

# Magic Quadrant pour les Communications unifiées en tant que service, à l'échelle mondiale

Publié le 28 novembre 2022 - ID G00760638 - durée de lecture : 48 min

Par les analystes : Rafael Benitez, Megan Fernandez, Christopher Trueman, Pankil Sheth

Les fournisseurs d'UCaaS développent et exploitent des services d'UC cloud qui offrent des fonctionnalités de communication et de collaboration professionnelles, dont la téléphonie, les réunions, la messagerie, la mobilité et le centre de contact. Ce Magic Quadrant aide les leaders d'infrastructures et d'opérations à sélectionner les fournisseurs qui correspondent le mieux aux besoins de leur organisation.

## Hypothèse de planification stratégique

- Jusqu'en 2025, 25 % des employés de bureau aux États-Unis et en Europe ne bénéficieront pas de la téléphonie filaire, contre 5 % en 2020 avant le début de la pandémie de COVID-19.

## Définition/description du marché

Ce document a été révisé le 15 décembre 2022. Le document que vous consultez est la version corrigée. Pour plus d'informations, consultez la page [Corrections](#) sur gartner.com.

Gartner définit les communications unifiées en tant que service (UCaaS) comme un service fourni dans le cloud qui offre les fonctionnalités de base suivantes :

- **Téléphonie** : Cela inclut les fonctions et fonctionnalités de téléphonie d'entreprise, les services d'appel d'urgence avec notifications et, en règle générale, l'accès au réseau téléphonique commuté (public switched telephone network, PSTN). Les fournisseurs qui ne proposent pas de services d'accès PSTN adoptent une stratégie « apportez votre propre fournisseur de PSTN ». Les services d'appel d'urgence aux États-Unis, à savoir E911, comprennent des fonctionnalités qui assurent la pleine conformité des organisations à la loi Kari's Law et au Ray Baum Act. Les services de téléphonie sont consommés par les utilisateurs disposant de téléphones IP physiques, de téléphones analogiques physiques, d'appareils analogiques (par ex. , télécopieurs, panneaux d'alarme incendie, etc. ), d'applications de bureau, d'applications Web ou d'applications mobiles. L'intégration de la téléphonie dans Microsoft Office 365, y compris dans Microsoft Teams, est devenue une exigence fréquente des acheteurs qui choisissent Microsoft pour la messagerie ou les réunions.

- **Réunions** : Ce domaine comprend des conférences audio/vidéo multipartites avec partage de contenu (écran principal et partage d'applications) et messagerie en cours de réunion, partage de fichiers, mises en page personnalisables, sous-titrage, enregistrement, arrière-plans virtuels, prise en charge des sessions en petits groupes, réactions et autres fonctionnalités. Les services de réunion doivent être accessibles via une application de bureau, une application mobile, une application Web et des systèmes de salles. Selon Gartner, la définition des réunions pour le marché de l'UCaaS porte sur les fonctionnalités liées à la collaboration interne, au télétravail et aux cas d'utilisation de réunions pour des présentations externes. D'autres cas d'utilisation spécialisés tels que le webinaire, l'assistance à distance, l'apprentissage et la formation à distance, etc. , sont souvent disponibles à partir des offres UCaaS, mais ne sont pas obligatoires pour cette étude, car ces cas d'utilisation relèvent d'un marché distinct défini par Gartner (solutions de réunion).
- **Messagerie** : Les fonctionnalités de messagerie permettent aux utilisateurs d'échanger des messages instantanés richement formatés avec d'autres informations telles que des emojis, des images, des pièces jointes et des liens en temps réel. La messagerie a évolué pour inclure deux modes principaux : la messagerie personnelle pour la communication 1: 1 (également appelée « chat »), et la messagerie d'équipe pour les groupes ou les équipes utilisant des expériences utilisateur conversationnelles. Les indicateurs de présence et de statut permettent aux utilisateurs de visualiser la disponibilité et le statut des autres utilisateurs et ressources de leur organisation. La fédération permet aux messages, à la présence et au statut de dépasser les frontières de l'entreprise. Afin de permettre aux utilisateurs finaux d'envoyer et de recevoir des messages SMS vers les appareils mobiles d'utilisateurs internes ou externes via l'application de bureau, Web ou mobile UCaaS, la messagerie peut également inclure des services d'intégration SMS.
- **Applications logicielles** : Elles permettent d'accéder à toutes les modalités de communication et aux fonctionnalités de collaboration à partir d'une expérience utilisateur cohérente sur tous les terminaux. Les fournisseurs d'UCaaS proposent des applications de bureau, Web et mobiles pour smartphones et tablettes, ainsi que des extensions/plug-ins logiciels qui s'intègrent dans les applications d'entreprise telles que les calendriers, les solutions de messagerie et de CRM.
- **API** : Il s'agit notamment de fonctionnalités qui mettent à disposition des interfaces programmables officiellement gérées permettant la personnalisation, le développement ou l'intégration de fonctionnalités UC discrètes, telles que la voix, la vidéo, les réunions, la messagerie, la gestion, l'administration, le reporting et l'analyse avec d'autres applications commerciales et de communication. Les options d'intégration comprennent le centre de contact, les marketplaces, les applications de collaboration, la collaboration de flux de travail, les intégrations de plug-in ou d'extension pour les principales applications d'entreprise sur cloud, la plateforme de communication en tant que service (CPaaS) pour les intégrations d'applications d'entreprise numériques et l'intégration dans les fonctionnalités d'analyse d'entreprise et d'IA.

- **Services adjacents** : Il s'agit notamment de services en option qui ne sont pas essentiels à l'offre UCaaS, mais qui sont groupés par la plupart des fournisseurs pour augmenter la valeur de l'offre. Ces services en option augmentent la valeur à la fois grâce aux fonctionnalités qu'ils proposent et aux coûts d'acquisition inférieurs qu'ils offrent (un seul contrat à négocier). Les services de centre de contact intégrés et la surveillance de la qualité de service (QoS) entrent dans cette catégorie. Pour les centres de contact intégrés, le marché recherche généralement un ensemble de fonctionnalités rudimentaires à intermédiaires, et en général nécessite uniquement des interactions et appels entrants. Même si bon nombre d'organisations n'utilisent actuellement que des canaux vocaux, d'autres canaux numériques (e-mail, SMS, chat Web, vidéo, réseaux sociaux, etc. ) sont de plus en plus nécessaires lors de l'achat d'un centre de contact intégré UCaaS. En règle générale, les centres de contact intégrés sont également limités en taille, pas plus d'une centaine d'agents. Les fonctionnalités de surveillance QoS consistent généralement en un ensemble de fonctionnalités premium qui dépassent le reporting QoS standard que la plupart des fournisseurs incluent, et sont souvent fournies sans frais supplémentaires.

## Magic Quadrant

**Figure 1 : Magic Quadrant pour les Communications unifiées en tant que service, à l'échelle mondiale**



En mai 2022 © Gartner, Inc

Source : Gartner (novembre 2022)

### Points forts et réserves sur les fournisseurs

#### 8x8

8x8 est un Leader de ce Magic Quadrant. 8x8 XCaaS comprend 8x8 Work, 8x8 Contact Center, 8x8 Meet, 8x8 Team Messaging et 8x8 CPaaS. Les opérations de 8x8 se répartissent géographiquement dans 56 pays. Ses clients sont répartis sur tous les segments. Les changements au cours des 12 derniers mois comprennent l'introduction de la console de l'assistant 8x8 Frontdesk ; la sortie de l'analyse vocale et de la gestion de la qualité 8x8 Conversation IQ pour les travailleurs du savoir et les agents de centre de contact ; la prise en charge de 8x8 Work pour les navigateurs Web ; un partenariat d'intégration de nouvelle technologie avec les clients du centre de contact Genesys for Cloud CX recherchant des fonctionnalités de téléphonie mondiale avancées ; et l'ajout d'appels nationaux dans 13 nouveaux pays. Les améliorations apportées à 8x8 Meet incluent la prise en charge de 500 utilisateurs, des

salles de répartition, des sondages, un outil avancé d'analyse des réunions, la prise en charge des emojis, des contrôles de modération avancés et des résumés post-réunion. 8x8 Voice for Microsoft Teams prend désormais en charge la synchronisation bidirectionnelle des présences.

### **Points forts**

- 8x8 est l'un des principaux fournisseurs d'UCaaS à offrir des fonctionnalités natives intégrées de centre de contact en tant que service (CCaaS), répondant aux exigences des centres de contact de petite et moyenne taille avec des exigences avancées. 8x8 offre ces fonctionnalités natives intégrées sous forme de package groupé qui inclut des services UCaaS et CCaaS. 8x8 est le seul fournisseur d'UCaaS à offrir actuellement une solution de centre de contact « certifiée pour Microsoft Teams ».
- 8x8 est bien placé pour fournir des solutions UCaaS et CCaaS aux organisations utilisant Microsoft Teams pour la messagerie et les réunions, mais nécessitant des fonctionnalités de téléphonie avancées. 8x8 offre des forfaits d'appels PSTN et des fonctionnalités de téléphonie dans plus de 56 pays avec 8x8 Voice for Microsoft Teams.
- Avec l'acquisition réussie du fournisseur d'UCaaS Fuze, qui a été clôturée en janvier 2022, 8x8 a étendu son empreinte géographique, ajoutant ainsi deux nouveaux centres d'assistance (en France et en Allemagne) et 11 sites de centres de données supplémentaires. 8x8 prévoit de migrer la base Fuze vers 8x8 XCaaS lorsque les clients seront prêts (8x8 continue à prendre en charge la plateforme Fuze) et d'offrir des services de centre de contact à cette base.
- 8x8 a une base de clients équilibrée sur tous les segments de marché.

### **Réserves**

- Les données Gartner Peer Insights révèlent des expériences de satisfaction client mitigées concernant le portail d'administration de 8x8 pendant les déploiements.
- Gartner a observé lors d'une enquête auprès de clients qui utilisaient auparavant la solution UCaaS Fuze que l'adoption de 8x8 a pris plus de temps que prévu en raison de la différence entre l'expérience des utilisateurs d'applications de bureau et celle des utilisateurs de mobiles.
- Bien que 8x8 dispose de fonctionnalités de téléphonie avancées, de nombreux clients de Gartner indiquent une préférence pour d'autres fournisseurs de premier plan en matière de réunions et de messagerie, principalement parce qu'ils en ont déjà sélectionné un.
- Au cours des 12 derniers mois, 8x8 a amélioré sa prise en charge des fonctionnalités de centre de contact informel avec 8x8 Conversation IQ pour les services de base de gestion de la qualité et d'analyse de la parole. Ces améliorations ont augmenté son adoption auprès des centres de contact de taille moyenne. Cependant, 8x8 n'est généralement pas sélectionné par les grandes organisations à la recherche de fonctionnalités avancées de centre de contact nécessitant une gestion avancée de la main d'œuvre native.

