



wainhouse
real.objective.insight.

Encontrando o parceiro de videoconferência ideal em um mundo de fornecedores de tecnologia

Uma abordagem prática para a seleção de uma solução
de videoconferência para a fase seguinte do espaço
de trabalho moderno

Informe oficial patrocinado por:

logitech

Ontem e hoje: a videoconferência comprova o seu valor

Mesmo antes da chegada da pandemia, em 2020, a videoconferência já vinha consolidando sua posição como uma ferramenta indispensável para o ambiente de trabalho moderno. No nível empresarial, a videoconferência demonstrou que é capaz de ajudar a cumprir objetivos organizacionais como o envolvimento de funcionários, o corte de custos e a possibilidade de melhores comunicações. No caso dos indivíduos, a videoconferência foi reconhecida por adicionar produtividade, graças a uma maior clareza nas reuniões. Em uma pesquisa organizada pela Wainhouse Research com 1.400 participantes, a expectativa mais alta para a videoconferência era ajudá-los a trabalhar de forma mais eficiente.¹ Eles idealizaram a interação frente a frente para inspirar uma colaboração mais cuidada, aumentar a clareza nas comunicações e criar conexões mais humanas. Por sua vez, todos esses motivos foram considerados importantes para melhorar o resultado da reunião.

Essa expectativa de uma melhor experiência de reunião se aplicou a todos os espaços de trabalho. De mesas de trabalho pessoais a soluções de sala equipadas com dispositivos de áudio e vídeo, a conferência estava ajudando equipes a aumentar a produtividade de suas reuniões, independentemente da localização dos seus colegas.

Porém, o verdadeiro potencial da videoconferência foi colocado em teste no início de 2020. Até o mês de abril, poucas semanas depois do início da pandemia da COVID-19, a população de funcionários trabalhando em casa na Europa passou de cerca de 5% para aproximadamente 40% da força laboral, um aumento de 8 vezes.² Da mesma forma, nos Estados Unidos, mais de dois terços dos trabalhadores passaram a trabalhar de casa.³ Os funcionários procuravam manter contato com seus colegas, enquanto os executivos procuravam dar continuidade às atividades profissionais. Naturalmente, o mundo buscou a ajuda da videoconferência para se guiar durante esses tempos incertos, e a adoção da videoconferência, que já vinha conquistando um espaço cada vez maior nas empresas modernas, foi acelerada de cinco a oito anos.

Não há dúvidas de que a videoconferência está entrando em uma nova era de relevância. Para muitas empresas, o vídeo está evoluindo de uma ferramenta de automação do trabalho para uma parte integrada das atividades comerciais, possivelmente até representando o negócio.

Como a sua solução de videoconferência se saiu durante esse período de tempo?

Impulsionados pelo aumento significativo no número de usuários finais e casos de uso inesperados, os tomadores de decisões de TI (IT Decision Makers – ITDMs) foram capazes de observar como suas soluções de videoconferência se adaptaram à situação dinâmica que se desenvolvia. Alguns se saíram bem, outros não. O que muitos ITDMs observaram foi que alguns fornecedores não conseguiram proporcionar valor em meio a uma situação mutável, em que as necessidades dos negócios estão constantemente sujeitas a alterações.

Nem tudo está perdido. A Wainhouse acredita que esse período concentrado de transformação permitiu que os ITDMs definissem com mais clareza o que eles realmente precisam de uma tecnologia de videoconferência. Em um cenário ideal, os fornecedores precisam fazer mais do que simplesmente fornecer soluções de vídeo. Em vez disso, eles precisam apoiar os ITDMs como parceiros de tecnologia confiáveis, que possam ajudar os negócios a prosperar durante o “novo normal” da nossa experiência de trabalho moderna.

Qual é a diferença entre um parceiro de tecnologia de videoconferência e um fornecedor? A definição mais simples de um parceiro de tecnologia é um fornecedor que faz mais do que suas tarefas básicas (ou seja, fornecer áudio e vídeo mantendo um determinado preço), contribuindo para o cumprimento dos seus objetivos mais elevados.



O QUE OS SEUS USUÁRIOS FINAIS ESPERAM DA VIDEOCONFERÊNCIA?

