

Come scegliere il partner di videoconferenza ottimale tra molti fornitori di tecnologia

Un prospetto pratico per la selezione di una soluzione
di videoconferenza che favorisce l'evoluzione delle
sedi di lavoro moderne

Whitepaper sponsorizzato da:

logitech

Ieri e oggi: la videoconferenza dimostra il suo valore

Anche prima della pandemia del 2020, la videoconferenza si preparava a diventare uno strumento vitale per il lavoro moderno. A livello business, la videoconferenza ha dimostrato che può contribuire agli obiettivi organizzativi come il coinvolgimento dei dipendenti, la riduzione dei costi e l'implementazione di comunicazioni migliori. Per i singoli la videoconferenza è un fattore riconosciuto di miglioramento della produttività, perché integra in modo ottimale le riunioni. In un'inchiesta condotta da Wainhouse Research presso 1400 intervistati, l'aspettativa principale degli utenti in merito alle videoconferenze era la possibilità che queste li aiutassero a lavorare in modo più efficiente.¹ Gli intervistati si attendevano dall'interazione in video una collaborazione più completa, comunicazioni più chiare e connessioni umane più realistiche. Tutti questi elementi erano a loro volta visti come fattori per il miglioramento dei risultati delle riunioni.



COSA SI ASPETTANO I TUOI UTENTI DALLA VIDEOCONFERENZA?

In un'indagine Wainhouse, l'aspettativa principale degli utenti in merito alle videoconferenze era la possibilità che queste li aiutassero a lavorare in modo più efficiente.

Le attese per il miglioramento delle riunioni si applicavano a qualsiasi spazio di lavoro. Dai desktop individuali alle soluzioni per sale dotate di dispositivi audio e video, la videoconferenza aiutava i team a incrementare la produttività delle riunioni, ovunque si trovassero i partecipanti.

Ma il vero potenziale della videoconferenza è apparso all'inizio del 2020. Alla fine di aprile, quando la pandemia di COVID-19 era iniziata da poche settimane, la percentuale di persone in Europa che lavorava da casa era già passata dal 5% della forza lavoro al 40% circa, moltiplicandosi per otto.² In modo analogo, negli Stati Uniti, più di due terzi dei lavoratori stava lavorando da casa.³ I dipendenti tentavano di rimanere in contatto con i colleghi, mentre i dirigenti lavoravano per garantire la continuità dell'attività delle aziende. Come era prevedibile, il mondo intero si è affidato alla videoconferenza per affrontare questo scenario inedito, e l'adozione di questa soluzione, che già si stava diffondendo nelle aziende moderne, è stata accelerata di cinque/otto anni.

Senza dubbio oggi la videoconferenza assume una nuova importanza. Per molte aziende le soluzioni video evolvono da veicolo di semplificazione del business a strumento integrato nel business, e a volte diventano il business stesso.

Come hanno funzionato le tue soluzioni per la videoconferenza in questo lasso di tempo?

Spinti dalla crescita esponenziale degli utenti e dei casi d'uso imprevedibili, i decision maker IT (ITDM) hanno dovuto adattare le soluzioni di videoconferenza alla dinamica della situazione contingente. Alcuni hanno ottenuto risultati ottimali, altri risultati meno soddisfacenti. Molti ITDM si sono resi conto che alcuni vendor semplicemente non erano in grado di offrire il valore adeguato in uno scenario in evoluzione, nel quale le esigenze operative possono cambiare da un momento all'altro.

Ma non è il caso di perdersi d'animo. Secondo Wainhouse, questa presa di decisioni in un orizzonte temporale limitato ha consentito agli ITDM di definire in modo più preciso ciò che si aspettano dalle soluzioni di videoconferenza. I vendor dovrebbero offrire molto di più di una semplice connessione video. Dovrebbero supportare gli ITDM come un partner tecnologico affidabile, che contribuisca al successo dell'azienda nella "prossima normalità" di quello che sarà l'ambiente di lavoro del futuro.

