

# Entreprise virtuelle



D'ores et déjà **incontournable** au sein des pôles Recherche et Conception, la **technologie 3D** est en passe de franchir **un nouveau cap** dans l'entreprise. **Le virtuel** est arrivé à **maturité** et les services **Marketing, Vente, et Ressources Humaines** comptent bien, eux aussi, profiter de cet **outil plus que prometteur**. Coup d'œil sur les **perspectives** offertes par un vecteur de communication **ludique, intuitif et accrocheur**.



# pour résultats réels !

**U**ne image vaut mille mots, (Confucius). Cela est d'autant plus vrai qu'elle est animée, réaliste et interactive. D'où le succès croissant de la représentation en 3D, la plus fidèle à la vision humaine. Les nouvelles technologies permettent de modéliser l'infiniment petit (un virus) comme l'extrêmement grand (la terre). Elles ouvrent aussi toutes grandes les portes à notre imaginaire, en transformant un simple concept en réalité virtuelle. Idéal pour les métiers de la conception, du prototypage et de la production. Dans ces domaines, la 3D est devenue incontournable, pour sa valeur représentative mais surtout parce qu'elle permet, mieux que tout autre outil, de comprendre un processus et de se l'approprier.

Pourquoi ? Parce qu'elle stimule la vue et les touchers, les deux sens principalement responsables, chez l'Homme, de la mémorisation d'une part et de la prise de décision d'autre part.

## >> Un outil pédagogique et ludique...

« C'est pourquoi il y a urgence à permettre à l'entreprise de tirer profit de manière encore plus large des technologies du virtuel et de la 3D », insiste Hervé Heully, Pdg de NEW3S. La société, spécialiste de la communication numérique, a inventé le concept de 3V ou Valued Virtual Visit. Une solution qui permet de naviguer et d'interagir dans un espace 3D existant ou en devenir, de manipuler un produit, de tester ses aptitudes ou de simuler des scénarii... La 3D à forte valeur ajoutée en somme. « Aucun autre outil ne pourrait mieux, aujourd'hui, permettre de relier par un même processus les ateliers de recrutement, la formation et l'exécution », poursuit le dirigeant. Dans la continuité des techniques numériques destinées aux forces de conception et de production, la 3V cible donc les forces de vente et de

marketing, autant que les usagers et les acheteurs.

Car à tous niveaux ou presque, la 3D peut stimuler la performance de l'entreprise. En termes de gestion des ressources humaines, par exemple. L'interactivité offerte par la 3V peut en effet s'avérer l'un des meilleurs moyens de se créer sa propre grille de recrutement, et de vérifier les capacités d'un candidat, en « live ». « Cet outil permet de tester le côté technique des futures recrues, grâce à la manipulation 3D des produits », commente M. Madjid Moustaphaoui, Responsable Développement des Ressources Humaines & des Systèmes d'Information RH au sein de la filiale française du géant Würth (fixation professionnelle).

## >> ... pour comprendre un processus et se l'approprier

Ce qui est vrai pour le recrutement l'est aussi pour la formation. Outil



pédagogique et ludique, facilitant la compréhension et l'action, la 3V ouvre en la matière de prometteuses perspectives. En particulier parce que l'interactivité, une fois encore, renforce la qualité de l'apprentissage. « L'utilisation de l'image numérique en 3V permet de mettre des produits et technologies en action pour en percevoir les principes : les assembler, les démonter, les manipuler, simuler des pannes, des modifications... », explique Dominique Gros, gérant d'un cabinet conseil en ingénierie de formation et pédagogique. Intégrée dans un parcours de formation multimédia, elle permet



>> Hervé Heully, Pdg de NEW3S et M Cardinet lors du Salon International des Inventions, des Techniques et Produits Nouveaux à Genève en 2006.





forces de vente » déclare Philippe Fournau Responsable du département Stylos publicitaires PILOT EUROPE. Là où certains vendeurs pêchaient parfois par manque de connaissance du produit proposé, ils peuvent désormais adapter leur discours à leur propre expérience,

aussi, ajoute-t-il, « d'éviter les discours théoriques, les représentations abstraites ». « La 3V offre le plaisir de jouer et de trouver les atouts d'un produit qui deviendra le porte-parole de sa propre entreprise », confirme Hervé Heully.