Em uma pesquisa realizada pela Wainhouse em 2019, a maior expectativa dos usuários finais para uma solução de videoconferência era que ela pudesse ajudá-los a trabalhar com mais eficiência.

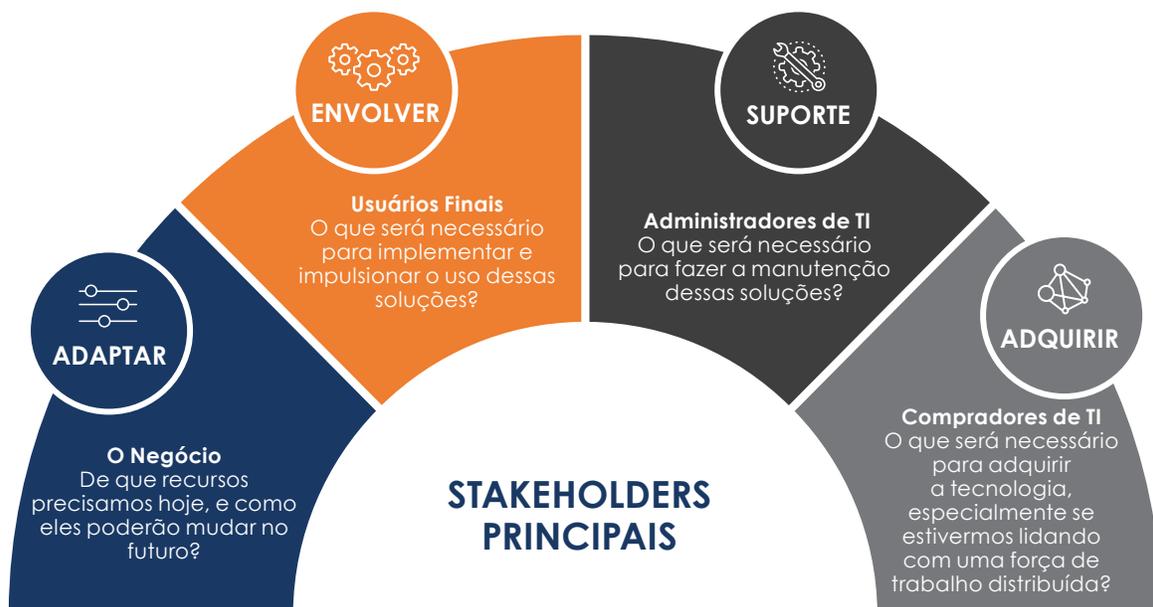
Parece uma boa ideia, mas o que um ITDM pode fazer frente a essa distinção idealista? Afinal, não podemos especificar que “o fornecedor deve criar valor para a empresa” no nosso pedido de proposta e esperar respostas viáveis. Por isso, a Wainhouse criou a seguinte abordagem para ajudar a trazer essas grandes ideias para uma realidade prática e tangível.

A abordagem principal de um stakeholder para selecionar uma solução de videoconferência

Embora cada organização tenha suas especificidades, de acordo com a experiência da Wainhouse, o primeiro passo para selecionar um vendedor é filtrar suas opções através de uma primeira linha de validação eficiente, antes de empregar tempo e energia em uma análise mais aprofundada.

Para isso, a Wainhouse desenvolveu uma abordagem principal para stakeholders, ajudando os ITDMs a compreender quando um fornecedor de soluções de videoconferência cumpre suas especificações básicas definidas no contrato e quando ele ultrapassa essas especificações e age como um parceiro confiável. Para que isso seja possível, nossa abordagem ajuda você a avaliar os recursos de um fornecedor de soluções de videoconferência conforme se relacionam com as necessidades de quatro stakeholders principais.

Para cada grupo, nós identificamos um tema central e propusemos uma série de perguntas para ajudar você a avaliar suas necessidades comerciais. Conforme analisa a abordagem, incentivamos você a ler nas entrelinhas das respostas imediatas para encontrar exemplos de como o fornecedor pode proporcionar um valor adicional aos stakeholders. É importante observar que esta abordagem foi desenvolvida levando em consideração o futuro do trabalho, e, onde for aplicável, salientaremos como a COVID-19 poderá impactar esses stakeholders. Os quatro stakeholders e seus atributos principais são os seguintes: o negócio e sua necessidade de adaptação, os usuários finais e seu desejo de se comunicar, os administradores de TI e suas necessidades de suporte e o comprador de IT e seu trabalho de aquisição.