Qual è la differenza tra un partner tecnologico per le videoconferenze e un semplice vendor? A livello base, un partner tecnologico si differenzia da un vendor perché offre qualcosa in più delle specifiche di base (ad esempio, video e audio e un livello di prezzo interessante) e contribuisce a un numero maggiore di obiettivi aziendali.

Tutto chiaro, ma in che modo l'ITDM può rendere operativa questa distinzione? Non è possibile aggiungere al bando RFP "il vendor deve creare maggior valore per il business" e attendere di ricevere risposte sulle quali basare le iniziative. Per soddisfare questa esigenza Wainhouse ha creato il seguente prospetto, per trasformare le idee e le categorie in concetti applicabili alla realtà.

Prospetto per gli stakeholder chiave – Selezione di una soluzione per la videoconferenza

Anche se ogni organizzazione ha caratteristiche uniche, secondo l'esperienza di Wainhouse il primo passo nella selezione di un fornitore è il filtraggio delle opzioni con una prima linea di verifica efficiente, prima di dedicare tempo ed energia a un'analisi più approfondita.

A tale scopo Wainhouse ha creato un prospetto per gli stakeholder chiave, che aiuta gli ITDM a determinare quando un vendor di videoconferenza soddisfa, almeno sulla carta, le specifiche base o quando le supera e dimostra caratteristiche proprie di un partner tecnologico affidabile. Per raggiungere questo obiettivo, il nostro prospetto ti aiuta a valutare le capacità di un vendor di videoconferenza associandole alle esigenze di quattro stakeholder chiave.

Per ogni gruppo identifichiamo un argomento principale e proponiamo una serie di domande che ti aiuteranno a valutare le tue esigenze operative. Quando analizzi il prospetto, ti invitiamo ad approfondire le risposte immediate e a definire esempi di come il vendor può offrire maggior valore ai tuoi stakeholder. In particolare abbiamo creato questo prospetto pensando al futuro del lavoro e, ove applicabile, indichiamo qual è l'effetto del COVID-19 sullo stato degli stakeholder. I quattro stakeholder, o parti in causa, e i loro attributi principali sono i seguenti: l'organizzazione e la sua necessità di adattarsi, gli utenti e il loro desiderio di essere coinvolti, gli amministratori IT e i loro requisiti per il supporto e i buyer IT e le loro esigenze di approvvigionamento.



Tieni presente che questo prospetto è solo un filtro iniziale per la tecnologia di videoconferenza. Se un vendor candidato dimostra di soddisfare questi requisiti, può essere preso in considerazione per un'analisi più approfondita.



L'azienda come stakeholder – quali sono le esigenze della tuo organizzazione oggi? Come potrebbero evolvere in futuro?

Il nodo della questione è se la gamma di soluzioni del partner è in grado di soddisfare le esigenze aziendali, adattandosi all'evoluzione dell'ambiente operativo. Fino a poco tempo fa, un ITDM si limitava a rilevare se un vendor disponeva di soluzioni per sale conferenze di piccole, medie e grandi dimensioni. Un vendor risultava interessante se era anche in grado di risolvere le problematiche del lavoro in remoto. Oggi, tuttavia, il vendor ideale deve includere anche opzioni per le aree di lavoro ibride del futuro, che continueranno a cambiare man mano che i dipendenti tornano in ufficio.

Lo spazio di lavoro è solo una delle aree possibili per l'evoluzione rapida. È anche necessario analizzare l'integrazione dei dispositivi con gli altri investimenti effettuati nell'ambiente di comunicazione integrato. E determinare se il vendor limita l'organizzazione a un solo servizio di videoconferenza, con opzioni che possono ostacolare la trasformazione delle soluzioni in futuro.



ARGOMENTI DI CONVERSAZIONE

Il vendor dispone di una gamma in grado di supportare aree di lavoro di diverso tipo, come spazi per gruppo, sale di piccole dimensioni, uffici domestici, soluzioni con dispositivi mobili?

