

FUJITSU MULTI-RÉCOMPENSÉ : VMWARE LUI DÉCERNE PLUSIEURS « PARTNER INNOVATION AWARDS » À L'OCCASION DU PARTNER LEADERSHIP SUMMIT

Fujitsu vient de recevoir le prix mondial « Partner Innovation Award », dans la catégorie Partenaire stratégique de l'année. Ce prix lui a été décerné par VMware, à l'occasion du Partner Leadership Summit. Toujours dans cette catégorie, Fujitsu s'est vu décerner deux autres « Partner Innovation Awards » : ceux de Partenaire APJ et de Partenaire EMEA. Fujitsu Océanie reçoit également le « Partner Innovation Award » Partenaire APJ dans la catégorie Prestataire de services partenaire. Ces prix viennent récompenser l'engagement de Fujitsu, qui s'est employé à renforcer ses compétences locales et à approfondir son partenariat régional avec VMware. Le VMware Partner Leadership Summit s'est tenu à Scottsdale, en Arizona (États-Unis) au mois de mars dernier.

« Nous apprécions et tenons à valoriser les résultats obtenus par nos partenaires en 2015 » déclare Ross Brown, vice-président sénior du service Alliances et partenariats mondiaux chez VMware. « Nous félicitons Fujitsu pour son prix mondial "Partner Innovation Award" VMware et ses deux "Partner Innovation Awards" de partenaire APJ et EMEA. Nous espérons poursuivre activement cette collaboration », conclut-il.

« Cette récompense témoigne de toute l'importance qu'occupe Fujitsu dans nos partenariats stratégiques. Ils nous permettent de proposer des services informatiques de qualité à nos clients, quel que soit le niveau de complexité attendu », explique Uwe Neumeier, vice-président et chef du centre de données pour les produits EMEira chez Fujitsu. « Fujitsu a travaillé avec VMware pour créer une offre complète d'appliances destinée à nos clients et partenaires, qu'il s'agisse de clients privés, publiques, ou de centres de données. »

Les récompenses, réparties en 19 catégories, sont venues récompenser les performances et réalisations spécifiques des partenaires VMware en 2015.

DOXENSE REMPORTE DEUX PRIX POUR SON IDENTITÉ GRAPHIQUE !

Doxense, éditeur de solutions dédiées et Brand Brothers, agence de design et de branding ont remporté deux prix lors de la cérémonie des « Transform Awards Europe ».

Un concours prestigieux et reconnu : Le concours des « Transform Awards Europe » promeut et valorise les stratégies et les projets de développement de marques. Qu'il s'agisse d'une grosse agence ou d'une petite entreprise locale, ce concours reconnaît l'excellence et récompense l'innovation en terme de design et d'identité visuelle à travers toute l'Europe.

La nouvelle identité graphique de Doxense : 2015 fut une année phare pour Doxense. Après avoir ouvert deux filiales au Royaume-Uni et en Allemagne, signé des accords technologiques majeurs et de nouveaux constructeurs et étoffé sa famille de solutions, Watchdoc s'est lancé dans un défi majeur : la refonte de son image de marque !

Nouveau positionnement stratégique, architecture de marque, naming des grandes familles de produits sont autant de challenges relevés avec succès par l'agence Brand Brothers qui a su mettre en avant les facultés de contrôle, d'optimisation et d'anticipation des flux d'impressions proposées par les solutions Doxense.

Deux prix attribués à Doxense et Brand Brothers : Lors de la cérémonie des Transform Awards 2016 qui s'est déroulée le 22 mars 2016 à Londres, Doxense et l'agence Brand Brothers se sont vus remettre deux superbes prix au sein d'une assemblée rassemblant de grands professionnels du branding (designStudio, moving Brands, interbrand ...) et leurs entreprises clientes (telles que Jardiland, Merck, Lindt, British Gas ...)

– 2^e place dans la catégorie « Best visual identity from the professional services sector » (Meilleure identité visuelle dans le secteur du BtoB)

– 4^e place dans la catégorie « Best brand consolidation » (Meilleure consolidation d'image de marque)



#TransEuro | The Brewery, London | 22 March 2016
Recognising excellence and rewarding innovation in branding across Europe

De gauche à droite : Jean-Remi Massery (fondateur associé de l'agence Brand Brothers), Alicia Cassama (Marketing et communication Doxense), Johan Debit (fondateur associé de l'agence Brand Brothers), Shani Clark-Jones (Doxense UK)

LES CADRES « PERDENT » ENCORE 10 JOURS/AN EN RÉUNIONS INEFFICACES

Inévitables et jugées inefficaces par 42 % des cadres qui estiment toutefois que les réunions restent le lieu idéal de la prise de décision en entreprise. Le baromètre Ifop/Wisembly 2016 constate que les cadres passent en moyenne 24 jours en réunion, soit autant qu'en vacances, dont 10 jours en réunions inefficaces.

La moyenne constatée est de 3 réunions par semaine, la durée moyenne est de 1h20 par réunion mais dans le secteur public les réunions sont 20 % plus longues et pour les cadres de la fonction Achats les réunions sont 20 % plus courtes.

En nombre de réunions, les cadres qui en font le plus appartiennent aux services informatiques (4,4), aux Achats (4,3) et Communication marketing (3,8). Les cadres qui font le moins de réunions

proviennent des secteurs Finance (2,9), Commerciaux (2,9) et Éducation (2,5). Les sondés estiment que la réunion idéale ne devrait pas excéder 45 mm/1 heure,

partir de 1h30 l'attention faiblit et 42 % des cadres jugent que leurs réunions sont inefficaces.

Toutefois la réunion reste le moment privilégié pour prendre des décisions en entreprise selon 62 % des interrogés, 22 % affirment prendre des décisions par conférence téléphonique, 20 % par échanges d'emails et 14 % de manière informelle.

D'autres formats sont considérés comme plus efficaces par tout le panel mais encore plus par les cadres du marketing et de la communication : 1. Les stand-up meetings, 2. Les logiciels collaboratifs 3. La visioconférence.