### **Cisco**

Cisco est un Leader de ce Magic Quadrant. Webex de Cisco comprend la téléphonie, la messagerie, la collaboration et les réunions. Pour Webex, Cisco s'appuie sur une vaste base de partenaires de distribution mondiaux, dont des opérateurs de télécommunications. Les améliorations apportées à Webex au cours de l'année écoulée comprennent Webex Calling Dedicated Instance (une version cloud de Unified Communications Manager optimisée pour les clients UCM existants) ; l'expansion dans plus de 110 pays et des forfaits d'appel de Cisco dans 19 pays ; Webex Go pour la prise en charge de la numérotation native mobile et l'intégration des opérateurs de mobiles ; de nombreuses options de personnalisation de la mise en page Webex Meetings ; E911 nomade ; nouvelles fonctionnalités de réunion basées sur l'IA ; sous-titrage et traductions en temps réel de 13 langues parlées à plus de 100 langues ; et Webex Setup Assist (un programme de migration optimisé pour les clients Cisco UCM existants). Gartner estime que l'UCaaS de Webex est bien adaptée aux organisations de toute taille.

### **Points forts**

- Au cours de l'année passée, Cisco a investi de manière agressive dans l'innovation à travers la R&D, les capacités de livraison et, surtout, le marketing. Cisco a continué à proposer des innovations différenciées sur l'ensemble de son portefeuille UC à un rythme plus rapide par rapport aux autres principaux fournisseurs d'UCaaS.
- L'écosystème de partenaires de Cisco demeure très vaste et mondial. S'il reste sur sa trajectoire positive actuelle, cela devrait lui permettre d'améliorer sa position concurrentielle.
- Cisco est le fournisseur d'UCaaS dont le portefeuille d'UC en auto-développement est le plus complet, comprenant les téléphones, casques, caméras, terminaux personnels de réunion, systèmes de réunion, passerelles, adaptateurs de terminaux analogiques (ATA) et contrôleurs de session en périphérie. Il commercialise également une infrastructure de sécurité et de réseautage de données.
- Le rachat d'IMI mobile au premier trimestre 2021 offre à Webex Contact Center des fonctionnalités omnicanal natives, le scriptage flexible, la prise en charge d'un assistant vocal interactif et un libre-service de niveau supérieur à ce qui était précédemment disponible auprès des intégrations partenaires.

### **Réserves**

- Cisco propose de fournir une solution entièrement auto-développée (téléphones IP, caméras, casques, passerelles) étroitement intégrée et gérable par un portail unique : Cisco Webex Control Hub. Cependant, cette proposition de valeur décline lorsque les clients choisissent des fournisseurs concurrents pour de nombreux services de communications unifiées (par ex. , réunions, messagerie, centre de contact).
- Les acheteurs perçoivent les prix de l'UCaaS de Webex par Cisco comme étant plus élevés au cours de l'année passée que ceux des principaux concurrents. Les concurrents classiques de Cisco proposent des prix extrêmement agressifs.

- Le centre de contact Webex est arrivé à maturité, mais reste une option que le marché considère toujours comme plus récente et moins éprouvée que celle des options alternatives. Les acheteurs de centres de contact plus importants ou plus complexes considèrent que les offres concurrentes ayant fait leurs preuves depuis plus longtemps sont préférables.
- De nombreux partenaires de distribution de Cisco ont établi de nouveaux partenariats et de nouvelles pratiques d'UCaaS avec les principaux concurrents de Cisco, notamment Microsoft, RingCentral et Zoom.

## **Dialpad**

Dialpad est un Visionnaire de ce Magic Quadrant. Dialpad Talk et Dialpad Meetings offrent la téléphonie, les réunions et la messagerie. Les fonctionnalités du centre de contact (Centre de contact Dialpad Ai) sont intégrées à la plateforme TrueCaaS de Dialpad, qui fournit à la fois des services UCaaS et CCaaS. Dialpad opère principalement aux États-Unis et en Asie. Ses clients sont répartis sur la plupart des segments du marché. Les changements réalisés au cours de l'année dernière comprennent des améliorations apportées aux réunions Dialpad : ajout d'arrière-plans virtuels, rappels de réunion, salles d'attente, transcription en temps réel, prise en charge du navigateur mobile (participation aux réunions en un clic), intégration du tableau blanc Miro et fonctionnalités d'enregistrement vidéo ; développements de la téléphonie, y compris l'intégration directe de Microsoft Teams et l'attestation STIR/SHAKEN ; ajout de la fonctionnalité d'agent de centre de contact virtuel ; engagement numérique amélioré ; et fonctionnalités de gestion de l'engagement de la main d'œuvre (workforce engagement management, WEM) et d'optimisation de la main d'œuvre (workforce optimization, WFO) via les acquisitions respectives de Kare Knowledgeware, Koopid et un partenariat avec Playvox. Des améliorations du service client liées aux scores CSAT et aux tableaux de bord pilotés par l'IA ont également été publiées.

## **Points forts**

- Des partenariats solides permettent à Dialpad d'accéder à des clients mondiaux d'envergure malgré sa taille relativement petite. Dialpad a noué plusieurs partenariats stratégiques. Il s'agit notamment de Google (les vendeurs de Google sont incités à vendre Dialpad), SoftBank (investissement dans Dialpad et extension de service au Japon) et T-Mobile (investissement dans Dialpad et extension de service en interne ainsi qu'aux clients T-Mobile avec T-Mobile Collaborate).
- Le moteur d'IA de Dialpad est utilisé dans ses fonctionnalités de téléphonie, de messagerie, de réunions et de centre de contact, et apporte des gains de productivité utiles, notamment la transcription en temps réel, les cartes d'assistance en temps réel, les résumés de notes/d'appels et les indices de satisfaction client.
- Dialpad différencie son offre par la promotion de SLA à 100 % de disponibilité sur l'ensemble de ses offres UCaaS et CCaaS. Cependant, les organisations doivent demander des mesures de reporting qui peuvent confirmer les SLA.
- L'interface utilisateur de Dialpad est intuitive et reçoit des commentaires positifs de la part des évaluateurs de Gartner Peer Insights pour sa facilité d'utilisation.

## **Réserves**

- Dialpad a une visibilité et une reconnaissance de marque limitées par rapport aux principaux fournisseurs d'UCaaS. Cela signifie que les services UCaaS de Dialpad bénéficient d'une prise en compte inférieure à la moyenne parmi les planificateurs IT prenant des décisions en matière de communication et de collaboration.
- Dialpad continue d'améliorer les fonctionnalités de Dialpad Meetings. Mais ses fonctionnalités sont à la traîne par rapport aux solutions concurrentes dans les domaines de la résolution vidéo (plafonnée à 720P), de l'évolutivité (la limite des participants aux réunions standard est de 150), des fonctionnalités d'applications mobiles et des fonctionnalités de salle de répartition et de sondage.
- Les clients de Dialpad ont indiqué, par le biais des critiques Gartner Peer Insights, une disponibilité limitée de ressources tierces.
- Bien qu'elle puisse prendre en charge des entreprises clientes, Dialpad ne dispose pas d'une expertise significative pour prendre en charge de très grandes organisations multinationales (plus de 5 000 utilisateurs).

## **Google**

Google est un Challenger de ce Magic Quadrant. Son offre UCaaS est disponible via Google Workspace et se compose de Google Meet, Google Chat et Google Voice. Elle se concentre sur les réunions, les appels et la messagerie. Les opérations de Google sont géographiquement diversifiées. Ses clients sur ce marché sont généralement des organisations de taille moyenne dans des secteurs variés, des entreprises technologiques et des établissements universitaires. Les changements majeurs au cours de l'année dernière comprennent le mode compagnon Google Meet pour accéder aux fonctionnalités et aux commandes du système de salle de conférence à partir d'un appareil personnel ; l'interopérabilité entre le matériel Google Meet et Cisco Webex Meetings et vice versa ; les appels externes gratuits pour les utilisateurs Google Voice sous licence en Europe ; et la possibilité de convertir les messages directs Google Chat en Spaces pour accéder à des fonctionnalités de collaboration plus avancées.

## **Points forts**

- Google a investi dans une intégration plus étroite des différentes parties de l'expérience UC en faisant de Gmail le centre de travail. Il s'agit là d'un écart par rapport à l'approche de l'expérience utilisateur que Google utilisait auparavant, qui se concentrait sur des expériences utilisateur plus simples, mais distinctes pour les appels, la messagerie et les réunions, mais nécessitait davantage de changement d'application. La nouvelle approche intègre davantage de commandes d'appels, de messagerie et de réunion directement dans Gmail. Cette nouvelle approche est préférée par la majorité des clients de Gartner et a reçu des commentaires positifs quant à la facilité d'utilisation, l'intégration transparente à d'autres produits Google et une excellente qualité de vidéo et d'appel.

- L'inclusion de Google Meet et Google Chat dans chaque forfait Google Workspace et le droit à leur utilisation offrent aux clients de Google existants un accès facile et rentable aux fonctionnalités d'UC d'entreprise.
- Des améliorations significatives dans l'intégration entre les éditeurs Google (Docs, Sheets, Slides) et Google Meet offrent une expérience de collaboration interne transparente directement au sein des éditeurs Google.
- Gartner note Google comme « extrêmement positive » en matière de santé financière. Cette notation indique que le fournisseur dispose des ressources et du capital nécessaires pour investir dans l'amélioration de ses offres et de sa roadmap, et qu'il restera probablement un concurrent important sur le marché de l'UCaaS dans un avenir proche.

### **Réserves**

- L'objectif de disponibilité de Google dans le cadre de ses SLA pour tous les services Workspace, y compris Meet, Chat et Voice, demeure de 99,9 %, ce qui est considérablement inférieur à la plupart des fournisseurs sur le marché de l'UCaaS.
- Les fonctionnalités de téléphonie de Google satisferont aux besoins des organisations qui nécessitent un ensemble de fonctionnalités de base. Cependant, Google ne prend pas en charge le protocole d'ouverture de session (Session Initiation Protocol, SIP), les consoles d'assistant, la radiomessagerie aérienne ni le suivi des appareils E911. (Gartner recommande aux organisations de demander plus de détails sur la nécessité d'un suivi des appareils auprès de l'autorité de réglementation des télécommunications dans les juridictions dans lesquelles elles exercent leurs activités. )
- Bien qu'adapté aux entreprises, Google Meet est en retard sur les leaders des fournisseurs de fonctionnalités de réunion avancées, telles que le partage immersif, l'interprétation simultanée, les transcriptions de réunion et le recadrage intelligent des participants.
- Google n'offre actuellement pas de centre de contact intégré prêt à l'emploi, ce qui est une exigence courante des organisations, en particulier celles qui ont moins de 100 agents.