I dispositivi per la videoconferenza (VC) funzionano nella mia soluzione per comunicazioni unificate (UC)?

I dispositivi per la videoconferenza sono vincolati a un unico servizio di videoconferenza o a un'unica suite UC?

Qual è il processo per passare a un altro servizio di videoconferenza o a un'altra suite UC?



VENDOR (SODDISFA I REQUISITI)

- Il vendor dispone di soluzioni per le aree di lavoro comuni, ma non dispone di prodotti per altri tipi di aree. Riadatta i prodotti già disponibili alle nuove aree di lavoro.

- Funziona con le suite UC esistenti ma potrebbe non essere certificato dalla suite UC.

- L'hardware è limitato a un unico servizio di videoconferenze.
- Il vendor non ti consente di modificare i servizi di videoconferenza.



PARTNER (SUPERA I REQUISITI)

- Dispone di prodotti su misura per soluzioni domestiche, di ufficio e mobili.

- È certificato dalla suite UC come partner per le soluzioni.

- L'hardware del partner è pronto all'uso e preconfigurato per un determinato servizio di videoconferenza, ma può essere predisposto per altri servizi VC se lo desideri.

Conclusione principale – Devi trovare un portafoglio di soluzioni per desktop e sale riunioni con una relazione prezzo/prestazioni ottimale e articolata, in grado di offrire la soluzione adeguata per qualsiasi tipo di spazio. Se ti concentri sulle soluzioni video dal costo contenuto, queste potrebbero non essere scalabili nell'intera organizzazione. Le funzionalità nelle soluzioni più complete potrebbero non essere necessarie in tutti gli ambienti, e se utilizzate per tutti gli spazi di lavoro potrebbero creare costi eccessivi. Inoltre gli ITDM devono prestare attenzione alle limitazioni del servizio di videoconferenza, per le quali alcuni dispositivi potrebbero essere in grado di funzionare solo con determinati servizi.



HAI BISOGNO DI FLESSIBILITÀ PER LE COMUNICAZIONI UNIFICATE?

Nell'indagine Wainhouse 2019 svolta presso i decision maker IT, la maggior parte delle aziende globali di grandi dimensioni ha dichiarato che utilizza un ambiente operativo con **tre o più vendor di soluzioni per le riunioni**.



Gli utenti come stakeholder – Cosa è necessario per promuovere l'utilizzo di queste soluzioni?

Questa serie di domande è incentrata sugli utenti e su come coinvolgere questo gruppo per accelerare l'adozione delle tecnologie di videoconferenza. In molte istanze la domanda chiave è: la soluzione risulta accessibile per l'utente finale?



ARGOMENTI DI CONVERSAZIONE



VENDOR (SODDISFA I REQUISITI)



PARTNER (SUPERA I REQUISITI)

