

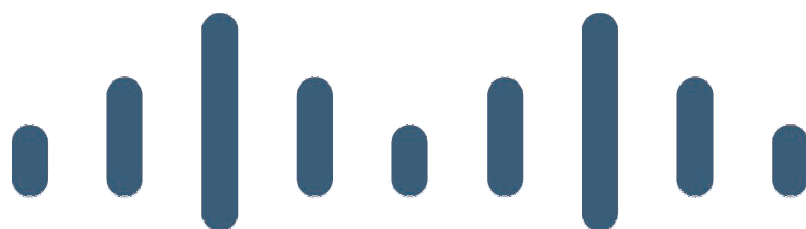
lesnégociales.com
Challenge

FINALE NATIONALE

Mercredi 23 Mars 2011

Finale

CISCO SYSTEM
Cas Acheteur



CISCO

Mercredi 23 Mars 2011 – Finale
22^{ème} Challenge de Négociation Commerciale
LES NEGOCIALES

CAS ACHETEUR

Université de San José – Californie – USA




Vous êtes Monsieur Dupont, directeur financier de l'Université de San José

CARTE D'IDENTITE DE L'UNIVERSITE :

L'université de San José est localisée dans la Silicon Valley et, à ce titre, dispose des dernières nouveautés technologiques. C'est un axe de communication très fort pour attirer les meilleurs étudiants des Etats-Unis, d'Asie et d'Europe.

Cela s'est traduit l'année dernière par la mise en place d'un accès à internet sur le campus gratuit et illimité pour tous les étudiants et les professeurs.

Quelques chiffres :

-  30 000 étudiants : 20 000 undergraduates et 10 000 Post graduates
-  700 professeurs dont 300 qui enseignent dans différentes universités sur tout le continent américain
-  1 site principal à San José et 10 sites partenaires localisés à Paris, Londres, New York, Pekin, Madrid, Tokyo, Amsterdam, Chicago, Dallas, Hong Kong.

Lors d'un dernier sondage auprès des étudiants et des professeurs, la Direction de l'université s'est aperçue que les étudiants étaient à la recherche de cours dispensés par des professeurs de différents horizons voire par des professionnels de leur domaine de spécialisation. La quantité de professeurs capables de leur apporter une formation professionnalisante est donc un critère important dans le choix de l'université qu'ils vont choisir pour étudier.

De la même manière, les professeurs souhaitent pouvoir dispenser leurs cours tout en continuant à mener une activité business parallèle : le conseil ou la recherche. Leur fréquence de déplacement dans d'autres universités aux USA ou même sur d'autres continents est donc élevée. La moitié des professeurs est concernée par ce phénomène. Au même titre que l'université cherche à attirer les Talents, elle a développé une stratégie pour recruter les meilleurs professeurs pour dispenser la meilleure qualité de cours possible. Pour ce faire, elle doit leur fournir un moyen de cumuler leurs deux activités professionnelles.

Cette volonté de rendre l'université plus attractive est donc au cœur des préoccupations de l'université. Le comité de direction a donc confié à sa direction financière l'étude d'une solution permettant de répondre à ces besoins dans un budget restreint. Vous vous êtes retourné vers votre directeur informatique, Madame Jasmine pour trouver une solution innovante, performante, donnant l'impression de faire des cours réels à un coût raisonnable.

Madame Jasmine vous a répondu à que vous devriez envisager des abonnements aux programmes frequent flyers pour les intervenants. Il s'agit d'accords négociés entre l'université et les compagnies aériennes qui permettent aux professeurs se déplaçant fréquemment de bénéficier de tarifs avantageux lors de leurs voyages.

Mais vous souhaitez amener une solution beaucoup plus pérenne et sur laquelle l'Université puisse communiquer pour transformer son centre de coût en centre de profit. **Une solution de visioconférence** vous paraît remplir les deux objectifs à atteindre :

- ✚ Permettre aux professeurs de mener à bien leurs deux activités en limitant les voyages
- ✚ Permettre aux étudiants de suivre des cours virtuels animés par des professeurs ou intervenants du monde entier.

Peu familier avec ce genre de solution, le budget vous paraît être une contrainte de taille et vous vous demandez si le retour sur investissement sera à la hauteur de vos espérances. Le budget alloué à cette solution est de 300.000 €. Vous restez flexible à condition que le projet présente un vrai retour sur investissement.

L'ENSEIGNEMENT VIRTUEL :

L'éducation supérieure est par définition un système collaboratif. La technologie permet aujourd'hui de connecter les personnes et simplifie la communication comme jamais auparavant.

L'ensemble des moyens de communication (sms, internet...) à notre disposition nous permet d'échanger en temps réel. Il reste un dernier pas à franchir : rendre un face à face possible à plusieurs milliers de kilomètres à partir de son bureau.

Les collèges et les universités cherchent à améliorer l'apprentissage en le rendant plus interactif, en mettant en relation des experts avec les étudiants pour des cours magistraux ou des groupes de travail et ainsi fournir un accès plus large à l'expertise.