Tenha em mente que esta abordagem pretende ser apenas um filtro inicial no processo de seleção de tecnologias de videoconferência. Porém, se um candidato a fornecedor puder demonstrar como consegue se sobressair em todos esses requisitos, é possível que ele deva ser observado com mais atenção.



O negócio como stakeholder – de que recursos o seu negócio precisa nos dias de hoje? Como eles poderão mudar no futuro?

Essa pergunta tem como foco os recursos presentes no portfólio de um parceiro destinados às necessidades do negócio e à sua adaptação a mudanças operacionais. Há pouco tempo, tudo que um ITDM considerava era se um fornecedor tinha soluções para salas de conferência pequenas, médias e grandes. Nessa época, os vendedores que se destacavam eram aqueles que também apresentavam soluções para espaços de trabalho remotos. Porém, nos dias de hoje, você deve incluir uma opção para os espaços de trabalho híbridos do futuro, que continuarão evoluindo conforme os funcionários regressam aos escritórios.

O espaço de trabalho é apenas uma das áreas passíveis de rápida mudança. Você também deve compreender como os dispositivos funcionam ao lado de outros investimentos em comunicações unificadas. E se o fornecedor está restringindo você a um serviço de videoconferência com opções limitadas de soluções de mudança no futuro.



TÓPICOS PARA CONVERSA



FORNECEDOR (CUMPRE O REQUISITO)



PARCEIRO (ULTRAPASSA O REQUISITO)

O fornecedor conta com um portfólio que oferece suporte a uma grande variedade de espaços de trabalho, como espaços em grupo, salas de reunião menores, ambientes de trabalho remoto ou dispositivos móveis?	<ul style="list-style-type: none"> O fornecedor tem soluções para espaços de trabalho comuns, mas oferece poucos produtos para outras áreas. Reequipa produtos atuais em espaços de trabalho renovados. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem produtos desenvolvidos especificamente para trabalho remoto, escritório, condições híbridas e dispositivos móveis.
Os dispositivos para videoconferência funcionam com a minha solução de comunicações unificadas atual?	<ul style="list-style-type: none"> Funcionam com o meu pacote de comunicações unificadas, mas podem não ser certificados pelo pacote. 	<ul style="list-style-type: none"> Certificados pelo pacote de comunicações unificadas como parceiro de soluções.
<p>Os dispositivos de videoconferência estão vinculados a um único serviço de videoconferência ou pacote de comunicações unificadas?</p> <p>Qual é o procedimento necessário para mudar para outro serviço de videoconferência ou pacote de comunicações unificadas?</p>	<ul style="list-style-type: none"> O hardware está limitado a um único serviço de videoconferência. O fornecedor não permite que você troque o seu serviço de videoconferência. 	<ul style="list-style-type: none"> O hardware do parceiro está pronto para usar com um serviço de videoconferência, mas pode ser configurado para outros serviços de videoconferência caso necessário.

Conclusão principal – Procure um portfólio de soluções para salas e mesas de trabalho com uma ampla relação preço/ desempenho, ajudando a fornecer as soluções certas para o espaço certo. Caso se concentre apenas em soluções de vídeo de baixo custo, você poderá acabar com uma escolha que não seja dimensionável para a sua organização. Os recursos fornecidos por soluções de alto padrão podem não ser necessários para todos os casos, e, caso aplicados em todos os espaços de trabalho, o resultado pode ser um gasto excessivo. Os ITDMs também devem ter cuidado para não ficarem “presos” a uma solução de videoconferência, permitindo que os dispositivos funcionem apenas com um conjunto limitado de serviços de videoconferência.



VOCÊ PRECISA DE FLEXIBILIDADE NAS SUAS COMUNICAÇÕES UNIFICADAS?

Durante uma pesquisa realizada em 2019 pela Wainhouse com tomadores de decisão de TI, a maior parte das empresas de grande porte identificaram o uso de **três ou mais fornecedores distintos de soluções para reuniões** em seu ambiente.