<p>Qual è il grado di conoscenza del marchio da parte dell'utente finale?</p> <p>Gli utenti finali hanno esperienze dirette con altri prodotti di questo vendor?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • È possibile che gli utenti conoscano il marchio, ma non lo utilizzano in altre aree del loro lavoro. • Ad esempio, vedono il marchio solo nelle sale conferenze di grandi dimensioni. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gli utenti finali conoscono il marchio, perché vedono e utilizzano i prodotti del marchio in diverse aree di lavoro, sia in ufficio che quando lavorano in remoto.
<p>Quale grado di formazione o istruzione è necessario per rendere produttivo un utente che si avvicina ai prodotti per la prima volta?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'interfaccia utente è specifica per le soluzioni per ambienti, pertanto richiede un certo grado di formazione perché gli utenti acquisiscano familiarità. • Il vendor completa le istruzioni con procedure disponibili nella sala o sullo schermo. 	<ul style="list-style-type: none"> • I dispositivi del partner utilizzano interfacce utente native per il servizio di videoconferenza che hai scelto. • Di conseguenza, le soluzioni per ambienti richiedono una formazione minima o nessuna formazione, perché i flussi di lavoro per attività come l'avvio di una riunione o la condivisione di contenuti sono comuni ai casi d'uso della soluzione sul desktop o nella sala riunioni.
<p>Che cosa deve fare l'utente finale per regolare l'audio o la videocamera per le diverse condizioni di videoconferenza?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • I prodotti del vendor utilizzano opzioni di regolazione manuale durante la chiamata o utilizzano tecnologie di regolazione automatica, ma queste situazioni vengono notate dai partecipanti alla riunione. • Gli esempi includono regolazioni per segnale video intermittente o per livelli del microfono non uniformi. 	<ul style="list-style-type: none"> • I dispositivi del partner includono una tecnologia smart che effettua le regolazioni automaticamente. • Alcuni esempi sono videocamere che inquadrano automaticamente il gruppo nella sala tramite transizioni uniformi, o microfoni beamforming che acquisiscono tutte le voci in modo uniforme.
<p>Nelle sale riunioni, quali sono i diversi dispositivi di cui dispone l'utente per controllare una videoconferenza?</p> <p>Sono dispositivi intuitivi o risultano complessi?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Il controllo della sala è limitato a un'unica opzione, come un telecomando. • Spesso tutte le azioni gestite dal telecomando appaiono sul monitor a tutti i partecipanti, creando una situazione non agevole per chi aziona il telecomando. 	<ul style="list-style-type: none"> • I responsabili delle riunioni hanno varie opzioni per gestire la riunione, tra cui un controllo da tavolo che rende le opzioni di gestione più discrete e non visibili all'intera sala.

Conclusione principale – L'accessibilità dell'hardware per videoconferenze è un requisito primario. I dispositivi devono essere noti e garantire un funzionamento intuitivo. Inoltre le soluzioni per le sale conferenze devono garantire metodi completi per il controllo dei sistemi, come console da tavolo o dispositivi personali.

Ancor più importante: il flusso di lavoro e le interfacce utente devono essere simili tra le diverse aree di videoconferenza. Dal desktop alla sala conferenze agli spazi di lavoro mobili, un partner tecnologico idoneo è in grado di abilitare interfacce comuni, che consentono agli utenti di affidarsi con tranquillità alle soluzioni tecnologiche.

Contesto COVID-19 – Mentre un numero crescente di collaboratori torna in ufficio con accordi di lavoro di tipo ibrido, cresce l'attenzione per gli aspetti della sicurezza e dell'igiene. Nelle sale conferenze, questi obiettivi sono raggiungibili tramite funzionalità dei dispositivi come videocamere intelligenti e controlli vocali, che riducono l'esigenza di toccare superfici condivise. Se queste funzionalità sono importanti per i tuoi stakeholder, assicurati che soddisfino anche i criteri di accessibilità.



IL COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI È IMPORTANTE?

Secondo uno studio portato a termine dalla Kenan-Flagler Business School della University of North Carolina, le organizzazioni con un coinvolgimento dei dipendenti superiore alla media hanno registrato in un periodo di tre anni una crescita degli utili **2,3 volte maggiore** rispetto alle società con un coinvolgimento dei dipendenti nella media.



Gli amministratori IT come stakeholder – Cosa è necessario per la manutenzione di queste soluzioni?

È probabile che questo stakeholder abbia pronto un elenco completo di requisiti. Di conseguenza il nostro prospetto di convalida iniziale non si concentrerà sulle esigenze specifiche dell'amministratore IT, bensì su come e quando il vendor è in grado di garantire il massimo grado di continuità operativa. È necessario considerare anche i costi occulti che comporta la collaborazione con un vendor per supportare le soluzioni del vendor stesso.



ARGOMENTI DI CONVERSAZIONE

Il vendor è in grado di offrire monitoraggio e gestione con tool nativi?

Come si integrano i tool del vendor con le altre soluzioni di gestione?



