



*A Logitech foi reconhecida pelo*  
**Prêmio de líder do mercado**  
**2021**

Indústria mundial de dispositivos  
de videoconferência  
*Excelência nas práticas recomendadas*

## CrITÉRIOS de prÁticas recomendadas para desempenho de excelência

A Frost & Sullivan realiza um processo rigoroso de análise dos vários indicados para cada categoria da premiação antes de determinar o vencedor. O processo envolve uma avaliação detalhada dos critérios de práticas recomendadas em dois aspectos para cada empresa indicada. A Logitech se destaca em muitos dos critérios no espaço de videoconferência.

CRITÉRIOS DO PRÊMIO	
Excelência na estratégia de crescimento	Aproveitamento de tecnologia
Excelência na estratégia de implementação	Valor de desempenho/preço
Força da marca	Experiência de compra do cliente
Qualidade do produto	Experiência de propriedade do cliente
Diferenciação do produto	Experiência de atendimento ao cliente

### *Pioneira em um ambiente altamente dinâmico*

Empresas de todos os tamanhos estão adotando o trabalho híbrido, que oferece aos funcionários a opção e flexibilidade de trabalhar em qualquer lugar. A adesão em massa às ferramentas de comunicação e colaboração modernas redefiniu o futuro do trabalho. Os serviços de videoconferência e nuvem estão entre as principais tecnologias que aceleraram essas tendências transformadoras, permitindo que os usuários permaneçam conectados e possibilitando a continuidade dos negócios para formas novas e ágeis de trabalho.

A pesquisa da Frost & Sullivan estima que o número de funcionários remotos após a pandemia será de seis a sete vezes maior. Isso condiz com as principais conclusões de uma pesquisa global conduzida pela Frost & Sullivan com mais de 3.200 tomadores de decisão de TI:

- 93% esperam que um quarto de seus funcionários ou mais trabalhem em casa
- 31% tornarão a organização mais distribuída e dispersa
- 36% investirão na criação de mais espaços de reunião
- 88% implantarão videoconferência em toda a organização para permitir um novo estilo de trabalho

*“No primeiro trimestre de 2021, a Logitech ultrapassou sua concorrente mais próxima e se tornou a fornecedora nº 1 em market share no mercado de dispositivos de videoconferência para uso empresarial. Essa foi a primeira vez que a gigante da comunicação atingiu esse marco. A Logitech já vinha dominando o mercado de dispositivos de videoconferência em remessas de unidades. Sua posição recém-obtida de liderança em faturamento é uma prova ainda maior de sua abordagem exclusiva movida pelo design que foca na criação de produtos significativos com uma clareza de propósito e benefícios para os usuários ao oferecer experiências de comunicação simples e descomplicadas.”*

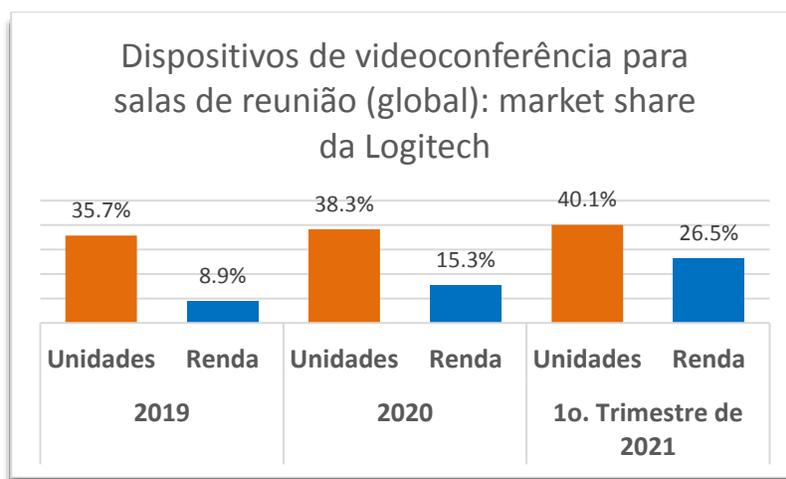
**- Roopam Jain, diretora sênior da indústria, Trabalho Conectado**

À medida que a tecnologia continua a reformular o trabalho, como uma das maiores empresas de hardware do mundo, a Logitech tem muito a ganhar com as novas tendências de trabalho híbrido. O vasto e crescente portfólio de dispositivos de vídeo, compartilhamento de conteúdo e áudio de alta qualidade da Logitech permite que os usuários se comuniquem e colaborem melhor em qualquer lugar: no escritório ou em locais remotos.