### **GoTo**

GoTo est un Challenger de ce Magic Quadrant. Son service GoTo Connect UCaaS propose des fonctionnalités de téléphonie, de réunion, de messagerie et de centre de contact. Les clients UCaaS de GoTo sont principalement situés en Amérique du Nord et en Amérique latine. Son point de contact avec les clients se situe dans le segment des petites et moyennes entreprises (PME). Les changements au cours de l'année passée comprennent la restructuration du portefeuille GoTo avec une standardisation sur la plateforme GoTo Connect (combinaison UCaaS et CCaaS) et GoTo Resolve (fonctionnalités d'assistance IT). Dans le cadre de cette consolidation, GoTo a permis une intégration plus approfondie dans ses applications et une console d'administration mise à jour avec des fonctionnalités plus riches et la même interface utilisateur sur l'ensemble des fonctionnalités. GoTo a également lancé des améliorations en termes de collaboration de réunion, notamment des outils de dessin, des arrière-plans virtuels et le partage de clavier et de

souris, ainsi que des options d'enregistrement locales. Les améliorations apportées au centre de contact de GoTo comprennent l'amélioration du partage/récupération des informations client sur les canaux de communication.

### **Points forts**

- GoTo est bien positionnée pour prendre en charge les environnements hybrides et de travail à distance des PME grâce à ses fonctionnalités groupées UCaaS, CCaaS (via GoTo Connect) et d'outil d'assistance à distance (via GoTo Resolve).
- Parmi les fournisseurs présentés dans cette étude, GoTo est le fournisseur dont l'adoption est la plus élevée en Amérique latine, en particulier au Brésil et au Mexique.
- GoTo reçoit généralement des commentaires positifs pour l'intégration et l'installation. Près de 100 % des clients peuvent être intégrés et activés via des canaux en libre-service, et les délais de portage des numéros sont plus rapides que ceux des concurrents de GoTo.
- L'intégration améliorée de GoTo à des solutions auparavant disparates permet une expérience utilisateur cohérente et intuitive sur l'ensemble des fonctionnalités.

### **Réserves**

- GoTo a étendu sa zone de service au cours de l'année dernière, mais ses fonctionnalités complètes de remplacement PSTN se limitent à 11 pays, et sa base d'acheteurs UCaaS n'a pas encore atteint une adoption significative parmi les organisations dont le siège est situé en dehors des Amériques. Les organisations multinationales doivent s'assurer que GoTo est capable de fournir des forfaits d'appel dans les pays où elles sont présentes.
- Bien que la solution GoTo soit actuellement utilisée par les PME et leur soit adaptée, plus de 90 % de sa clientèle UCaaS est composée de petites organisations (moins de 100 utilisateurs).
- Les fonctionnalités de réunion de GoTo s'alignent sur la plupart des exigences des utilisateurs finaux pour les réunions internes et externes, mais l'ensemble de fonctionnalités n'est peut-être pas aussi étendu que les solutions de certains concurrents qui offrent une transcription en direct, des sous-titres avec traduction en temps réel et des fonctionnalités de tableau blanc plus avancées.
- La pénalité de crédit de GoTo pour violation des objectifs SLA est inférieure à la moyenne du secteur, avec un maximum de crédits plafonnés à 8 % des frais récurrents mensuels.

### **Microsoft**

Microsoft est un Leader de ce Magic Quadrant. Son offre, Microsoft Teams, offre des fonctionnalités de téléphonie, de messagerie et de réunion. Ses opérations sont géographiquement diversifiées, et ses clients sont répartis sur des segments, secteurs et géographies de toutes tailles. Les changements au cours de l'année passée comprennent les forfaits d'appel Microsoft étendus de 28 à 34 pays ; l'expansion d'Operator Connect avec 30 opérateurs dans 63 pays ; la prise en charge de l'enregistrement et la transcription d'appels 1: 1

pour les appels internes et PSTN ; le lancement en avant-première d'Operator Connect Mobile ; les améliorations apportées au routage dynamique des appels d'urgence (y compris E911 aux États-Unis) avec détection automatique de l'emplacement actuel de l'utilisateur ; des améliorations des fonctionnalités de téléphonie de l'utilisateur final, y compris musique d'attente, transfert d'appels et chiffrement de bout en bout pour les appels 1: 1 ; et le lancement de nouveaux SKU, y compris le forfait d'appel téléphonique Teams pour le marché des PME et un forfait d'appel Microsoft Teams limité.

### ***Points forts***

- Gartner continue de considérer Microsoft Teams comme le choix UCaaS le plus populaire au cours de l'année passée, en particulier pour les organisations utilisant déjà des scénarios de messagerie et de réunion Teams. Les fonctionnalités de téléphonie de Microsoft Teams répondent à la majorité des exigences de la plupart des organisations en raison des améliorations apportées par Microsoft ainsi que des changements globaux dans la culture des communications.
- Une expérience unifiée des messages, des réunions et des appels est un facteur clé dans les organisations qui choisissent Microsoft pour l'UCaaS. Les organisations ont de progressivement remplacé par Teams leurs plateformes UCaaS centrées sur la téléphonie. Teams propose des services et des fonctionnalités qui vont au-delà de l'UCaaS et sont utilisés en conjonction avec la suite Microsoft 365 élargie.
- L'année dernière, Microsoft Teams a amélioré son objectif SLA de disponibilité vocale de 99,9 % à 99,99 %. Cette amélioration a rendu les acheteurs d'UCaaS dans les organisations classant la téléphonie comme un service essentiel moins hésitants à adopter le système téléphonique Microsoft Teams.
- Microsoft a suscité un intérêt significatif auprès des PME en élargissant son empreinte et en ajoutant une nouvelle SKU groupée PME qui inclut des forfaits d'appel et des licences de système téléphonique dans plus de 30 pays à un prix plus avantageux qu'auparavant.

### ***Réserves***

- L'ajout de la connectivité PSTN du programme Operator Connect pour Teams a entraîné une certaine incertitude parmi les organisations quant à l'option de connectivité PSTN qui convient le mieux à leur situation, ce qui entraîne des mises en œuvre retardées ou un choix erroné de service. Les clients de Gartner indiquent souvent qu'ils ne comprennent pas clairement l'offre Operator Connect et la manière dont elle diffère des forfaits d'appels directs ou Microsoft.
- Les organisations qui nécessitent des fonctionnalités de téléphonie avancées estiment souvent que le système téléphonique Microsoft Teams n'est pas le choix idéal. Pour les fonctionnalités de téléphonie avancées (telles que les fonctionnalités de groupe de recherche multiligne, la file d'attente avancée des appels et l'enregistrement des appels basé sur la conformité), les organisations déploient généralement des solutions de téléphonie tierces qui s'intègrent à Microsoft Teams.

- Les grandes organisations distribuées utilisant des services de téléphonie traditionnels pour des cas d'utilisation essentiels aux opérations ne perçoivent toujours pas la téléphonie de Microsoft comme suffisamment fiable. Parmi les clients de Gartner, ce problème de perception provient généralement d'expériences antérieures avec Microsoft Skype for Business. Gartner n'a observé aucune preuve révélant des problèmes de fiabilité significatifs avec le système téléphonique Microsoft Teams.
- Microsoft Dynamics 365 propose une offre de centre d'appels interne, mais Microsoft n'offre pas d'option de centre d'appels développée par les organisations utilisant des fournisseurs CRM autres que Microsoft. Actuellement, les organisations ayant une exigence de centre de contact/UC intégré doivent s'appuyer sur des fournisseurs de centre de contact tiers certifiés Microsoft Teams, ou utiliser un centre de contact autonome d'un autre fournisseur pour leurs cas d'utilisation plus avancés. Le marché de l'UCaaS a connu une nette augmentation de la demande pour un centre de contact dans une offre groupée, principalement dans le segment PME.

### **RingCentral**

RingCentral est un Leader de ce Magic Quadrant. La plateforme MVP de RingCentral fournit des fonctionnalités de téléphonie, de messagerie, de réunions, de fax, de SMS et de centre de contact complémentaire. Ce fournisseur est parfaitement adapté aux clients de toutes tailles, y compris aux grandes entreprises. La plupart des clients de RingCentral se trouvent en Amérique du Nord, mais le fournisseur dispose également d'une solide clientèle en Europe et en Asie. Les améliorations notables au cours des 12 derniers mois comprennent l'expansion géographique optimisée par des partenariats de fournisseurs de services et de technologies. Il s'agit notamment de plusieurs fournisseurs de télécommunications basés en Allemagne et d'un partenariat avec Mitel qui élargit l'accès au canal et à la communauté de clients traditionnels de Mitel. Parmi les autres améliorations notables, citons le lancement de fonctionnalités mobiles permettant de riches fonctionnalités de gestion multi-applications sur les appareils mobiles, une meilleure réception de SMS et des fonctionnalités de tableau blanc numérique compatibles avec les appareils mobiles.

### **Points forts**

- RingCentral bénéficie d'évaluations élevées en termes d'intégration et de déploiement grâce à sa disponibilité étendue d'intégrations tierces et à des ressources d'application robustes pour les développeurs. Celles-ci permettent la personnalisation pour des cas d'utilisation spécifiques aux marchés verticaux.
- L'accès unique de RingCentral à la base d'utilisateurs de téléphonie installée via plusieurs partenariats mondiaux de fournisseurs de services et de technologies renforce la viabilité à long terme de l'entreprise, ce que les acheteurs apprécient lors de leur sélection. En tirant parti de ses partenariats établis, RingCentral a l'opportunité de convertir de grandes bases de clients héritées en utilisateurs UCaaS de RingCentral.
- RingCentral différencie sa solution MVP avec une expérience mobile. Sa plateforme offre des fonctionnalités avancées de gestion et d'utilisation des applications (y compris le tableau

blanc) via une application mobile intuitive qui reçoit des commentaires positifs des utilisateurs finaux pour ses fonctionnalités et son expérience utilisateur.