Or s'approprier un produit, le connaître dans ses moindres détails, c'est à fortiori, mieux le vendre. D'où l'intérêt que peut représenter l'utilisation de cet outil, « dans la mise en place d'argumentaires 3D pour les

à leur ressenti personnel et par là même gagner en proximité avec le client final. « Face à des clients dont les exigences sont de plus en plus précises et en présence d'une forte concurrence, la 3V est de nature à être un atout supplémentaire pour notre force de vente, notamment afin de convaincre le client dans son processus d'achat et de décision. Le fait de pouvoir montrer et expliquer la manière dont une porte sectionnelle fonctionne, sous toutes ses coutures,

>> **Gagner en proximité avec le client final...**

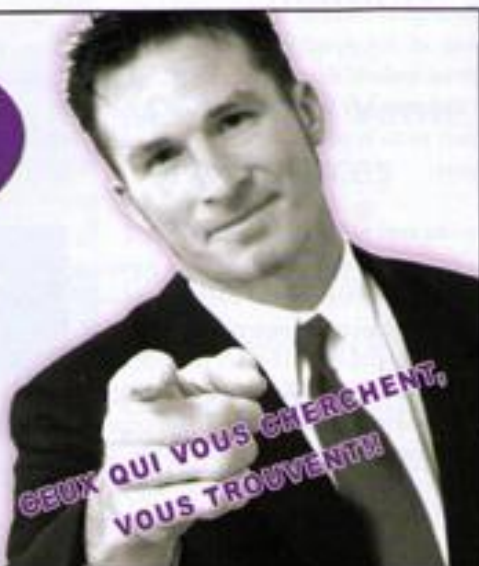
permet clairement de se démarquer et de démontrer notre savoir-faire », note Yannick Legrandois, Responsable Marketing chez Crawford Hafa. Et Hervé Heully de confirmer qu'avec la 3V, New3S a voulu « confectionner des outils commerciaux et relationnels nouvelle génération destinés à créer des équipes de commerciaux capables de maîtriser et employer utilement les technolo-

## Siuper .COM

Essayez Siuper pendant 1 mois !!  
gratuit et sans engagement.

### LE MOTEUR QUI TRANSFORME VOS RECHERCHES EN RELATIONS

- Offrez vos services
- Vendez vos produits
- Menez un campagne de recrutement
- Recevez des demandes de devis groupées
- Vendez votre maison
- Vendez votre voiture
- Déposez votre CV en ligne...



Un projet développé par

## ih2000

Built with Technology

CONCEVEZ VOTRE SITE INTERNET SUR MESURE  
GRACE A L'ALLIANCE DE 5 DISCIPLINES



Pour en savoir plus:  
Tel: 08 26 20 00 34 (0.12 €/minute)  
E-mail: info@ih2000.com  
ou consultez notre Site web  
www.ih2000.com

Nom de domaine  
Solution d'hébergement  
Design 3D  
Développement  
Traduction  
Référencement



gies de communication numérique aujourd'hui à disposition pour le marketing et la vente ». L'objectif est clair : stimuler la chaîne de consommation en transformant la passivité des consommateurs en implication. Un exemple, encore. Wurth Modyf, leader européen de la Vente à Distance de vêtements de travail, a choisi de mettre en scène

>> **Synonyme de croissance et de notoriété**

Enfin, il est ici plus largement question de progrès général. Bon nombre d'études témoignent de la nécessité pour les entreprises de s'ouvrir, par les NTIC à l'extérieur. Il en va de leur pérennité et de leur croissance mais aussi de leur aptitude à éviter de dé-

cliner. Facteur de matérialisation de leurs projets et ambitions, synonyme de notoriété, la 3D interactive devient un outil quasi-incontournable. « C'est aussi un excellent vecteur de communication, une façon de montrer à nos clients que nous sommes une entreprise per-

formante et dynamique », souligne Yannick Legrandois.

En bout de chaîne, les consommateurs commencent à comprendre qu'ils pourraient, eux aussi, tirer profit de ces technologies 3D. Dans un futur proche chacun pourra d'ailleurs sûrement disposer librement de son produit en virtuel et 3D sur un CD, le Web

ou un téléphone mobile. Laissant la porte ouverte à une implication encore plus forte de la clientèle finale dans les tests, benchmarks ou optimisations de produits.

> O. L.



en 3V, 5 vêtements et chaussures phares de sa gamme Hiver 2005/2006. Il s'agissait de permettre aux clients de découvrir, sur Internet ou CD-Rom, tous les points forts de ces produits, en quelques clics seulement. Traditionnellement peu disponible et peu encline aux essayages, la clientèle a largement adhéré.



>> **La 3D à forte valeur ajoutée en somme**

www.new3s.com

Enfin de l'Innovation!

CA ↑

dans les domaines

**Relationnel**

**Commercial**

**Pédagogique**

avec la **3V**

Jours

**NEW3S**

Ingénierie en  
Communication Numérique

contact@new3s.com

TEL : +33(0).141.749.547  
FAX : +33(0).141.749.242