VENDOR (SODDISFA I REQUISITI)

- Il monitoraggio è disponibile ma potrebbe avere dipendenze limitanti, come nel caso delle soluzioni esclusivamente locali.
- Il monitoraggio può anche comportare costi per abilitare determinate caratteristiche o per espandere il numero di dispositivi monitorati.



PARTNER (SUPERA I REQUISITI)

- Il monitoraggio è disponibile in formati pratici, ad esempio nel cloud, senza dipendenze di altro tipo per l'hardware locale.
- Le funzionalità non dipendono da canoni con costo aggiuntivo.
- Gli strumenti di gestione del partner includono API che consentono l'interazione con altri tool di gestione.



ARGOMENTI
DI CONVERSAZIONE



VENDOR
(SODDISFA I REQUISITI)



PARTNER
(SUPERA I REQUISITI)

Quali sono i termini di garanzia per la sostituzione dell'hardware?

- Il vendor offre la sostituzione dell'hardware per un massimo di un anno.

- Il partner offre la sostituzione dell'hardware oltre il limite massimo di un anno.

Che grado di manutenzione fisica è richiesto per la gestione dei dispositivi?

- Per i dispositivi sono previste procedure di gestione che devono essere eseguite in persona da tecnici IT, quali la verifica delle connessioni o l'inventario delle periferiche.

- I dispositivi sono in grado di segnalare il proprio stato a console di gestione remota e hanno la capacità remota adeguata per implementare le modifiche necessarie.

Il supporto del vendor è un servizio a pagamento?

Esistono limiti geografici o di orario per il supporto?

- Il vendor offre supporto, ma la risoluzione dei problemi approfondita può richiedere contratti di manutenzione aggiuntivi.
- La copertura geografica o le limitazioni di orario commerciale possono aggiungere costi ai servizi di supporto.

- Il supporto gratuito non è limitato dalla geografia né associato a contratti di servizio.

Conclusione principale – Dagli strumenti di gestione ai servizi di supporto e sostituzione hardware, tutti gli aspetti fanno parte dei programmi di manutenzione olistica. Usa questa sezione come un metodo efficiente per determinare di cosa hanno bisogno i tuoi amministratori IT per supportare in modo ottimale il tuo investimento nella videoconferenza.

Contesto COVID-19 – Come risultato della pandemia, la tua soluzione di videoconferenza dovrà essere distribuita a livello geografico, con più implementazioni remote e potenzialmente con più sale conferenze. I programmi di manutenzione dei partner devono essere non solo olistici, ma anche accessibili a tutti i tuoi dispositivi, ovunque siano utilizzati.



I buyer IT come stakeholder – Cosa è necessario per approvvigionarsi delle tecnologie necessarie per un organico distribuito?

Oltre a offrire un prezzo e condizioni di utilizzo interessanti, il partner di videoconferenza ideale dovrebbe avere soluzioni acquistabili tramite una vasta gamma di canali e facilmente distribuibili ai collaboratori, ovunque si trovino. Questo deve valere tanto per i dipendenti che lavorano in più edifici dello stesso complesso, quanto per i dipendenti che lavorano in molti paesi e aree geografiche diverse.



ARGOMENTI DI CONVERSAZIONE

I prodotti sono disponibili nelle sedi dei tuoi utenti finali?

Sono disponibili diverse opzioni di canale per supportare la strategia di vendor management del tuo buyer IT?



VENDOR (SODDISFA I REQUISITI)

- Il vendor è caratterizzato da una disponibilità geografica limitata.
- Si basa sulla distribuzione multilivello o presenta spese di spedizione extra per la consegna di prodotti in tutte le aree.

- Disponibile tramite un solo tipo di partner di distribuzione (ad esempio i VAR, Value Added Reseller).



PARTNER (SUPERA I REQUISITI)

- Il partner ha una distribuzione adeguata di prodotti, corrispondente alla distribuzione geografica della tua attività.

- I prodotti sono distribuibili tramite diversi tipi di canali di acquisto: VAR, integratori di sistemi, retailer online specializzati, nonché canali retail consumer o prosumer.

