mobilité a généré de nouveaux revenus pour l'entreprise au cours des douze derniers mois, alors que seuls 30% des catégories « bien informées en mobilité » et « sans programme de mobilité » prétendent avoir généré des nouveaux revenus.

Les résultats de l'Étude indiquent un certain nombre de facteurs qui expliquent ces résultats plus élevés pour les entreprises mobiles :

• 65% entreprises mobiles disent qu'elles utilisent un processus de mesure formel et basé sur de la technologie pour mesurer le retour sur investissement. Seulement un tiers de tous les sondés à travers le monde déclarent la même chose ;

• 32% s'appuient sur des processus automatisés et non manuels, tandis que 36% font appel à des processus de mesure informels et au cas par cas ;

• 16% ne mesurent pas du tout le ROI.

« Ces résultats démontrent que le succès de la mobilité dépend d'une planification rigoureuse, de stratégies intelligentes et d'une exécution cohérente », commente M. **McGrath**. « En adoptant une approche globale et rigoureuse de la mobilité, les entreprises peuvent accroître la productivité de leurs équipes, augmenter leurs revenus, faciliter l'innovation et trouver de nouvelles façons de servir leurs clients. »