Usuários finais como stakeholder – o que será necessário para impulsionar o uso dessas soluções?

Essa linha de raciocínio concentra-se no usuário final, explicando como envolver esse grupo e acelerar a adoção de tecnologias de videoconferência. Em muitos casos, ela se resume a saber se uma solução é acessível para o usuário final.



TÓPICOS PARA CONVERSA



FORNECEDOR (CUMPRE O REQUISITO)



PARCEIRO (ULTRAPASSA O REQUISITO)

O usuário final está familiarizado com a marca?	<ul style="list-style-type: none">Os usuários finais podem conhecer a marca, mas não a utilizam em outras áreas do seu trabalho.Por exemplo, eles só encontram a marca em grandes salas de conferência.	<ul style="list-style-type: none">Os usuários finais conhecem a marca porque a encontram e a utilizam em diferentes espaços de trabalho – no escritório e ao trabalhar remotamente.
Ele tem experiência em primeira mão com outros produtos do fornecedor?	<ul style="list-style-type: none">A interface de usuário (UI) é uma característica exclusiva das soluções para sala, e, por isso, é necessário um pouco de treinamento para que seja possível a familiarização.O fornecedor complementa as instruções com orientações na sala ou na tela.	<ul style="list-style-type: none">Os dispositivos do parceiro utilizam interfaces de usuário nativas do serviço de videoconferência de sua preferência.Como resultado, as soluções para sala exigem pouco treinamento, uma vez que os fluxos de trabalho para tarefas como iniciar uma reunião ou compartilhar conteúdos são comuns para mesas de trabalho e salas de reunião.
Qual é a quantidade de treinamento ou instruções necessárias para que alguém que esteja utilizando a tecnologia pela primeira vez possa começar?	<ul style="list-style-type: none">Os produtos do fornecedor apresentam opções de ajuste manual durante a chamada ou tecnologia de ajuste automático, mas isso é visível para os participantes da reunião.Alguns exemplos incluem ajustes de câmera instáveis ou níveis de som desiguais no microfone.	<ul style="list-style-type: none">Os dispositivos do parceiro incorporam tecnologia "inteligente" para realizar os ajustes automaticamente.Alguns exemplos incluem câmeras com enquadramento automático para o grupo presente na sala com transições imperceptíveis, ou microfones com transmissões direcionais que captam o som de todos uniformemente.
O que o usuário final precisa fazer para ajustar o áudio ou a câmera de acordo com diferentes condições de reunião?	<ul style="list-style-type: none">O controle na sala limita-se a uma única opção, como um controle remoto.Em muitos casos, todas as ações controladas pelo controle remoto são exibidas no monitor para a sala toda, criando uma situação tensa para a pessoa que está manipulando o controle.	<ul style="list-style-type: none">Os organizadores da reunião contam com diversas opções diferentes para gerenciar a reunião, incluindo um controle de mesa, o que torna as ações de gerenciamento da reunião mais discretas e escondidas do resto da sala.
Nas salas, quais são os diferentes dispositivos disponíveis para que um usuário final possa controlar uma chamada de videoconferência? Eles são acessíveis ou assustadores?		

Conclusão principal – A acessibilidade de um hardware de videoconferência é uma expectativa fundamental. Espere que os dispositivos funcionem de forma familiar e intuitiva. Além disso, as soluções para sala devem fornecer diversas formas de controlar os sistemas, como controles de mesa ou aplicativos para dispositivos pessoais.

Mais importante ainda, o fluxo de trabalho e as interfaces do usuário de diferentes espaços de videoconferência devem ser semelhantes. Da mesa de trabalho à sala de conferência e aos espaços de trabalho móveis, um bom parceiro de tecnologia permitirá o uso de interfaces comuns, para que os usuários finais possam usar a tecnologia com confiança.

Contexto da COVID-19 – Conforme os funcionários regressam para os escritórios com acordos de trabalho híbridos, a saúde e a higiene estão cada vez mais em destaque. Nas salas de conferência, isso pode ser atingido com dispositivos com câmeras inteligentes e controles de voz que reduzem a necessidade de tocar em superfícies compartilhadas. Se esses recursos forem importantes para os seus stakeholders, certifique-se de que eles também cumprem o critério de serem acessíveis.