No primeiro trimestre de 2021, a Logitech ultrapassou sua concorrente mais próxima e se tornou a fornecedora nº 1 em market share no mercado de dispositivos de videoconferência para uso empresarial. Essa foi a primeira vez que a gigante da comunicação atingiu esse marco. A Logitech já vinha dominando o mercado de

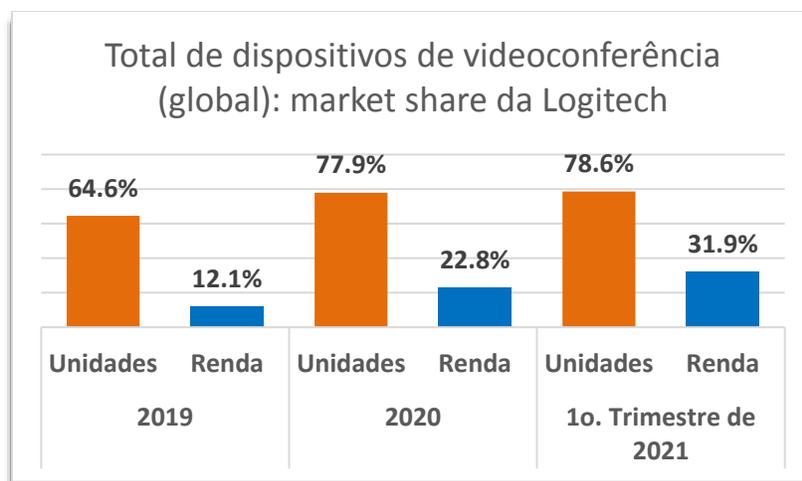
dispositivos de videoconferência em remessas de unidades. Sua posição recém-obtida de liderança em faturamento é uma prova ainda maior de sua abordagem exclusiva movida pelo design e focada na criação de produtos significativos com uma clareza de propósito e benefícios para os usuários ao oferecer experiências de comunicação simples e descomplicadas.

A videocolaboração se tornou um enorme sucesso e uma grande oportunidade de crescimento para a Logitech. Em 2020, a empresa vivenciou o melhor ano de sua história na venda de dispositivos de videoconferência.



Fonte: Frost & Sullivan

Observação: não inclui webcams da Logitech para uso pessoal nem as webcams para uso comercial, como Logitech BRIO, C930e e C925e.



Fonte: Frost & Sullivan

Observação: não inclui webcams da Logitech para uso pessoal. Webcams para uso comercial, como a Logitech BRIO, C930e, C925e e a linha de câmeras de conferência, estão incluídas.

Com sua ascensão meteórica na venda de dispositivos de videoconferência, a Logitech alcançou o primeiro lugar em market share. A empresa relatou que sua receita no segmento de videocolaboração quase triplicou no ano fiscal de 2021 para mais de US\$ 1 bilhão pela primeira vez. Somente no quarto trimestre fiscal de 2021, as vendas de dispositivos de videocolaboração foram maiores do que as vendas da empresa em todo o ano fiscal de 2020. A Logitech claramente saiu na frente em um mercado que tem um enorme potencial de desenvolvimento e representa uma oportunidade de crescimento impulsionada pela demanda sustentável de longo prazo por reuniões por vídeo para conectar funcionários remotos e equipes distribuídas.

- No primeiro trimestre de 2021, a Logitech foi líder em market share em receita e remessas de unidades para salas de reunião, bem como no mercado de dispositivos de videocolaboração pessoal para uso comercial.
- Em termos de unidades a empresa vende o dobro de dispositivos para salas de reunião e 15 vezes mais dispositivos de videoconferência de nível empresarial para colaboração pessoal do que a concorrente mais próxima.
- A receita de dispositivos de videoconferência para salas de reunião quase dobrou em 2020, chegando a US\$ 407,10 milhões, enquanto as unidades cresceram em impressionantes 67,4%.
- As vendas do total de dispositivos de videoconferência (webcams comerciais mais câmeras para salas de conferência) aumentaram em 151,2% em unidades e 128,9% em receita.