Conclusione principale – Assicurati di essere in grado di offrire i dispositivi in tutte le aree in cui è presente l'organizzazione. Ricorda che probabilmente il tuo buyer IT ha una sua strategia di approvvigionamento, e che un partner con opzioni di acquisto e capacità di distribuzione articolate può aiutare anche questo stakeholder a raggiungere i suoi obiettivi.

Contesto COVID-19 – La situazione del COVID-19 non ha solo stimolato una crescita esponenziale del lavoro in remoto. Wainhouse ha notato che le aziende utilizzano in modo crescente gli uffici satellite, per ridurre la densità negli uffici e supportare ambienti di lavoro ibridi e più sicuri.



40K – LAVORARE IN REMOTO SIGNIFICA SEMPRE LAVORARE DA CASA?

In Giappone uno studio condotto su 40.000 persone dal Ministero di Infrastrutture, Trasporti e Turismo ha concluso che **il luogo più comune per il telelavoro è un ufficio satellite.**

Logitech: un partner affidabile per le soluzioni di videoconferenza

Sulla base del prospetto per stakeholder chiave, Wainhouse Research considera Logitech un esempio perfetto di partner tecnologico per le videoconferenze. In breve, Logitech dispone di una gamma di prodotti adatta ad aziende di qualsiasi dimensione, dalla piccola azienda con pochi uffici e lavoratori in remoto all'azienda globale con migliaia di sale conferenze. Le soluzioni Logitech hanno un prezzo competitivo e una scalabilità ottimale, e offrono esperienze audio e video di qualità eccezionale.

Wainhouse Research ha analizzato Logitech in base al prospetto presentato in questo articolo e ha evidenziato gli aspetti principali elencati di seguito.



Adattabilità – Le soluzioni per videoconferenze Logitech si adattano alle variazioni delle esigenze delle organizzazioni

Logitech ha dimostrato nel corso degli anni che è in grado di soddisfare casi d'uso sia personali che di gruppo per le videoconferenze. I dispositivi Logitech sono indipendenti dalla piattaforma e configurabili con una vasta gamma di servizi per la videoconferenza. Inoltre consentono agli utenti di operare in flussi di lavoro UC che già conoscono. Non è necessario introdurre da zero nuove soluzioni hardware ogni volta che si presenta un nuovo caso d'uso (come il lavoro in remoto) o che l'azienda prende in considerazione una nuova suite UC.

- **Logitech dispone di un'ampia gamma di soluzioni per la videoconferenza** – Dall'ufficio domestico alla piccola sala conferenze, dal desktop alla sala riunioni principale dell'azienda, Logitech offre una soluzione di videoconferenza per qualsiasi caso d'uso. Wainhouse ha rilevato non solo la copertura integrale di casi d'uso sia personali che di gruppo, ma anche il fatto che Logitech offre sia soluzioni di videoconferenza dedicate e basate su PC, sia soluzioni che consentono l'integrazione di dispositivi esterni (BYOD, bring-your-own-device).
- **Grande ecosistema di partner che ne riconoscono e apprezzano la qualità** – Logitech è da anni un key player che collabora leader del settore come Microsoft, Zoom e Google. Queste relazioni di fiducia hanno creato una conoscenza approfondita del campo, che consente a Logitech di offrire esperienze video ancora migliori di quelle di altri fornitori con programmi di partnership simili.
- **Funzionamento su più sistemi operativi e con diversi servizi di videoconferenza** – L'esperienza video Logitech non è associata a un unico sistema operativo. È compatibile con le principali piattaforme di software e servizi, come MacOS, iOS, Windows 10 e Android, per supportare la tua scelta.