- RingCentral assure un service fiable et constant. Ce fournisseur a affiché 48 mois de disponibilité à compter de cette évaluation et fournit un objectif SLA de disponibilité de 99,999 %.

### **Réserves**

- La téléphonie constitue la principale force et le point d'entrée de RingCentral dans la plupart des transactions. La téléphonie demeurera une fonctionnalité centrale des offres UCaaS, mais les utilisateurs accordent de plus en plus d'importance aux réunions, à la messagerie, à la mobilité et à l'expérience client, des domaines dans lesquels RingCentral continue d'investir.
- La solution RingCentral Video développée par le client est toujours en avance sur les solutions d'autres fournisseurs UCaaS de premier plan dans des domaines tels que la connaissance des utilisateurs, la marque, la prise en charge de grands groupes et l'alignement avancé des fonctionnalités spécifiques au secteur.
- RingCentral a connu une alternance de dirigeants supérieurs à la moyenne. Les transitions de leadership posent des défis à la création d'une culture d'entreprise cohérente.
- Malgré un nombre important de partenariats en tant qu'offre de téléphonie cloud/UCaaS préférée de plusieurs fournisseurs de téléphonie existants, RingCentral n'a converti qu'une petite partie des bases d'utilisateurs partenaires. Gartner estime que RingCentral a effectué à ce jour une transition de moins de 1 % de ces bases de clients installées adressables.

### **Sangoma**

Sangoma est un Acteur de niche de ce Magic Quadrant. Sangoma Business Voice prend en charge la téléphonie, les réunions, le centre de contact, le WAN défini par logiciel (SD-WAN), le bureau en tant que service (desktop as a service, DaaS), la liaison SIP, la messagerie instantanée et d'équipe, le contrôle d'accès et les fonctionnalités CPaaS. L'autre offre de Sangoma est Switchvox Cloud, que Gartner n'évalue pas ici. Plus de 90 % des utilisateurs de Sangoma sont situés en Amérique du Nord. Dans la mesure où une part considérable de la clientèle de Sangoma utilise l'UC basée sur site en dehors des États-Unis, il existe un vaste potentiel de croissance internationale de l'UCaaS. Sangoma est bien adapté aux PME, en particulier dans le secteur du commerce de détail, où les clients sont enclins à acheter des UCaaS à prix réduit groupés avec un centre de contact. En mars 2022, Sangoma a acquis NetFortris, un MSP UCaaS, ajoutant ainsi l'offre UCaaS CommUnity de NetFortris et les services adjacents à son portefeuille. Les autres changements clés en 2022 comprennent des améliorations significatives de TeamHub, l'application de messagerie d'équipe de Sangoma ; l'intégration réussie du réseau UCaaS Star2Star, que Sangoma a acquis en 2021 ; de nouveaux partenariats stratégiques d'agents principaux ; et la sortie des combinés IP de la série P de Sangoma.

### **Points forts**

- Sangoma a une stratégie de tarification basée sur la valeur qui est attractive pour les clients sensibles aux coûts et qui recherchent une expérience UCaaS riche et très disponible. Cela est

encore renforcé par un ensemble de centres de contact à prix attractif pour les organisations nécessitant moins de 50 agents.

- La suite UCaaS de Sangoma et les offres associées (SD-WAN, DaaS, centre de contact, communications API, combinés, contrôleur de session en périphérie [SBC], contrôle d'accès, jonction et fax) sont parfaitement adaptées aux PME à la recherche d'une solution groupée.
- L'acquisition de NetFortris élargit le marché adressable UCaaS du fournisseur sur deux fronts : (1) NetFortris possède des sites aux États-Unis et à Manille. Le site de Manille fournit à Sangoma un autre emplacement en Asie à partir duquel il peut s'étendre, une région dans laquelle il a une présence UCaaS limitée à l'heure actuelle ; (2) Il offre l'accès aux services de sécurité réseau gérée, d'accès géré et de SD-WAN de NetFortris.
- Integration Studio est un générateur visuel qui permet la conception à faible code et l'implémentation de flux de travail de communication via le SMS, la voix, l'e-mail et les API. Les organisations peuvent tirer parti de cette capacité programmable pour augmenter la personnalisation et la productivité.

### **Réserves**

- L'intégration des personnes, des processus et des technologies de NetFortris dans Sangoma si rapidement après l'acquisition de Star2Star nécessitera des efforts et une attention supplémentaires de la part de la direction.
- Sangoma prend en charge plusieurs options de téléphonie cloud et ne peut donc pas consacrer toutes ses ressources de R&D et de soutien à l'UCaaS, comme le peuvent la plupart des concurrents proposant moins d'offres.
- Sangoma bénéficie d'une reconnaissance de marque inférieure à la moyenne auprès des clients de Gartner et sera mis au défi de renforcer la notoriété de la marque sur le marché UCaaS.
- la plupart des grandes organisations préféreront des solutions offrant des expériences utilisateur très bien notées, telles que Zoom, Microsoft Teams ou Webex by Cisco, plutôt que des solutions « correctes » de fournisseurs tels que Sangoma. Cela représente un défi pour Sangoma, celui de gagner des clients plus importants nécessitant plus que des services de téléphonie.

### **Vonage**

Vonage est un Acteur de niche de ce Magic Quadrant. Son offre UCaaS, baptisée Vonage Business Communications (VBC), propose des fonctionnalités de téléphonie, de messagerie et de réunions. VBC s'intègre aux offres CPaaS et CCaaS de Vonage, qui constituent collectivement la plateforme de communication Vonage (Vonage Communications Platform, VCP). Vonage développe et exploite l'ensemble de sa pile technologique. VBC s'adresse principalement aux PME, mais peut prendre en charge les grandes entreprises. Plus de 90 % de ses utilisateurs résident en Amérique du Nord, bien que son service continue de s'étendre en Amérique latine, au Royaume-Uni, en Europe et dans la région Asie-Pacifique. Les principaux changements en 2022

comprennent des améliorations apportées à Virtual Receptionist (IVR), à l'assistant virtuel basé sur l'IA et à l'intégration automatisée à Microsoft Teams ; des améliorations de Vonage Meetings telles que l'évolutivité jusqu'à 200 participants, le tableau blanc intégré, la possibilité de couper le son de tous les participants, et la possibilité de passer à la vidéo à partir de SMS, Team Messaging et n'importe quelle application Web ; et des options d'extensibilité supplémentaires grâce à l'offre CPaaS Vonage Open Platform. Ericsson a finalisé son acquisition de Vonage en juillet 2022.

### ***Points forts***

- Vonage reçoit régulièrement des commentaires positifs de la part des clients concernant la résolution des problèmes de service et d'assistance. Le fournisseur étend les questionnaires de réussite client aux petits et grands utilisateurs et utilise des logiciels de service client pour obtenir des données de manière proactive afin d'assurer l'assistance de sa base de clients.
- VBC est étroitement intégré à Vonage Contact Center. Les organisations disposant de fonctionnalités de centre de contact et UCaaS peuvent bénéficier d'une interface utilisateur cohérente, d'une authentification unique, de contrôles d'appel communs et d'un répertoire commun.
- Grâce à l'approche de plateforme basée sur des microservices de Vonage et à ses fonctionnalités CPaaS, les clients peuvent intégrer plus facilement les services UC à des applications commerciales.
- VBC a bénéficié d'évaluations positives significatives de la part des clients par le biais de Gartner Peer Insights pour son interface facile à utiliser et son portail d'administration intuitif.

### ***Réserves***

- L'acquisition récente de Vonage par Ericsson risque d'être une distraction pour les personnes et les processus pendant l'intégration. La roadmap à long terme de VBC pourrait être infléchie dans une direction différente par Ericsson.
- Vonage Meetings peut ne pas répondre aux exigences des cas d'utilisation avancés pour les réunions. Si la solution prend actuellement en charge jusqu'à 200 participants (25 par le biais de vidéos), elle ne prend cependant pas en charge la transcription ou la traduction automatisée, les grands événements, les sondages ou les intégrations de salle de manière native.
- Vonage a eu du mal à stimuler son adoption et à développer le profil de sa marque en dehors de l'Amérique du Nord. Certains clients de VBC ont remarqué des difficultés avec l'assistance en dehors de l'Amérique du Nord.
- Les clients de VBC ont noté que les limitations de fonctionnalités étaient une préoccupation fréquente dans les évaluations de Gartner Peer Insights. Les réponses étaient variées, mais une grande partie des critiques au cours des 12 derniers mois concernaient le portail d'administration de VBC.

Wildix est un Acteur de niche de ce Magic Quadrant. Wildix est une plateforme de communications unifiées orientée sur les ventes prenant en charge la téléphonie, les réunions et les conférences via une approche mobile et Web. Les solutions de réunion de Wildix comprennent Wizyconf (réunions audio, vidéo et chat) et Wizyconf Huddle-Room et Conference Room (pour les salles) ; Kite (permet aux clients de Wildix de dialoguer avec leurs clients avec un canal direct par chat, audio, vidéo et partage d'écran via leurs produits, applications ou sites Web) ; et Wizywebinar (la solution d'événement/webinaire de Wildix). Wildix propose également une solution spécialisée pour le marché des PME appelée Voxloud, principalement destinée aux organisations comptant 50 utilisateurs ou moins et offrant des fonctionnalités de téléphonie de base. Parmi les améliorations apportées au cours de l'année écoulée, citons une augmentation de la limite des participants aux réunions de 50 à 100 (la solution de webinaire Wizywebinar de Wildix prend en charge 5 000 participants) ; l'intégration à Gong, une plateforme d'analyse vocale, et les appels Microsoft Teams ; et le renforcement des opérations en Suisse.

### ***Points forts***

- Wildix positionne sa solution orientée sur les ventes en mettant l'accent sur la prise en charge native de WebRTC, qui permet aux utilisateurs d'accéder aux services d'UC sans devoir télécharger les clients de bureau ou les plug-ins de navigateur.
- L'intégration à Microsoft Teams proposée par Wildix convient parfaitement aux PME à la recherche d'UCaaS intégrées à Teams.
- L'omniprésence des navigateurs, combinée à l'intégration de Wildix à Gong pour l'analyse vocale et la transcription, ajoute de la valeur pour les organisations nécessitant des analyses commerciales pour les équipes de vente et d'assistance.
- Wildix utilise une approche de commercialisation 100 % indirecte/basée sur les canaux, éliminant ainsi les conflits directs/indirects potentiels.