### **Alavancagem de tecnologia superior e diferenciação competitiva**

A missão da Logitech de colocar vídeo em todos os espaços e ao alcance de todos os usuários guiou sua abordagem para o desenvolvimento de produtos e sua liderança em preço/desempenho. Atualmente, a Logitech tem uma posição única no mercado, com um portfólio abrangente de dispositivos que captam totalmente as oportunidades de crescimento exponencial para colaboração em sala de reunião e comunicações pessoais.

Desde o início, a Logitech tem se concentrado em acabar com a estagnação da videoconferência. No passado, o uso de dispositivos de videoconferência dependia de soluções de infraestrutura e terminais caros, complexos e com uso intenso de hardware. Como resultado, a adesão foi limitada a um número selecionado de salas e espaços de reunião. Os dispositivos leves e de alta qualidade da Logitech, bem como sua extensa linha de câmeras de conferência e barras de colaboração que funcionam com serviços de nuvem conectados, tornaram as comunicações por vídeo populares. Os produtos da Logitech se tornaram sinônimo de experiências de usuário descomplicadas, além de serem acessíveis para implantar em todos os espaços de reunião: cabines, espaços compactos, salas pequenas e salas de conferência médias e grandes.

Os dispositivos de vídeo da Logitech funcionam com praticamente qualquer serviço de comunicação unificada ou de videocolaboração, oferecendo uma funcionalidade plug-and-play. Embora grande parte da concorrência tenha se concentrado em terminais de videoconferência para salas dedicadas, a abordagem da Logitech se baseia em oferecer às empresas um amplo portfólio de soluções certificadas para os principais serviços em nuvem que se adaptam a cada usuário e situação, quer os funcionários estejam trabalhando em casa, no escritório ou em uma mesa de trabalho rotativa:

- Colaboração pessoal robusta: o conjunto de soluções da Logitech para espaços de trabalho pessoais está sempre crescendo e permite um trabalho remoto livre de problemas. Uma ampla variedade de headsets e webcams empresariais garante que os funcionários possam trabalhar com flexibilidade em qualquer lugar do mundo sem comprometer sua experiência de comunicação.
- Salas no estilo “traga seu próprio dispositivo” (BYOD, na sigla em inglês): a linha abrangente de câmeras de conferência independentes da Logitech permite que os usuários iniciem uma reunião por vídeo em seus laptops/dispositivos móveis usando um softphone de sua escolha. Essa opção está alinhada com a crescente consumerização da TI.
- Salas com base em PC otimizadas para reuniões em grupo: a Logitech sabe que, embora a abordagem BYOD seja eficaz em muitos casos, há vários elementos tecnológicos que precisam ser cuidadosamente considerados, incluindo computação dedicada, cabeamento, design e logística da sala. A empresa reconheceu esse desafio e colaborou com vários parceiros de tecnologia para criar os bundles ideais para salas de reunião de diferentes tamanhos.
- Appliances all-in-one: as barras de vídeo da Logitech são dispositivos de videoconferência dedicados com computação integrada, um conjunto robusto de recursos e capacidade de gerenciamento e simplicidade all-in-one.

### *Inovação que acompanha as mudanças de necessidades do usuário*

Nos últimos anos, o negócio de videocolaboração da Logitech foi crescendo, mas não parou por aí. A empresa continua a solidificar seu portfólio de produtos e investir em muitas áreas de inovação de hardware e software. Além disso, sua experiência de décadas nas principais áreas de engenharia, como sensores, acústica, óptica, tecnologia sem fio e gerenciamento de energia, é uma vantagem competitiva fundamental. Nos últimos anos, a Logitech ampliou seus recursos de engenharia para tecnologias mais avançadas, como software, aplicativos, nuvem, análise de dados, IA e aprendizado de máquina.