Popolarità – Il portafoglio di soluzioni Logitech è sinonimo di affidabilità per gli utenti finali

Una delle caratteristiche principali di Logitech è il fatto che il marchio è conosciuto a tutti i livelli dell'azienda. Gli utenti finali cercano prodotti facili da utilizzare e in grado di soddisfare le loro esigenze, quali un'illuminazione migliore, angoli di inquadratura ottimali e riduzione del rumore. Logitech è uno dei pochi partner di videoconferenza in grado di combinare la soddisfazione degli utenti e le esigenze dell'azienda.

- **Soddisfa o supera le attese degli utenti** – Mentre un numero crescente di utenti si avvicina alle soluzioni videoconferenza per le attività lavorative quotidiane, le attese si incentrano su prodotti affidabili, comodi e facili da utilizzare in tutti gli ambienti di lavoro: a casa, in ufficio e in remoto. Logitech ha organizzato le proprie tecnologie audio e video per offrire un'esperienza della massima qualità in tutti questi casi d'uso.
- **Logitech non offre funzionalità, ma esperienze complete** – Secondo Wainhouse, anziché concentrarsi solo sulle funzionalità dei prodotti, Logitech continua a reinventare la collaborazione video e a creare esperienze che risultano familiari e naturali per qualsiasi utente e organizzazione. Ad esempio, Logitech non si limita a prendere in

considerazione l'inquadratura automatica. Invece sviluppa la tecnologia RightSense, che consente all'utente di ignorare la regolazione delle varie opzioni della videocamera e di concentrarsi meglio sulla riunione in corso.

- **Funzionalità di installazione semplificate per dispositivi più accessibili** – Logitech ha raggiunto l'obiettivo di offrire prodotti per videoconferenze facili da installare e pronti all'uso. Il risultato è un'installazione senza problemi per i tecnici IT e un'esperienza gradevole per gli utenti finali. Varie opzioni di montaggio e una gestione ottimale dei cablaggi consentono di posizionare i dispositivi nel punto più adatto della sala, con una disposizione minimale ed elegante.



Supporto – La facilità di utilizzo e le qualità intuitive dei dispositivi per la videoconferenza Logitech consentono agli amministratori IT di garantire un supporto di miglior qualità

Negli scenari di lavoro ibridi i tecnici IT sono in grado di fornire assistenza nelle sale riunioni e negli uffici che conoscono, ma anche nelle case e sulle postazioni di lavoro che non conoscono. Logitech crea i suoi prodotti con un approccio che ne consente l'adozione istantanea da parte

dei dipendenti e un supporto senza problemi per i tecnici.

- **Logitech Sync offre una gestione remota semplice e intuitiva** – Sync è uno strumento intelligente, che consente al personale IT di equipaggiare e gestire sale conferenze, dispositivi e software da qualsiasi luogo. Wainhouse apprezza anche le caratteristiche di indipendenza dalla piattaforma dello strumento, che consentono una gestione olistica dei dispositivi.
- **Logitech dispone di supporto gratuito e globale** – Non molti partner per le videoconferenze possono vantare questo tipo di servizio. Dal nostro punto di vista ciò significa che quando la situazione richiede la risoluzione dei problemi dei dispositivi da parte dello staff IT o anche dell'utente finale, Logitech offre un supporto accessibile in qualsiasi momento e ovunque nel mondo.



Approvvigionamento – Logitech offre la disponibilità completa di prodotti in oltre 100 paesi e la distribuzione con oltre 3000 rivenditori

I buyer IT scopriranno che Logitech è uno dei partner di videoconferenza che rendono più facile l'approvvigionamento. Durante il test delle opzioni di approvvigionamento, Wainhouse è riuscita a trovare opzioni di acquisto per le soluzioni di videoconferenza Logitech in tutti i paesi sottoposti a test.

- **Logitech offre la disponibilità dei suoi prodotti praticamente ovunque** – I prodotti sono distribuiti in oltre 100 paesi del mondo, grazie a partnership con produttori leader di PC.
- **L'accessibilità ai prodotti su più canali significa un maggiore numero di opzioni per raggiungere gli obiettivi di approvvigionamento** – I prodotti sono disponibili tramite diversi canali, come la vendita al dettaglio, i rivenditori DMR e i rivenditori VAR.