### ***Réserves***

- Le chiffre d'affaires et les effectifs de Wildix sont de loin les plus faibles de tous les fournisseurs dans cette évaluation. Wildix devrait être confrontée à des défis sur un marché hautement concurrentiel face à d'autres fournisseurs disposant de budgets, de revenus, d'une notoriété et d'effectifs R&D plus importants.
- L'offre de Wildix est en grande partie un outil Web conçu pour permettre les rôles de vente et d'assistance. Cela s'oppose à l'approche de conception UCaaS plus standard qui est destinée à répondre aux exigences de communication d'entreprise de tous les utilisateurs d'une organisation. La roadmap de Wildix pour la téléphonie et les réunions est en retard sur le marché et manque de vision par rapport aux autres fournisseurs d'UCaaS leaders.
- Les fonctionnalités de collaboration/conférence de Wildix ne sont pas compétitives par rapport aux fournisseurs d'UCaaS concurrents. Le centre de contact de Wildix n'est pas considéré comme une solution autonome pour les organisations ayant des cas d'utilisation simples ; il

est principalement axé sur les rôles et fonctions de vente, mais moins sur les cas d'utilisation typiques du service client.

- La marque Wildix manque de notoriété auprès des clients de Gartner. L'orientation marché du fournisseur en tant qu'outil de vente limite sa portée sur le marché UCaaS.

### **Windstream**

Windstream est un Acteur de niche de ce Magic Quadrant. Son service OfficeSuite UC propose des fonctionnalités de téléphonie, de messagerie, de centre de contact et de mobilité. Il opère essentiellement aux États-Unis. Plus de 90 % de ses clients sont des PME. Les changements de l'année dernière comprennent la sortie d'OfficeSuite Live, une alternative économique basée sur le Web aux réunions premium ; le lancement d'une capacité de centre de contact omnicanal, OfficeSuite Concierge Service, qui fournit un gestionnaire d'assistance technique dédié aux clients UCaaS ; l'expansion dans 10 nouveaux pays en Europe et quatre pays en APAC ; une fonctionnalité de clonage de standard automatique et une fonctionnalité de mise à jour administrative en masse.

### **Points forts**

- Windstream propose des offres groupées qui comprennent l'accès réseau, la sécurité, le SD-WAN, le SASE (Secure Access Service Edge) et les services professionnels. Cela permet aux clients existants de Windstream d'obtenir de meilleurs prix pour OfficeSuite et de réduire le nombre de fournisseurs de services que les organisations doivent acheter et gérer, une simplicité souvent préférée par les PME.
- Windstream développe et exploite la plateforme OfficeSuite (à l'exception d'OfficeSuite HD Meeting, qui est optimisée par Zoom). Cela permet à Windstream de contrôler sa roadmap.
- Windstream reçoit des commentaires positifs de la part des clients sur la gestion et l'assistance des comptes.
- WE Connect, le portail de gestion de Windstream, permet la gestion et la surveillance unifiées du service UCaaS, ainsi que les services de mise en réseau de données de Windstream tels que le SD-WAN. Pour l'UCaaS, WE Connect fournit des fonctions de reporting, de surveillance, d'administration, de gestion des incidents, de paiement et de facturation.

### **Réserves**

- Windstream est restée une société privée après avoir évité de peu la faillite en 2020. Bien que les revenus récurrents d'OfficeSuite UC aient augmenté, ils sont inférieurs à la moyenne du marché UCaaS. La trajectoire globale du chiffre d'affaires de Windstream est inconnue, étant donné qu'il s'agit d'une société privée. Windstream reste en exploitation en partie avec des financements provenant de prêts garantis suite à la faillite de 2020, avec des échéances en 2027 et 2028.
- Bien que Windstream ait investi dans l'expansion de son empreinte en dehors des États-Unis, 93 % de sa base réside aux États-Unis. La base de Windstream en dehors des États-Unis est

composée d'utilisateurs dont le service a été acheté aux États-Unis ; Windstream ne peut actuellement conclure de contrats qu'avec des clients aux États-Unis.

- Plus de 90 % de la clientèle d'OfficeSuite est constituée de petites entreprises comptant moins de 100 utilisateurs. Actuellement, Windstream présente un taux d'adoption limité dans les segments des PME et des grandes entreprises.
- Les fonctionnalités d'application mobile et l'expérience utilisateur sont devenues une exigence forte parmi les acheteurs d'UCaaS. L'expérience utilisateur mobile de Windstream n'inclut pas autant de fonctionnalités de collaboration par rapport aux principaux fournisseurs d'UCaaS.

## **Zoom**

Zoom est un Leader de ce Magic Quadrant. Les offres UCaaS de Zoom comprennent la téléphonie, les réunions et la messagerie et le centre de contact. Il opère au niveau mondial, dans presque toutes les régions. Zoom est parfaitement adaptée aux clients de toutes tailles, y compris aux grandes organisations multinationales. Zoom a enregistré une croissance explosive de ses revenus et de sa base d'utilisateurs en 2022, et dépassé la plupart des fournisseurs présentés dans cette évaluation. Zoom a effectivement doublé sa base d'utilisateurs UCaaS d'une année sur l'autre. Parmi les améliorations apportées au cours de l'année écoulée, on peut citer le lancement du Tableau blanc Zoom ; le lancement de Zoom Contact Center ; le lancement de forfaits Zoom Phone limités et illimités au Japon ; une expansion significative des partenaires de canaux et d'appareils de Zoom ; et le lancement de Zoom App Marketplace destiné à fournir aux clients un emplacement central pour trouver des intégrations prêtes à l'emploi. Zoom a acquis Kites en juin 2021 et a depuis réussi à intégrer à son offre les fonctionnalités de traduction de Kites. Parmi les autres acquisitions récentes, citons Liminal en décembre 2021 (extension des fonctionnalités Zoom pour les diffuseurs via des modules complémentaires) et Solvvy (agents virtuels et chatbots basés sur l'IA) en mai 2022. Zoom a également ajouté ses propres fonctionnalités d'IA conversationnelle avec Zoom IQ pour les ventes. Seules les fonctionnalités intégrées à l'offre UCaaS de Zoom ont été évaluées dans cette étude.

## **Points forts**

- Zoom a connu une solide croissance de sa base d'utilisateurs de Zoom Phone au cours de l'année passée. À l'exception de Microsoft, aucun autre fournisseur n'a augmenté sa base aussi rapidement que Zoom. Au cours de la période d'un an couverte par cette étude, Zoom a gagné plus de 1,5 million d'utilisateurs de Zoom Phone. Zoom continue d'exploiter sa marque et ses incitations agressives comme moyen d'ajouter des services Zoom Phone à sa large base de clients de Zoom Meetings.
- Zoom a fait progresser son ensemble de fonctionnalités de téléphonie au cours de l'année dernière, y compris les intégrations Zendesk et Salesforce, la conférence téléphonique pour un maximum de 10 participants et le contrôle des appels téléphoniques IP. La majorité des clients de Gartner qui envisagent Zoom Phone ne trouvent aucune lacune en matière de téléphonie dans l'offre de Zoom.
- La sortie de Zoom Contact Center répond à une mise en garde du rapport de l'année dernière et fournit aux clients une solution de centre de contact omnicanal entièrement intégrée.

- Zoom Phone offre un remplacement PSTN complet dans 46 pays et prend en charge une option « amenez votre propre opérateur » pour les pays en dehors de sa zone de couverture.

### **Réserves**

- Zoom Team Chat dispose d'un nombre plus réduit de fonctionnalités de collaboration que les applications de messagerie des fournisseurs UCaaS concurrents présentés dans ce rapport. La principale voie de mise sur le marché de Zoom reste ses fonctionnalités de réunion avancées et ses fonctionnalités de téléphonie croissantes avec Zoom Phone.
- Les clients de Gartner dans les environnements de téléphonie les plus difficiles, tels que le personnel clinique hospitalier, la fabrication, les entreprises de services publics, les services sur le terrain et le commerce de détail, sélectionnent généralement des fournisseurs ayant une plus longue expérience.
- Plus de 75 % du chiffre d'affaires de Zoom Phone provient des ventes directes sur le terrain. Cette approche, associée à un taux de croissance élevé, a provoqué des retards d'implémentation et de gestion de compte pour certains clients plus petits de Gartner.
- Dans les discussions avec nos clients, Gartner a observé que les organisations bénéficient de concessions importantes sur les prix et les conditions générales de Zoom afin de remporter leur marché. Les clients de Gartner ont exprimé leur inquiétude quant à la possibilité d'augmentations de prix importantes à l'échéance de leur date de renouvellement. Le prix actuellement bas qui est proposé peut bénéficier aux acheteurs à court terme. Cependant, Gartner recommande aux clients de chercher à mieux comprendre la stratégie de tarification à long terme de Zoom, en particulier pour leur premier renouvellement, car la stratégie actuelle peut s'avérer non pérenne à long terme.

### **Fournisseurs ajoutés et abandonnés**

Nous révisons et ajustons nos critères d'inclusion aux différentes éditions du Magic Quadrant en fonction de l'évolution des marchés. En raison de ces ajustements, la liste des fournisseurs d'un Magic Quadrant peut varier au fil du temps. Le fait qu'un fournisseur apparaisse dans un Magic Quadrant une année et pas l'année suivante ne signifie pas nécessairement que nous avons changé d'avis à son sujet. Cela peut refléter une évolution du marché et, par conséquent, des critères d'évaluation, ou un changement d'orientation de la part de ce fournisseur.

#### **Ajoutés**

Aucun fournisseur n'a été ajouté à ce Magic Quadrant.

#### **Abandonnés**

- Alcatel-Lucent Enterprise a été retirée de ce Magic Quadrant parce qu'elle ne satisfait pas aux critères d'inclusion.
- Fuze a été retirée de ce Magic Quadrant, car elle a été acquise par 8x8.

### **Critères d'inclusion et d'exclusion**

Les rapports de Magic Quadrant et de Critical Capabilities de Gartner identifient, puis analysent les fournisseurs les plus pertinents et leurs produits sur un marché. Par défaut, Gartner impose une limite supérieure de 20 fournisseurs par rapport de manière à pouvoir se concentrer sur les fournisseurs les plus pertinents d'un marché. À certaines occasions, cependant, la limite supérieure peut être étendue lorsque la valeur prévue du rapport pour nos clients pourrait, dans le cas contraire, être réduite.