Entre seus mais recentes lançamentos de produtos que mudaram o mercado estão:

- Rally Bar e Rally Bar Mini: um novo portfólio de soluções que marca a entrada da Logitech no espaço de appliances. Nativamente integradas com os principais serviços de videoconferência da atualidade, como Microsoft Teams e Zoom, essas barras de vídeo all-in-one oferecem uma experiência simplificada de aquisição, gerenciamento e facilidade de uso. Ao consolidar todos os componentes em um único dispositivo, essa abordagem eficaz traz uma nova elegância e poder para as salas de reunião, permitindo maior inteligência, análise e controles administrativos. Ela também elimina os custos adicionais associados à instalação complexa e à compatibilidade com vários componentes, resultando em um ROI significativamente melhor. A nova Logitech Rally Bar foi desenvolvida especificamente para salas médias, enquanto a Logitech Rally Bar Mini é ideal para salas pequenas.
- Logitech RoomMate: criado para salas de reunião grandes, o RoomMate é um appliance de computação que permite aos clientes executar serviços de videoconferência em câmeras de conferência da Logitech, como a Rally Plus ou a MeetUp, sem um PC ou Mac.
- Logitech Scribe: uma câmera de quadro branco com IA, a Scribe atende à necessidade crescente de experiências de reunião mais equitativas para participantes remotos que desejam uma visualização nítida e clara do conteúdo do quadro branco durante o brainstorming, ensino e reuniões em equipe. Com seu design simples e integrações aprimoradas com o Microsoft Teams Rooms e Zoom Rooms, a Scribe permite que todos, na sala ou remotamente, tenham uma visão perfeita do quadro.

Todos os dispositivos de videocolaboração da Logitech são aprimorados por suas câmeras Ultra HD 4K, que oferecem qualidade de vídeo premium, caixas de som com distorção ultrabaixa para áudio rico e natural e seu pacote de software inteligente de tecnologias Logitech RightSense™. Esse conjunto de tecnologias usa os mais recentes avanços em IA para automatizar o controle de luz, cor, som e câmera e oferecer uma experiência de videoconferência mais natural e envolvente. A Logitech também oferece monitoramento e gerenciamento na nuvem em tempo real pelo Logitech Sync, incluindo insights sobre cada sala de reunião e a funcionalidade de contagem de pessoas. Além disso, as APIs abertas para Sync permitem que os clientes monitorem e gerenciem soluções entre plataformas de forma centralizada, e recebam dados analíticos dos dispositivos usando o crescente ecossistema de parceiros.

### ***Design líder da indústria com foco na simplicidade e usabilidade***

De acordo com a empresa, “cada novo produto da Logitech se trata da criação não apenas de um produto, mas de uma experiência na qual designers e profissionais de marketing ponderam a abordagem juntos”. Essa abordagem e cultura com base no design se tornaram um diferencial estratégico e cultural para a empresa. Um olhar atento aos detalhes mais sutis torna os produtos da Logitech agradáveis, pessoais e fáceis de usar. A Logitech tem um portfólio diversificado de patentes. Seus produtos ganharam 127 prêmios de design durante os últimos três anos fiscais como produtos ergonômicos bem projetados.

*“A abordagem e a cultura com base no design da Logitech se tornaram um diferencial estratégico e cultural para a empresa. Um olhar atento aos detalhes mais sutis torna os produtos da Logitech agradáveis, pessoais e fáceis de usar.”*

**- Roopam Jain, diretora sênior da indústria, Trabalho Conectado**

Durante o ano fiscal de 2021, a empresa ganhou 23 prêmios de design.

A Logitech tem se concentrado em encontrar formas de fazer negócios que sejam melhores e sustentáveis para o planeta e a sociedade. Em 2019, a empresa aderiu ao acordo de Paris e em 2020 anunciou uma grande mudança, o uso de plásticos reciclados. No primeiro trimestre de 2021, a Logitech anunciou a disponibilidade de produtos com rótulo de pegada de carbono. Ela acredita que, assim como os rótulos de calorias têm impactado a indústria alimentícia, esse

rótulo é um passo rumo à redução da emissão global de carbono. Nesse processo, a Logitech desenvolveu uma metodologia de análise de ciclo de vida para medir o impacto de carbono de um produto, desde suas matérias-primas até sua fabricação, transporte para uso pelo cliente e, finalmente, o fim da vida útil. A empresa está compartilhando seus aprendizados e metodologia de certificação de terceiros para rotulagem da pegada de carbono com qualquer empresa e concorrente sem nenhum custo.