O ENVOLVIMENTO DOS FUNCIONÁRIOS É UM FATOR IMPORTANTE?

Um estudo conduzido pela Kenan-Flagler Business School, da Universidade da Carolina do Norte, observou que organizações com um envolvimento de funcionários acima da média apresentaram um crescimento **2,3 vezes maior da sua receita durante um período de três anos** quando comparadas com empresas com um envolvimento médio dos funcionários.



Administradores de TI como stakeholder – o que será necessário para fazer a manutenção dessas soluções?

É provável que esse stakeholder tenha uma lista bem planejada de requisitos. Por isso, vale lembrar que a nossa abordagem de validação inicial não tem como objetivo analisar com profundidade as necessidades específicas de um administrador de TI, mas sim a forma como o fornecedor pode garantir uma maior continuidade das operações. Você também deve considerar a existência de custos ocultos ao trabalhar ao lado do fornecedor para oferecer suporte às suas próprias soluções.



TÓPICOS PARA CONVERSA

O fornecedor é capaz de oferecer monitoramento e gerenciamento com ferramentas nativas?

Como as ferramentas do fornecedor funcionam com outras soluções de gerenciamento?



FORNECEDOR (CUMPRE O REQUISITO)

- O monitoramento está disponível, mas pode estar restrito a certas dependências, como soluções exclusivas para o local.
- O monitoramento também poderá exigir o pagamento de tarifas para habilitar recursos ou ampliar o número de dispositivos cobertos.



PARCEIRO (ULTRAPASSA O REQUISITO)

- O monitoramento está disponível em formatos convenientes, como plataformas na nuvem, sem mais dependências para hardware no local.
- Os recursos não são disponibilizados por tarifas.
- As ferramentas do parceiro contam com APIs que permitem o funcionamento com outras ferramentas de gerenciamento.



TÓPICOS PARA CONVERSA



FORNECEDOR (CUMPRE O REQUISITO)



PARCEIRO (ULTRAPASSA O REQUISITO)

Quais são os termos de garantia para a substituição de hardware?

- O fornecedor oferece substituição de hardware por um ano ou menos.

- O fornecedor oferece substituição de hardware além do período de um ano.

Quanta manutenção física será necessária para gerenciar os dispositivos?

- Os dispositivos contam com etapas de gerenciamento que precisam ser realizadas pessoalmente por um membro da equipe de TI, como confirmação de conexões ou inventário de periféricos.

- Os dispositivos são capazes de relatar qualquer status para os consoles de gerenciamento remoto e contam com recursos remotos adequados para realizar alterações necessárias.

Quando for necessário solicitar suporte ao fornecedor, o serviço oferecido será cobrado? Existem limitações temporais ou geográficas ao suporte?

- O fornecedor oferece suporte, mas uma solução de problemas mais aprofundada poderá necessitar de contratos de manutenção adicionais.
- A cobertura geográfica ou as limitações de horário de funcionamento poderão influir no preço dos serviços de suporte.

- Fornece suporte gratuito sem limitação geográfica ou vinculação com contrato de serviço.

Conclusão principal – Das ferramentas de gerenciamento ao serviço de suporte e a substituição de hardware – tudo isso faz parte de um programa de manutenção holístico. Use esta seção como uma maneira eficiente de representar as necessidades dos seus administradores de TI de fornecer o melhor suporte ao seu investimento em videoconferência.

Contexto da COVID-19 – Como resultado da pandemia, prepare-se para uma ampla distribuição da sua solução de videoconferência, com mais implementações de trabalho remoto e, potencialmente, mais salas de conferência. Os programas de manutenção de parceiros devem não só ser holísticos, como também acessíveis a todos os seus dispositivos, onde quer que estejam implementados.



Compradores de IT como stakeholders – o que será necessário para adquirir a tecnologia certa para uma força de trabalho distribuída?

Além de preços e condições, um parceiro de videoconferência ideal deve oferecer soluções que possam ser adquiridas através de uma ampla variedade de canais de compra e atingir uma força de trabalho distribuída. Isso é ainda mais relevante se os seus usuários finais estiverem em dezenas de países diferentes ou em diversos edifícios dentro de um mesmo campus.