Riepilogo e passi successivi

Tieni presente che questo prospetto per stakeholder chiave è solo un filtro iniziale per la tecnologia di videoconferenza. Come puoi vedere nell'esempio di Logitech, Wainhouse raccomanda questo approccio come un metodo efficiente per individuare partner per la videoconferenza che ti consentano di raggiungere i tuoi obiettivi operativi su larga scala.

Sulla base di queste utili informazioni, è importante procedere nel modo seguente:

- Coinvolgere questi quattro stakeholder fin dalle fasi iniziali del processo
- Aggiungere ulteriori richieste di informazioni sulla base della situazione dell'azienda
- Includere i partner per la videoconferenza che ti consentono di raggiungere gli obiettivi operativi nel livello successivo del processo di scelta dei vendor

Se sei interessato alle soluzioni per la videoconferenza di Logitech, puoi visitare <https://www.logitech.com/vc> per risorse e supporto.

¹ Wainhouse Research, ottobre 2019

² "Living, working and COVID-19: First findings – Aprile 2020," Fondazione europea per il miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro, pubblicato il 6 maggio 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, pubblicato il 16 marzo 2020 <https://www.netskope.com/blog/remote-work-increasing-exponentially-due-to-covid-19>



INFORMAZIONI SU LOGITECH

Logitech progetta prodotti che trovano spazio nella vita quotidiana delle persone e le collegano alle esperienze digitali importanti. Oltre 35 anni fa, Logitech ha iniziato a connettere le persone tramite i computer, e ora è una società con più marchi, che progetta prodotti per unire le persone attraverso musica, giochi, video e informatica. I marchi di Logitech includono [Logitech](#), [Logitech G](#), [ASTRO Gaming](#), [Streamlabs](#), [Ultimate Ears](#), [Jaybird](#) e [Blue Microphones](#). Fondata nel 1981 e con sede a Losanna, Svizzera, Logitech International è una società quotata in borsa presso il SIX Swiss Exchange (LOGN) e il Nasdaq Global Select Market (LOGI). Visita Logitech all'indirizzo [logitech.com](https://www.logitech.com), nel [blog dell'azienda](#) o su [@Logitech](#).

INFORMAZIONI SU WAINHOUSE RESEARCH

Wainhouse produce ricerche e analisi approfondite che ti offrono una prospettiva chiara sul mercato, le tecnologie e i servizi per le comunicazioni e la collaborazione negli spazi di lavoro. Gli analisti di Wainhouse sono esperti nel settore della collaborazione dei team aziendali tramite applicazioni voce e video e delle applicazioni di streaming, dei servizi e dei dispositivi. La nostra esperienza si basa su un modello e un set di dati tra i più completi del mondo. La nostra esperienza nel settore e i nostri dati sul mercato vengono integrati per offrire analisi approfondite, insight aziendali e valutazioni oggettive di prodotti che illustrano lo stato attuale del settore e ne prevedono i trend futuri. Contenuto e dettagli aggiuntivi sono disponibili su <https://insight.wainhouse.com/> e www.wainhouse.com/intro

INFORMAZIONI SU RICERCATORE

Craig Durr è Senior Analyst presso Wainhouse Research e si dedica in particolare alle tecnologie e alle soluzioni di collaborazione per le sale riunioni. Esegue indagini e previsioni su dimensioni dei mercati, valutazioni di prodotti e servizi, tendenze del mercato e aspettative degli utenti finali e dei buyer. Craig vanta 19 anni di esperienza in ruoli di leadership associati a sviluppo di prodotti, pianificazione strategica, gestione dei profitti e perdite, definizione delle proposte di valore e sviluppo commerciale delle offerte di sicurezza, SaaS e Unified Communications. L'esperienza di Craig include posizioni in Poly, Dell, Microsoft e IBM. Puoi contattare Craig all'indirizzo cdurr@wainhouse.com.