De plus, les universités sont organisées en réseaux et souhaitent partager leur expertise. Il est cependant difficile de dispenser un cours le matin à San José et l'après-midi au Canada. Plus encore, les budgets de déplacements sont limités.

Enfin, la composante écologique (émission de CO2 durant les voyages, pollution liée aux transports) devient un point à prendre en compte.

En conclusion, les universités cherchent des solutions interactives et de qualité pour que les professeurs puissent donner des cours partout sans se déplacer de leur bureau. Et les étudiants cherchent à disposer des meilleurs enseignements de la planète à partir de leur université.

LA VISIOCONFERENCE :

La visioconférence est une solution permettant de combiner la téléphonie avec la vidéo, permettant ainsi à deux ou plusieurs interlocuteurs de dialoguer tout en se voyant.

Cette solution est aujourd'hui de plus en plus utilisée grâce à trois évolutions majeures :

- ✚ Les réseaux numériques de bout en bout : la possibilité de relier une personne en France à une personne résidant à Moscou c'est-à-dire une connexion sans frontière.
- ✚ La baisse des coûts des équipements des caméras vidéo
- ✚ Les progrès dans les techniques de codages : capacité de faire passer de la voix et de la vidéo sur les réseaux sans coupures et interférences.

De plus, de multiples terminaux permettent aujourd'hui d'utiliser cette technologie : les téléphones sur IP, les ordinateurs, les salles dédiées.

Cette technologie se diffuse car elle fournit une alternative aux déplacements fréquents, aux coûts et à la pollution.

Néanmoins l'utilisation de cette solution reste encore limitée notamment du fait de la complexité d'utilisation parfois justifiée mais surtout la complexité d'utilisation perçue par les potentiels utilisateurs non formés à s'en servir.

Pour la majorité des professionnels, pour une réunion en visioconférence, il faut prévoir au minimum 1 heure pour la mettre en marche avant une conférence.

Cout de la solution :

Un prestataire vous a proposé une solution pour 4 sites en location à 7.000 €^{HT} par mois pour de la visioconférence. Vous êtes convaincu de l'intérêt de cette proposition. Vous ne savez pas si les maintenances sont incluses.

Vous avez rendez-vous ce jour avec un commercial de la société CISCO, qui doit vous proposer une solution innovante, sur laquelle, l'université pourra communiquer face à ses confrères (attirer les nouveaux talents tout en optimisant les coûts).

CISCO

Présentation de la société

« CHANGING THE WAY WE WORK, LIVE, PLAY, AND LEARN », telle est la devise de CISCO

Le siège mondial de Cisco se trouve à San Jose en Californie, Etats-Unis. 77.000 employés, 40 Milliards de \$ de Chiffre d'Affaire, dont 14% sont aujourd'hui investis dans la Recherche&Développement.

Cisco a été créé en 1984 par deux scientifiques de l'université de Stanford. Dès l'origine, les ingénieurs de Cisco ont été les moteurs dans l'avancement du développement d'IP (Internet Protocol), le langage élémentaire pour communiquer à travers l'Internet et les réseaux privés. La tradition d'innovation de l'entreprise se poursuit toujours avec la création par Cisco de produits et technologies clés qui rendront l'Internet encore plus facile et dynamique. Ces technologies comprennent le routage et la commutation avancés, la voix et la vidéo à travers IP, les applications de centre d'appels, les réseaux optiques, le sans fil, le réseau de stockage, la sécurité, le haut débit et la gestion du contenu.

Au-delà de son leadership technologique, Cisco est reconnu comme une entreprise innovante dans son propre fonctionnement interne. L'entreprise a été pionnière en utilisant l'Internet pour le support auprès des clients, la vente de produits, la formation et la gestion de ses finances.

Cisco s'adresse en particulier à trois marchés :

- Les « **Entreprises** » – Essentiellement « grands comptes » ainsi que le Secteur Public.
- Les « **Opérateurs Télécom** »
- Le « **grand public et PME/PMI** »

LA TELEPRESENCE CISCO : UNE SOLUTION POUR L'EDUCATION SUPERIEURE

Qu'est-ce que la Téléprésence ? Il s'agit d'une « rupture technologique ».

La Téléprésence va plus loin que la visioconférence classique en créant une expérience de communication en immersion totale et simple. Par la création d'un espace virtuel où vos interlocuteurs apparaissent en taille réelle à l'écran, associé à une image et un son HD, les solutions de Téléprésence immersive donnent l'impression d'être véritablement assis « à la même table » que les autres participants. Vous pouvez discuter et travailler avec vos interlocuteurs, tout en observant leurs réactions, comme si vous étiez réellement dans une seule et même pièce.

Vous travaillez et modifiez simultanément des documents communs, même si vous êtes séparés par des milliers de kilomètres.

Concept désormais au point, la téléprésence immersive offre une vraie alternative aux déplacements physiques. Coûteuses mais rentables, les solutions englobent équipements, salles, mobilier, services et même conciergerie.