TÓPICOS PARA CONVERSA

Os produtos estão disponíveis no local onde seus usuários finais se encontram?

Existem opções diversificadas de canais para oferecer suporte à estratégia de gerenciamento de fornecedor do seu comprador de TI?



FORNECEDOR (CUMPRE O REQUISITO)

- O fornecedor limitou a disponibilidade geográfica.
- Conta com distribuição em diversas camadas ou tarifas de envio adicionais para entregar os produtos em todas as áreas.
- Disponível apenas através de um tipo de parceiro de distribuição (revenda com valor agregado, por exemplo).



PARCEIRO (ULTRAPASSA O REQUISITO)

- O parceiro conta com uma distribuição adequada de produtos, correspondendo à pegada do seu negócio.
- Está disponível através de diversos tipos de canais de aquisição – revenda com valor agregado, integradores de sistema, varejistas online especializados ou até mesmo canais de varejo para consumidores ou prossumidores.

Conclusão principal – Certifique-se de que você pode adquirir facilmente os dispositivos em todas as suas regiões geográficas. Tenha em mente que o seu comprador de TI provavelmente conta com uma estratégia de aquisição, e um parceiro com opções de compra e recursos de entrega diversos também pode ajudar esse stakeholder a cumprir seus objetivos.

Contexto da COVID-19 – Conforme observado pela Wainhouse, além de gerar um crescimento inédito na força de trabalho remota, a COVID19 também fez com que as empresas começassem a utilizar escritórios satélite para diminuir a densidade nos locais de trabalho e se comprometer com o fornecimento de ambientes de trabalho seguros e híbridos.



40K TRABALHO REMOTO É SINÔNIMO DE TRABALHAR EM CASA?

Um estudo realizado com 40.000 pessoas pelo Ministério de Território, Infraestrutura, Transporte e Turismo do Japão concluiu que **o local de trabalho mais comum para aqueles que trabalhavam remotamente era um escritório satélite.**

Logitech: Um parceiro confiável para videoconferência

Com base na abordagem de stakeholder principal, a Wainhouse Research considera que a Logitech seja um exemplo louvável de parceiro de tecnologia de videoconferência. Em síntese, a Logitech conta com um portfólio abrangente o suficiente para oferecer suporte para negócios de qualquer porte, seja uma pequena empresa com alguns funcionários trabalhando remotamente ou uma organização global com milhares de salas de conferência. As soluções da marca não só são acessíveis e dimensionáveis, como também fornecem experiências de áudio e visuais excepcionais.

A Wainhouse Research analisou a Logitech de acordo com a abordagem apresentada neste artigo e tirou as seguintes conclusões, apresentadas abaixo.



Adaptabilidade – As soluções de videoconferência da Logitech são capazes de acomodar mudanças nas necessidades da organização

Ao longo dos anos, a Logitech demonstrou que compreende casos de uso pessoais e de grupo para soluções de videoconferência. Seus dispositivos não dependem de plataformas e podem ser configurados para uma grande variedade de serviços de videoconferência. Além disso, eles permitem que os usuários finais trabalhem com fluxos de trabalho de comunicações unificadas que já conhecem. Não é necessário adquirir um grande conjunto de novos equipamentos sempre que um novo caso de uso se faz necessário (como trabalho remoto) ou um novo pacote de comunicações unificadas é considerado.

- **A Logitech conta com um amplo portfólio de soluções de videoconferência** – Do escritório remoto à sala de reuniões pequena, da área de trabalho à sala da direção, a Logitech conta com uma solução de videoconferência para uma grande variedade de casos de uso. A Wainhouse se impressionou não só com a cobertura abrangente de casos de uso pessoais e de grupo, mas também com a oferta de soluções de videoconferência dedicadas com base no computador e que permitem trazer o seu próprio dispositivo (BYOD).
- **Um grande ecossistema de parceiros com qualidade admirável** – A Logitech é um parceiro importante de líderes do setor como Microsoft, Zoom e Google há anos. Esses relacionamentos de confiança geraram um conhecimento aprofundado sobre o setor, que permite que a Logitech forneça uma experiência em vídeo ainda melhor que outros programas de parceiros similares.
- **Funciona com diferentes sistemas operacionais e serviços de videoconferência** – A experiência de vídeo da Logitech não está vinculada a um só sistema operacional. Ela é compatível com softwares e plataformas de serviço de ponta, como MacOS, iOS, Windows 10 e Android, oferecendo suporte à escolha de sua preferência.