Les critères d'inclusion suivants représentent les attributs spécifiques que les analystes de Gartner estiment nécessaires pour qu'un fournisseur figure dans ce Magic Quadrant :

### **Logiciel central UCaaS auto-développé**

Le fournisseur UCaaS doit développer lui-même le logiciel de base pour :

- Appel/téléphonie
- Applications de bureau, applications mobiles et clients Web
- Réunions (audio, vidéo, conférence Web)
- Messagerie
- Portails administratifs

Le centre de contact et la surveillance de la QoS peuvent être auto-développés ou provenir d'un partenaire technologique, à condition que la fonctionnalité soit intégrée de manière transparente à la solution.

### **Noyau exploité par le fournisseur**

Le fournisseur d'UCaaS doit exploiter (gérer, surveiller, prendre en charge, mettre à niveau) la plateforme logicielle UCaaS principale pour les appels/la téléphonie, la messagerie, les réunions et le portail administrateur. Le centre de contact et la surveillance QoS peuvent être gérés par le fournisseur d'UCaaS ou par un partenaire technologique.

L'infrastructure de calcul, stockage et mise en réseau des services backend peut être gérée par le fournisseur d'UCaaS ou par un partenaire technologique.

### **Base d'utilisateurs**

Le fournisseur UCaaS doit avoir une base d'utilisateurs totale d'au moins 750 000 utilisateurs payants avec des droits de téléphonie et des forfaits d'appels nationaux. Au moins 20 clients doivent avoir 2 500 utilisateurs payants ou plus avec des droits de téléphonie et des forfaits d'appels nationaux.

### **Zone de service géographique et répartition de la base d'utilisateurs :**

Le fournisseur d'UCaaS doit prendre en charge trois des régions énumérées ci-dessous et avoir :

- au moins 25 000 utilisateurs payants disposant de droits de téléphonie et de forfaits d'appels nationaux dans au moins deux des régions énumérées ci-dessous, et
- au moins 5 000 utilisateurs payants disposant de droits de téléphonie et de forfaits d'appels nationaux dans au moins deux des régions énumérées ci-dessous, et au moins 1 000 utilisateurs payants disposant de droits de téléphonie et de forfaits d'appels nationaux dans au moins un tiers des régions énumérées ci-dessous.
- au moins 10 clients avec au moins 500 utilisateurs payants dans UNE région, ET au moins 10 clients avec au moins 250 utilisateurs payants dans une DEUXIÈME région (ou plus). Les contrats UCaaS doivent être soumis et exécutés (achetés) « dans la région » :
  - Région 1 : Amérique du Nord – États-Unis, Canada
  - Région 2 : Europe – Royaume-Uni, Irlande, Islande, Europe continentale occidentale (Andorre, Autriche, Belgique, France, Allemagne, Liechtenstein, Luxembourg, Monaco, Pays-Bas, Portugal, Espagne, Suisse), Scandinavie (Danemark, Norvège, Suède)
  - Région 3 : Asie/Pacifique – Doit inclure deux des éléments suivants : Australie, Nouvelle-Zélande, Inde, Hong Kong, Singapour, Japon ou Chine
  - Région 4 : Amérique latine (Mexique, Amérique centrale, Amérique du Sud)

## Ventes et assistance

Le fournisseur d'UCaaS doit avoir au moins 75 membres du personnel des ventes et d'assistance employés directement dans chacune des deux régions énumérées ci-dessous :

- Région 1 : Amérique du Nord – États-Unis, Canada
- Région 2 : Europe – Royaume-Uni, Irlande, Islande, Europe continentale occidentale (Andorre, Autriche, Belgique, France, Allemagne, Liechtenstein, Luxembourg, Monaco, Pays-Bas, Portugal, Espagne, Suisse), Scandinavie (Danemark, Norvège, Suède)
- Région 3 : Asie/Pacifique – Doit inclure deux des éléments suivants : Australie, Nouvelle-Zélande, Inde, Hong Kong, Singapour, Japon ou Chine
- Région 4 : Amérique latine (Mexique, Amérique centrale, Amérique du Sud)

## Indice de dynamique du marché Gartner

Le fournisseur d'UCaaS doit se classer parmi les meilleurs fournisseurs dans un indice de dynamique de marché défini par Gartner pour ce Magic Quadrant. Les données utilisées pour calculer la dynamique du marché UCaaS comprennent un ensemble équilibré de mesures, dont :

- Recherche des clients de Gartner, volume de demandes d'informations et données tendanciennes

- Volume d'offres d'emploi spécifiant l'expérience avec la plateforme UCaaS comme une exigence professionnelle sur TalentNeuron et sur une gamme de sites Web d'emploi aux États-Unis, en Europe et en Chine
- Fréquence des mentions en tant que concurrent d'autres fournisseurs d'UCaaS dans les évaluations du forum Peer Insights de Gartner entre avril 2021 et mars 2022

## Critères d'évaluation

### Capacité d'exécution

Les analystes de Gartner évaluent les fournisseurs d'après la qualité et l'efficacité des processus, systèmes, méthodes et procédures qui permettent à leurs performances d'être compétitives, efficaces et efficaces, et d'avoir un impact positif sur leur chiffre d'affaires, leur capacité de fidélisation et leur réputation, par rapport à la vision du marché de Gartner.

### Produit/service

Les biens et services de base qui sont en concurrence sur et/ou servent le marché défini. Cela inclut les fonctionnalités actuelles des produits et services, les ensembles de fonctionnalités, les compétences, etc. Cela peut être proposé de manière native ou par le biais d'accords/partenariats OEM, tels que définis dans la définition du marché et détaillés dans les critères secondaires.

Les principaux composants comprennent :

- Fonctionnalité UC
- Services vocaux/téléphonie
- Messagerie personnelle et d'équipe
- Réunions
- Centres de contact
- Services de mobilité, applications de bureau et mobiles

### Viabilité globale

La viabilité comprend une évaluation de la santé financière globale de l'organisation, ainsi que le succès financier et pratique de l'unité commerciale. Nous examinons la probabilité selon laquelle l'organisation continue à offrir et à investir dans le produit, ainsi que la position du produit au sein du portefeuille actuel.

Les principaux composants comprennent :

- Santé financière de l'entreprise
- Engagement de l'entreprise envers l'UCaaS

- Tendances en matière de chiffre d'affaires récurrents
- Conservation des clients existants
- Nouvelles tendances en matière d'adoption et de clientèle

### **Exécution commerciale/tarifification**

Les compétences de l'entreprise dans toutes les activités d'avant-vente et les processus, ressources et structures qui les soutiennent. Cela comprend la gestion des transactions, la tarification et la négociation, l'assistance prévente et l'efficacité globale du canal de vente.

Les principaux composants comprennent :

- Taux de conversion pour les ventes d'UC à spectre complet
- Taux de conversion pour les ventes d'UC partiels (par ex. , téléphonie uniquement)
- Ventes directes
- Ventes indirectes via les partenaires de distribution

### **Réactivité du marché et antécédents**

Capacité à réagir, à changer de direction, à être flexible et à réussir face à la concurrence lorsque les opportunités se développent, que les concurrents agissent, que les besoins des clients évoluent et que la dynamique du marché change. Ce critère tient également compte de l'historique du fournisseur en matière de réactivité aux demandes changeantes du marché.

### **Exécution marketing**

La clarté, la qualité, la créativité et l'efficacité des programmes conçus pour transmettre le message du fournisseur afin d'influencer le marché, de promouvoir la marque, d'accroître la notoriété des produits et d'établir une identification positive dans l'esprit des influenceurs et des acheteurs. Cette notoriété peut être motivée par la combinaison de publicité, d'activités promotionnelles, de leadership éclairé, de médias sociaux, de bouche-à-oreille et d'activités commerciales.

### **Expérience client**

Produits et services et/ou programmes qui permettent aux clients d'obtenir les résultats escomptés avec les produits évalués. Il s'agit notamment d'expériences et d'interactions d'achat de qualité, d'assistance technique et/ou de gestion de compte et d'assistance. Ils peuvent également inclure des outils auxiliaires, des programmes d'assistance client, la disponibilité de groupes d'utilisateurs, des contrats de niveau de service, etc.

Les principaux composants comprennent :

- Expérience/facilité d'approvisionnement
- Expérience des portails d'administration client
- Gestion de compte
- Outils d'assistance technique
- Expérience de l'assistance client

## Opérations

La capacité de l'organisation à atteindre ses objectifs et à respecter ses engagements. Les facteurs comprennent la qualité de la structure organisationnelle, les compétences, expériences, programmes, systèmes et autres moyens qui permettent à l'organisation de fonctionner de manière efficace et efficiente.

**Tableau 1 : Critères d'évaluation de la capacité d'exécution**

<b><i>Critères d'évaluation</i></b>	<b><i>Coefficient</i></b>
Produit ou service	Élevé
Viabilité globale	Moyenne
Exécution commerciale/tarifification	Élevée
Réactivité/perception commerciale	Moyenne
Exécution marketing	Élevée
Expérience client	Élevée
Opérations	Moyennes

Source : Gartner (novembre 2022)

## **Exhaustivité de la vision**

Les analystes de Gartner évaluent les fournisseurs en fonction de leur capacité à structurer des affirmations logiques sur l'orientation actuelle et future du marché, l'innovation, les besoins des clients et les forces concurrentielles, à la lumière de la vision du marché de Gartner.

## **Compréhension du marché**

Capacité à comprendre les besoins présents et futurs des clients et à les traduire en produits et services. Les fournisseurs qui montrent une vision claire de leur marché sont capables d'écouter, de comprendre les demandes des clients et peuvent façonner ou améliorer les changements du marché grâce à leur vision élargie.

Les principaux composants comprennent :

- Exhaustivité de l'offre UCaaS sur ses principaux piliers : appels, réunions, messagerie, centre de contact, gestion
- Services professionnels complémentaires, assistance, gestion du cycle de vie/changement et services gérés
- Historique des fonctionnalités et offres de services UCaaS
- Roadmap pour faire évoluer ce qui précède en prévision des futurs besoins du marché

## **Stratégie marketing**

Messages clairs et différenciés communiqués de manière cohérente en interne, puis diffusés au monde extérieur par le biais des réseaux sociaux, de la publicité, des programmes clients, de la génération de la demande et des déclarations de positionnement.

## **Stratégie commerciale**

Une stratégie de vente saine qui utilise les réseaux appropriés, y compris le marketing, le service et la communication des ventes directes et indirectes. Des partenaires qui améliorent la portée et la profondeur du marché, de l'expertise, des technologies, des services et de leur clientèle. Utilisation de programmes d'incitation ciblés pour attirer de nouveaux clients et fidéliser ceux qui existent déjà.