### ***Expansão rápida de entrada no mercado***

A Logitech construiu uma marca forte na indústria de comunicações. Atualmente, sua rede de distribuição está crescendo além de seus canais de distribuição e revenda online e offline. Conforme aumentam os investimentos em videocolaboração, a Logitech está expandindo sua cobertura de vendas corporativas com sua própria equipe de vendas e vários parceiros de revenda novos. Ao contrário de grande parte da concorrência, a Logitech se estabeleceu como uma fornecedora de tecnologia que pode trabalhar com uma variedade de fornecedores de tecnologia e plataformas, bem como fornecer conexões entre seus produtos e ecossistemas.

O sucesso da empresa se deve, em grande parte, à sua estratégia bem diferenciada de entrada no mercado, a qual visa uma parceria com as melhores empresas de distribuição e tecnologia do setor. O Programa de colaboração da Logitech (LCP, na sigla em inglês) é um ecossistema em rápida expansão de fornecedores de tecnologia líderes do mercado, incluindo Microsoft, Google, Zoom, RingCentral, Pexip, LogMeIn, BlueJeans, Fuze, entre outros. Esse ecossistema crescente de parceiros de comunicações unificadas garante que os clientes tenham acesso a soluções de comunicação aberta que funcionem com os principais provedores de nuvem e software de terceiros. Com mais de 40 parceiros fornecedores de soluções completas, o LCP tem duas vertentes: uma para provedores de videoconferência na nuvem e outra para soluções complementares. Os membros incluem um amplo ecossistema de empresas terceirizadas que otimizam a funcionalidade dos produtos com dispositivos da Logitech para aprimorar a experiência do usuário e a implantação da tecnologia, permitindo a integração com processos e fluxos de trabalho de negócios.

## Conclusão

---

Em um mercado cada vez mais competitivo, a Logitech conquistou a posição de liderança graças ao seu foco em fornecer designs simples e de alta qualidade que estejam alinhados com as necessidades dinâmicas dos funcionários da atualidade. Sua inovação líder de mercado combinada com dispositivos de comunicação por vídeo intuitivos de alta qualidade está permitindo que todos façam videoconferências no ambiente de trabalho híbrido. Por esses motivos, a Frost & Sullivan tem o orgulho de conceder o prêmio de líder do mercado de 2021 à Logitech por seus esforços no mercado global de dispositivos de videoconferência.

## O que você precisa saber sobre o reconhecimento da liderança de mercado

---

O prêmio de líder do mercado da Frost & Sullivan reconhece a empresa que alcançou a maior fatia de market share pelo seu desempenho, produtos e serviços excepcionais.

### Análise do prêmio de práticas recomendadas

Para o prêmio de líder do mercado, os analistas da Frost & Sullivan avaliaram individualmente os critérios listados abaixo.

**Excelência na estratégia de crescimento:** a empresa demonstra capacidade de identificar, priorizar e buscar novas oportunidades de crescimento de forma consistente

**Excelência na implementação:** os processos da empresa permitem a implementação eficiente e consistente de táticas projetadas para corroborar a estratégia

**Força da marca:** a empresa é respeitada, reconhecida e memorável

**Qualidade do produto:** produtos ou serviços recebem notas altas de desempenho, funcionalidade e confiabilidade em todas as fases do ciclo de vida

**Diferenciação do produto:** produtos ou serviços conquistam um nicho do mercado com base no preço, qualidade ou exclusividade (ou uma combinação dos três) que outras empresas não podem replicar facilmente

**Alavancagem de tecnologia:** a empresa está comprometida a incorporar tecnologias de ponta às ofertas de produtos para aprimorar o desempenho e o valor do produto

**Valor de desempenho/Preço:** produtos ou serviços fornecem o melhor valor pelo mesmo preço em comparação com ofertas semelhantes no mercado

**Experiência de compra do cliente:** a qualidade da experiência de compra garante aos clientes que eles estão comprando a solução ideal para atender às suas necessidades e restrições exclusivas

**Experiência de propriedade do cliente:** os clientes têm orgulho de ter o produto ou serviço da empresa e têm uma experiência positiva ao longo da vida útil do produto ou serviço

**Experiência de atendimento ao cliente:** o atendimento ao cliente é acessível, rápido, tranquilo e de alta qualidade