Envolvimento – O portfólio da Logitech é um nome confiável para usuários finais

Um dos maiores pontos de destaque da Logitech é o fato de que a marca é reconhecida em todos os níveis de uma organização. Os usuários finais buscam produtos que sejam agradáveis de usar e ofereçam soluções para as suas necessidades, como uma melhor iluminação, ângulos de câmera e redução de ruídos. A Logitech é um dos poucos parceiros de videoconferência que conseguem combinar satisfação do usuário com necessidade da empresa.

- **Atende ou supera as expectativas do usuário final** – Conforme um número cada vez maior de usuários finais utilizam soluções de videoconferência no seu trabalho do dia a dia, eles esperam que esses produtos sejam livres de erros, confortáveis e familiares em todos os seus locais de trabalho – em casa, no escritório ou remotamente. A Logitech utiliza tecnologias proprietárias de áudio e vídeo para fornecer uma experiência de qualidade consistentemente alta em qualquer caso de uso.

- **A Logitech fornece experiências, e não recursos** – Em vez de se concentrar nos recursos dos produtos, a Wainhouse observou que a Logitech continua reinventando a videoconferência e criando experiências que pareçam naturais e familiares para todos os negócios e todos os indivíduos. Por exemplo, não se trata de enquadramento automático. Trata-se da tecnologia RightSense, que permite que o usuário final pare de se preocupar em ajustar as opções da câmera e se concentre na reunião.
- **Recursos simplificados de instalação tornam os dispositivos acessíveis** – A Logitech leva a sério o conceito de desenvolvimento de produtos para conferência fáceis de instalar e prontos para usar. O resultado é uma instalação tranquila para o departamento de TI e uma experiência agradável para os usuários finais. Diversas opções de montagem, aliadas a um gerenciamento de fios discreto, permitem que os dispositivos sejam posicionados de forma conveniente dentro da sala, com um design mínimo e não intrusivo.



Suporte – A natureza descomplicada dos dispositivos de videoconferência da Logitech permite que administradores de TI forneçam suporte de alta qualidade

Com o aumento das condições híbridas de trabalho, o departamento de TI passou a trabalhar não só em salas de reunião e escritórios familiares, como também em casas e estações de trabalho individuais desconhecidas. Os produtos da Logitech são desenvolvidos de forma a não causar transtorno aos funcionários na hora da adoção e aos engenheiros na hora do suporte.

- **O Logitech Sync oferece um gerenciamento remoto de fácil utilização** – O Sync é uma ferramenta útil que permite que o departamento de TI configure e gerencie salas de conferência, dispositivos e softwares a partir de qualquer lugar. A Wainhouse também se impressionou com os recursos independentes da ferramenta na plataforma de videoconferência, permitindo um gerenciamento de dispositivos holístico.
- **A Logitech oferece suporte global gratuito** – O mesmo pode ser dito de poucos parceiros de soluções de videoconferência. Na nossa opinião, isso significa que, quando a situação exige uma equipe de TI remota, ou até mesmo a solução de problemas com o dispositivo da parte do usuário final, a Logitech é capaz de fornecer um suporte acessível a qualquer hora, em qualquer lugar do mundo.



Aquisição – A Logitech conta com uma disponibilidade global de produtos em mais de 100 países e distribuição em mais de 3.000 revendedores

É provável que os compradores de TI considerem que a Logitech seja o parceiro de videoconferência mais fácil de adquirir. Ao testar as opções de aquisição, a Wainhouse encontrou opções de compra de soluções de videoconferência da Logitech em todos os países e regiões pesquisados.