## **Stratégie d'offre (produit)**

Une approche du développement de produits et de la prestation de services qui met l'accent sur les éléments ci-dessous en tant que carte des exigences actuelles et futures :

- Différenciation du marché
- Fonctionnalité

- Méthodologie
- Caractéristiques

La conception, la logique et l'exécution de la proposition commerciale d'une organisation pour obtenir un succès continu.

### Stratégie verticale/industrielle

Stratégie visant à orienter les ressources (ventes, produit, développement), les compétences et les produits pour répondre aux besoins spécifiques de segments de marché particuliers, notamment les marchés verticaux.

### Innovation

Dispositions directes, connexes, complémentaires et synergiques des ressources ; savoir-faire et capital aux fins d'investissement, de consolidation, de défense ou de préemption.

### Stratégie géographique

Stratégie du fournisseur visant à orienter les ressources, les compétences et les offres de manière à répondre aux besoins spécifiques des zones géographiques en dehors de la « zone géographique d'origine », soit directement, soit par l'intermédiaire de partenaires, canaux et filiales, selon ce qui est approprié pour chaque zone géographique et marché donné.

Les principaux composants comprennent :

- Capacité à fournir un remplacement PSTN complet dans plusieurs régions et pays
- Localisation/homologation du pays (par ex. langues prises en charge dans les applications des utilisateurs finaux, portails d'administration, annonces sonores)
- Ventes et assistance locales/régionales
- Contrat et facturation en devise locale
- Les centres de données régionaux et les points de présence (POP) pour favoriser la souveraineté des données et améliorer les performances

**Tableau 2 : Critères d'évaluation de l'exhaustivité de la vision**

<b><i>Critères d'évaluation</i></b>	<b><i>Pondération</i></b>
Compréhension du marché	Élevée

<b>Critères d'évaluation</b>	<b>Pondération</b>
Stratégie marketing	Moyenne
Stratégie commerciale	Moyenne
Stratégie d'offre (produit)	Élevée
Modèle commercial	Moyen
Stratégie verticale/industrielle	Moyenne
Innovation	Moyenne
Stratégie géographique	Élevée

Source : Gartner (novembre 2022)

## Descriptions des Quadrants

### Leaders

Depuis des années, les Leaders fournissent des solutions UCaaS complètes. Ils ont établi des bases d'entreprises clientes et prennent en charge un grand nombre d'utilisateurs. Ils disposent de solutions UCaaS complètes et intégrées capables de satisfaire l'ensemble des besoins du marché, bénéficiant d'une capacité éprouvée à servir les grandes organisations et d'un engagement sur trois marchés géographiques ou plus. Ils ont des plans de migration et d'évolution définis pour leurs produits dans les principaux domaines d'UCaaS, et utilisent leurs solutions afin d'acquérir de nouveaux clients, étendre leur empreinte géographique et innover dans de nouveaux domaines fonctionnels.

### Challengers

Les Challengers ont la capacité de fournir une solution UCaaS aux grandes organisations. Ils ne sont pas encore devenus des Leaders, car leurs solutions UCaaS manquent de certains éléments,

leur assistance client continue d'évoluer, ils n'offrent pas de services différenciés ou la plupart de leurs utilisateurs ne déploient que certains aspects des communications unifiées.

## **Visionnaires**

Les Visionnaires ont une vision ambitieuse de l'avenir et effectuent des investissements importants dans le développement de technologies uniques. Leurs services demeurent émergents et un grand nombre de leurs fonctionnalités de développement ne sont pas encore généralement disponibles. Bien que les Visionnaires puissent avoir de nombreux clients, ils peuvent ne pas encore bien prendre en charge un large éventail de cas d'utilisation. Les Visionnaires sont proches de fournir, ou fournissent déjà, des fonctionnalités ou des services d'UC différenciés, mais ne se sont pas encore établis sur le marché des entreprises. Cela peut être dû à une incapacité à prendre en charge plusieurs clients importants, à un manque de capacité avéré à prendre en charge les déploiements UCaaS pan-régionaux ou à une reconnaissance limitée de la marque. Certains fournisseurs peuvent être des Visionnaires en raison d'une ou deux insuffisances seulement, comme un service client non cohérent.

## **Acteurs de niche**

Les fournisseurs peuvent être des Acteurs de niche pour diverses raisons. Pour certains, cela peut être dû à une reconnaissance limitée de la marque ou à une absence de capacité marketing suffisamment solide pour vendre au-delà de leur région d'origine. Pour d'autres, ce peut être parce que leur solution est relativement nouvelle, que leurs clients n'utilisent qu'une quantité limitée de fonctionnalités d'UC, que leur ensemble de fonctionnalités peut être faible dans certains domaines ou que leur service client peut être non cohérent.

## **Contexte**

Par rapport aux solutions UC sur site, les avantages fonctionnels et commerciaux de l'UCaaS dans les régions développées du monde sont très nombreux. Actuellement, la grande majorité des budgets de R&D pour l'UC sont alloués à des solutions basées sur le cloud. Les fournisseurs vendent peu de nouveaux systèmes d'UC sur site, et n'investissent donc que peu dans le développement de fonctionnalités et l'innovation pour les plateformes d'UC sur site. Avec l'UCaaS, les expériences utilisateur de bureau, les fonctionnalités mobiles, les tableaux de bord de performance et d'analyse, et les portails de gestion sont d'un niveau supérieur. De plus, les solutions d'UC sur le cloud nécessitent beaucoup moins d'expertise des administrateurs clients que les solutions sur site. Les leaders des applications d'espace de travail numérique reconnaissent ces avantages et préfèrent donc presque toujours l'UCaaS.

## **PME**

L'UCaaS est le modèle de déploiement préféré des entreprises comptant moins de 1 000 employés depuis plus de six ans, avec seulement deux exceptions. La première exception concerne les cas où, pour ces organisations, la bande passante réseau requise pour une performance voix/UC adéquate est insuffisante, son prix trop élevé, ou sa résilience et sa disponibilité inadaptées pour se connecter aux fournisseurs d'UCaaS. Ce cas est rarement observé chez les organisations des régions développées. La deuxième exception concerne les organisations comptant entre 500 et 999 employés qui : (a) estiment que leurs utilisateurs d'UC

n'auront pas besoin de modernisation au cours des trois prochaines années ; (b) possèdent l'expertise nécessaire pour gérer l'infrastructure sur site ; et (c) peuvent le faire moyennant un coût total de possession inférieur au prix du marché de l'UCaaS. Ce cas est également rare parmi les clients de Gartner.

La grande majorité des PME doivent envisager les solutions sur le cloud. Le marché est de plus en plus concurrentiel, la tarification s'améliore, l'innovation est forte et rares sont les organisations qui souhaitent continuer à gérer l'infrastructure d'UC sur site.

## Entreprises moyennes

La plupart des entreprises de taille moyenne, avec 1 000 à 5 000 utilisateurs, sont bien adaptées à l'UCaaS. De nombreux fournisseurs évalués dans ce Magic Quadrant constituent des choix viables pour ces entreprises, et disposent de longues listes de références clients pour le prouver. De nombreux fournisseurs d'UCaaS régionaux qui ne figurent pas dans cette étude peuvent également représenter de bonnes options.

Certaines entreprises de taille moyenne peuvent exploiter des environnements hybrides. Ces organisations peuvent faire migrer la majorité des employés vers le cloud, mais utiliser une infrastructure sur site dans des pays où les exigences réglementaires sont restrictives ou où les connexions de réseaux de données sont inadaptées. Il s'agit d'un modèle de conception en déclin, car le nombre de pays dotés de services de réseaux de données inadaptés diminue rapidement.

## Grandes entreprises

Gartner a observé que 52 % des clients recherchant l'UCaaS au cours de l'année passée appartiennent à des organisations comptant plus de 5 000 utilisateurs. L'adoption de l'UCaaS dans le segment des plus grandes entreprises est devenue l'option souhaitée par défaut.

Les grandes entreprises investissant dans des solutions d'UC basées sur site doivent comprendre que rares sont les fournisseurs qui font des investissements R&D dans cette technologie. Si les fournisseurs achètent un nouveau système aujourd'hui, il est peu probable qu'elles constatent des innovations ou des améliorations significatives au cours d'un cycle de vie type de cinq à huit ans du produit. La majeure partie des améliorations futures (telles que l'IA, la mobilité, l'analyse, l'expérience utilisateur avancée, etc. ) ne seront disponibles que pour les utilisateurs d'UCaaS. Néanmoins, les déploiements sur site persistent pour des raisons de réglementation et d'indisponibilité de l'UCaaS dans des régions spécifiques.

## Aperçu du marché

La vision du marché de Gartner se concentre sur les technologies et approches transformationnelles visant à répondre aux besoins futurs des utilisateurs finaux. Elle n'est pas focalisée uniquement sur le marché tel qu'il est aujourd'hui.

Les investissements des fournisseurs dans l'UCaaS continuent d'augmenter considérablement. Les fonctionnalités UCaaS dépassent désormais les fonctionnalités UC sur site dans les domaines suivants :

- **Messagerie d'équipe et SMS** : Les fournisseurs d'UCaaS ont étendu les fonctionnalités des services de messagerie d'équipe et de collaboration de flux de travail en intégrant des applications d'entreprise, des services de partage de fichiers, en ajoutant des cadres de bot et en fournissant une connectivité aux services de messagerie SMS mobile depuis les bureaux, les clients Web et les applications mobiles.
- **Réunions** : Les fonctionnalités de réunion incluses dans les solutions UCaaS ont connu le plus d'investissements et d'innovations sur le marché de l'UCaaS, et ont partiellement convergé avec celles des solutions de réunion autonomes basées sur le cloud. En effet, de nombreux fournisseurs d'UCaaS vendent également des solutions de réunion autonomes.
- **Marketplace API, CPaaS et applications** : L'intégration des fonctionnalités d'UC dans les applications d'entreprise qui renforcent l'efficacité des flux de travail a enregistré une demande croissante du marché. Les exemples d'une telle intégration incluent les applications CRM, les centres de contact, les applications de groupe de travail et les applications de secteur d'activité. Certains fournisseurs d'UCaaS ont étendu leurs offres pour inclure le CPaaS. Cela permet la consommation de fonctionnalités « atomisées » (par exemple, la possibilité d'envoyer un SMS ou d'initier un appel) par d'autres applications améliorées par l'intégration et l'activation des services de communication.
- **Tableaux de bord de reporting et d'analyse** : Les offres UCaaS fournissent des outils administratifs qui affichent la disponibilité, les défaillances, les performances, les diagnostics, l'utilisation, l'adoption par les utilisateurs ainsi que d'autres indicateurs clés de performance. Le reporting de tableau de bord peut être mesuré et consulté sur plusieurs niveaux, tels que l'appel, l'utilisateur, l'unité commerciale et le site.