- **Os produtos da Logitech estão disponíveis em praticamente qualquer lugar** – Os produtos são distribuídos em mais de 100 países no mundo todo, através de parcerias estratégicas com fabricantes de computadores de alto nível.
- **A disponibilidade dos produtos em diversos canais fornece mais opções para a sua estratégia de aquisição** – Os produtos estão disponíveis em inúmeros canais, como varejo, revenda direta no mercado e revenda com valor agregado.

Resumo e etapas seguintes

Lembre-se de que esta abordagem de stakeholder principal pretende ser um filtro inicial no processo de seleção de tecnologias de videoconferência. Como você pôde observar com o uso da Logitech como exemplo, a Wainhouse recomenda essa abordagem como uma forma eficiente de encontrar parceiros de videoconferência que possam ajudar você a alcançar seus maiores objetivos comerciais.

Dada essa valiosa informação, é importante fazer o seguinte:

- Envolver esses quatro stakeholders nas etapas iniciais do processo
- Acrescentar mais questões exploratórias, conforme a sua situação
- Incluir parceiros de videoconferência que ajudam você a alcançar seus objetivos comerciais no nível seguinte do seu processo de revisão de fornecedores

Caso tenha se interessado pelas soluções de videoconferência da Logitech, você pode começar esse processo visitando <https://www.logitech.com/vc> para conferir mais recursos e suporte.

¹ Wainhouse Research, outubro de 2019

² "Living, working and COVID-19: First findings – April 2020," Fundação Europeia para a Melhoria das Condições de Vida e de Trabalho, publicado em 6 de maio de 2020, <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2020/living-working-and-covid-19-first-findings-april-2020>

³ "Remote Work Increasing Exponentially Due to COVID-19," Netskope, publicado em 16 de março de 2020, <https://www.netskope.com/blog/remote-work-increasing-exponentially-due-to-covid-19>



SOBRE A LOGITECH

A Logitech cria produtos que têm um lugar cotidiano na vida das pessoas, conectando-as às experiências digitais com as quais se preocupam. Há mais de 35 anos, a Logitech começou a conectar pessoas através de computadores, e agora é uma empresa multimarca que cria produtos que unem pessoas através de música, jogos, vídeo e computação. As marcas da Logitech incluem **Logitech**, **Logitech G**, **ASTRO Gaming**, **Streamlabs**, **Ultimate Ears**, **Jaybird** e **Blue Microphones**. Fundada em 1981, e com sede em Lausanne, Suíça, a Logitech International é uma empresa pública suíça listada no SIX Swiss Exchange (LOGN) e no Nasdaq Global Select Market (LOGI). Encontre a Logitech em logitech.com, no [blog da empresa](#) ou em [@Logitech](#).

SOBRE A WAINHOUSE RESEARCH

A Wainhouse fornece pesquisas e análises aprofundadas que ajudam você a ter uma perspectiva mais clara sobre o mercado, tecnologias e serviços para comunicações e colaborações no local de trabalho. Os analistas da Wainhouse são especialistas no setor de soluções de voz e vídeo, colaboração em equipe e dispositivos, serviços e aplicativos de transmissão. A nossa experiência tem como base um dos mais abrangentes conjuntos de dados e modelos do mundo. Combinados com a nossa especialidade no setor, nossos dados de marketing fornecem previsões aprofundadas, insights empresariais e avaliações objetivas de produtos que captam o estado atual do setor e antecipam as direções que serão tomadas no futuro. Conteúdo e detalhes adicionais estão disponíveis em <https://insight.wainhouse.com/> e www.wainhouse.com/intro

SOBRE O PESQUISADOR

Craig Durr é analista sênior da Wainhouse Research, com foco nas tecnologias e soluções de colaboração na sala de reuniões. Ele realiza pesquisas sobre dimensionamento e previsões de mercado, avaliações de produtos e serviços, tendências de mercado e expectativas do usuário final e do comprador. Craig possui dezenove anos de experiência em funções de liderança relacionadas ao desenvolvimento de produtos, planejamento estratégico, gerenciamento de P&L, definição de proposição de valor e desenvolvimento comercial de ofertas de segurança, SaaS e Comunicação Unificada. A experiência de Craig inclui papéis na Poly, Dell, Microsoft e IBM. Você pode entrar em contato com Craig em cdurr@wainhouse.com.