L'UCaaS possède des caractéristiques similaires à celles d'autres services cloud. Celles-ci comprennent :

- Infrastructure partagée (par exemple, centre de données, ressources informatiques et de réseaux de données)
- Outils partagés (par exemple, outils de provisionnement, de performance et de gestion du réseau)
- Tarification par utilisateur et par mois et élasticité pour augmenter ou diminuer le nombre d'utilisateurs sans impact direct sur la plateforme sous-jacente (par exemple, l'expansion ne nécessite pas l'achat de matériel de plateforme supplémentaire)

La majeure partie des fournisseurs d'UCaaS adopte la multi-location, une architecture et une infrastructure en tant que service (IaaS) de microservices pour héberger leur application UCaaS, l'ensemble des utilisateurs partageant une instance logicielle commune distribuée sur de nombreux nœuds de service déployés à l'échelle régionale ou mondiale. Dans de nombreux cas, les nœuds d'application UCaaS (ou certains composants de l'application UCaaS) résident sur un

cloud IaaS public, tandis que les supports peuvent être traités et acheminés via des centres de données traditionnels afin d'optimiser les performances et l'expérience utilisateur. Les plateformes UCaaS sont développées, exploitées et mises à jour par les fournisseurs d'UCaaS dans les centres de données de cloud public (tels que ceux d'Amazon Web Services, Microsoft Azure, Google Cloud Platform et Oracle Cloud Infrastructure) ou dans les centres de données exploités par les fournisseurs d'UCaaS.

Les services UCaaS actuels offrent des améliorations en ce qui concerne les portails de gestion de l'administration, portails d'utilisateurs finaux, tableaux de bord d'utilisation et outils de performance réseau. Le déploiement et la gestion de grands groupes d'utilisateurs sont désormais plus faciles. Il est également possible de surveiller plus précisément la qualité de la voix et des sessions de réunion, et d'isoler la cause profonde des problèmes d'expérience utilisateur. Ces problèmes peuvent inclure des problèmes de réseau d'accès, de mauvaises connexions Wi-Fi, des problèmes de performances des terminaux et des problèmes d'accessoires audio/casques. Cependant, l'expertise en matière de gestion et de suivi des performances varie considérablement d'un fournisseur à l'autre.

Au cours de l'année passée, la demande du marché envers le travail hybride et à distance a entraîné une augmentation de la demande en UCaaS, compte tenu de la capacité inhérente de cette technologie à fournir des services d'UC aux utilisateurs, où qu'ils se trouvent, et généralement sans coût supplémentaire. Si les solutions basées sur site offrent également des fonctionnalités de télétravail, elles nécessitent cependant souvent des licences supplémentaires, et dans certains cas, des mises à niveau matérielles vers des SBC à la périphérie des réseaux d'entreprise.

Les solutions UCaaS offrent également des expériences utilisateur de meilleure qualité sur les clients de bureau et les applications mobiles, ce qui augmente les taux d'adoption. La demande accrue de télétravail a entraîné une augmentation de la dépendance organisationnelle vis-à-vis des réunions et des messages. Par conséquent, nous constatons une demande envers de nouvelles fonctionnalités satisfaisant aux exigences d'une sécurité accrue des réunions ; une dissimulation de l'arrière-plan ; la suppression de sons spécifiques (au-delà de la suppression du bruit) ; l'affichage simultané d'un plus grand nombre de personnes dans les vues de galerie ; et des améliorations de la qualité de l'expérience sur des réseaux non gérés.

Bien que le CCaaS ne fasse pas l'objet de cette étude, des liens solides existent entre l'UCaaS et le CCaaS, dans la mesure où les organisations achètent souvent les deux ensembles. Certains fournisseurs d'UCaaS développent et exploitent leurs propres services CCaaS, tandis que d'autres ont des partenariats CCaaS leur permettant d'inclure le CCaaS dans leurs offres d'UCaaS.

## **Définitions des critères d'évaluation**

### **Capacité d'exécution**

**Produit/service** : biens et services de base offerts par le fournisseur pour le marché défini. Cela inclut les fonctionnalités actuelles des produits/services, la qualité, les ensembles de fonctionnalités, les compétences, etc. , qu'ils soient proposés en mode natif ou par le biais

d'accords/partenariats FEO, tels que décrits dans la définition du marché et détaillés dans les critères secondaires.

**Viabilité globale** : viabilité comprenant une évaluation de la santé financière globale de l'entreprise, de la réussite financière et pratique de l'unité fonctionnelle étudiée, et de la probabilité que celle-ci continue à investir dans le produit, à le commercialiser et à optimiser la technologie au sein du portefeuille de produits de l'entreprise.

**Exécution commerciale/tarifification** : compétences du fournisseur dans toutes les activités de prévente et la structure qui les sous-tend. Cela comprend la gestion des transactions, la tarification et la négociation, l'assistance prévente et l'efficacité globale du canal de vente.

**Réactivité aux demandes du marché (actuelle et historique)** : capacité à réagir, à changer de direction, à être flexible et à saisir de nouvelles opportunités, à contrer les mouvements de la concurrence, à répondre aux besoins changeants des clients et à s'adapter à l'évolution des dynamiques du marché. Ce critère tient également compte de la réactivité du fournisseur par le passé.

**Exécution marketing** : clarté, qualité, créativité et efficacité des programmes visant à véhiculer le message de l'organisation afin d'influencer le marché, de promouvoir la marque et l'entreprise, d'accroître la notoriété des produits, et de susciter une identification positive du produit/de la marque et de l'organisation dans l'esprit des acheteurs. Cette notoriété peut éclore sous les effets conjugués de la publicité, des initiatives promotionnelles, du leadership éclairé, du bouche-à-oreille, et des activités commerciales.

**Expérience client** : relations, produits et services/programmes qui favorisent le succès obtenu par les clients grâce aux produits évalués. Cela inclut plus précisément la manière dont l'assistance technique ou la gestion de compte est fournie aux clients. Cela peut également inclure des outils auxiliaires, des programmes d'assistance client (et leur qualité), la disponibilité de groupes d'utilisateurs, des contrats de niveau de service (SLA), etc.

**Opérations** : capacité de l'organisation à atteindre ses objectifs et à respecter ses engagements. Les facteurs comprennent la qualité de la structure organisationnelle, notamment les compétences, expériences, programmes, systèmes et autres moyens qui permettent à l'organisation de fonctionner de manière efficace et efficiente en continu.

## **Exhaustivité de la vision**

**Compréhension du marché** : capacité du fournisseur à comprendre les désirs et les besoins des acheteurs, et à les traduire en produits et services. Les fournisseurs qui affichent le plus haut degré de vision écoutent et comprennent les désirs et les besoins des acheteurs, et peuvent les influencer ou les compléter en y ajoutant leur propre vision.

**Stratégie marketing** : ensemble de messages clairs et différenciés qui sont communiqués avec cohérence dans toute l'organisation et à l'extérieur, par le biais d'un site Web, de messages publicitaires, de programmes destinés aux clients, et de déclarations de positionnement.

**Stratégie commerciale** : stratégie de vente de produits qui utilise le réseau approprié de filiales ou partenaires de vente directe et indirecte, de marketing, de service et de communication. Ceux-ci étendent le périmètre et la profondeur du rayon d'action commercial, des compétences, du savoir-faire, des technologies, des services et de la clientèle.

**Stratégie d'offre (produit)** : approche du fournisseur en matière de développement et de livraison de produits, qui met l'accent sur la différenciation, la fonctionnalité, la méthodologie et des ensembles de fonctionnalités en phase avec les exigences actuelles et futures.

**Modèle commercial** : fiabilité et logique de la proposition commerciale sous-jacente du fournisseur

**Stratégie verticale/industrielle** : stratégie du fournisseur visant à diriger ses ressources, compétences et offres sur les besoins spécifiques des segments de marché individuels, notamment les marchés verticaux.

**Innovation** : dispositions directes, connexes, complémentaires et synergiques des ressources, du savoir-faire ou du capital aux fins d'investissement, de consolidation, de défense ou de prévention.

**Stratégie géographique** : stratégie du fournisseur visant à orienter les ressources, les compétences et les offres, de manière à répondre aux besoins spécifiques des zones géographiques en dehors de la zone géographique d'origine, soit directement, soit par l'intermédiaire de partenaires, canaux et filiales, selon ce qui convient le mieux pour cette zone géographique et ce marché en particulier.

**Learn how Gartner  
can help you succeed**

**Become a Client**

© 2022 Gartner, Inc. et/ou ses sociétés affiliées. Tous droits réservés. Gartner est une marque déposée de Gartner, Inc. et de ses sociétés affiliées. Cette publication ne peut être reproduite ou distribuée sous aucune forme sans l'autorisation écrite de Gartner. Elle comprend les opinions de l'organisme de recherche de Gartner, qui ne doivent pas être interprétées comme des énoncés de faits. Bien que les informations contenues dans cette publication aient été obtenues auprès de sources jugées fiables, Gartner décline toute garantie quant à l'exactitude, l'exhaustivité ou l'adéquation de ces informations. Bien que l'étude de Gartner puisse aborder des questions juridiques et financières, Gartner ne donne pas de conseils juridiques ou d'investissement, et son étude ne doit pas être interprétée ni utilisée comme telle. Votre accès et votre utilisation de cette publication

sont régis par la [politique d'utilisation de Gartner](#). Gartner est fier de sa réputation d'indépendance et d'objectivité. Ses études sont produites de manière indépendante par son organisme de recherche, sans contribution ou influence d'aucun tiers. Pour en savoir plus, voir « [Guiding Principles on Independence and Objectivity](#) ».

L'étude de Gartner contenue dans ce document a été traduite de la version originale anglaise dans la langue ci-dessus/dans le document. Gartner a déployé tous les efforts professionnels raisonnables pour assurer que la traduction soit aussi exacte et complète que possible. Toutefois, comme pour toute traduction, il peut inévitablement y avoir un certain degré de divergence. En cas de divergence de contenu ou d'intention, la signification de la version originale anglaise prévaudra toujours.

[About](#) [Careers](#) [Newsroom](#) [Policies](#) [Site Index](#) [IT Glossary](#) [Gartner Blog Network](#) [Contact](#) [Send Feedback](#)

**Gartner**<sup>®</sup>

© 2023 Gartner, Inc. and/or its Affiliates. All Rights **Reserved**.