

Vanskelige tider krever en ny måte å arbeide på

Av Fredrik Halvorsen, konsernsjef i TANDBERG



Vanskelige tider krever at det brytes med tidligere praksis. I disse krevende tider blir selskaper tvunget til å kutte ned på reisevirksomhet, slik at det blir færre møter med partnere, kundearrangementer og sammenkomster for de ansatte. Men effektivt samarbeid og styrkede kundeforhold er nødvendig for å ri av stormen, og slik blir kommunikasjon helt avgjørende. Kutt i budsjetter og et økt behov for kommunikasjon fører til en kommunikasjonsløft.

Columbia-professor Amar Bhide sa nylig følgende i en artikkel i BusinessWeek: "[Nedgangstider] stimulerer ofte til å innføre nye teknologier. Tiåret med størst produktiv vekst i det 20. århundre var 1930-årene. I 1930-årene ble det tatt i bruk en rekke teknologier som ble utviklet i 1920-årene, fordi folk så etter nye måter å øke produktiviteten på." Når dagens finanskriser er tilbakelagt, vil selskaper som har fjernet kommunikasjonsløften, bli denne generasjonens vinnere innen forretningsverdenen.

Videokonferanser og Telepresence, sammen med skrivebordsverktøy fra Microsoft og Net 2.0, er teknologier som vil bygge bro over kommunikasjonsløften. Telepresence og videokonferanser, min egen bransje, er ett av få lyspunkter i dagens økonomi fordi de gjør det mulig å gjennomføre den endringen som trengs. Ikke bare en kortsiktig endring for å løse dagens problemer, men en varig endring som vil forandre det globale forretningsmiljøet. Jeg mener at hvis alle visste hva video kunne utrette, ville alle ønsket seg det.

Gjør mer med mindre

Det å gjøre mer med mindre bør alltid prioriteres innen forretningsvirksomhet. Det er bevist at videoteknologi øker sluttresultatet og gir økt investeringsavkastning på bare noen måneder. Men da kan ikke teknologien begrenses til kun styrerom eller direktørkontorer. Selskaper trenger videoløsninger som det er enkelt å plassere ut over hele bedriften slik at alle har tilgang til dem. Det er først når vi skaper samarbeidende fellesskap innen organisasjonene at vi kan erfare de virkelige fordelene ved Telepresence og videokonferanser.

Ta for eksempel TNT, som er en global post- og pakketjeneste. Der ble det tatt i bruk videoteknologi fra administrerende direktør til førstelinjeansatte som en del av Planet Me-programmet for å bli verdens første leverandør av ekspresstransport uten skadelige utslipp. Som følge av dette har selskapet redusert miljøpåvirkningen betraktelig og vil kunne spare nesten 11,5 millioner euro over en fireårsperiode ved å bytte ut kostbar reisevirksomhet med videokommunikasjon ansikt til ansikt. De er dessuten i ferd med å få en investeringsavkastning på 71 %.

Videoteknologiens evne til å erstatte behovet for personlige møter ble faktisk understreket av analytikere fra Gartner tidligere i år, som forutså at i løpet av de neste tre årene vil høyoppløselige videomøteløsninger, slik som TANDBERG tilbyr, erstatte 2,1 millioner flyseter årlig.

Forandre virksomheten

Det er imidlertid mer ved videokonferanse og Telepresence enn å spare penger. Det er inntjente penger og konkurransefortrinn. Ved å eliminere reisetid og tilby ekspertise hvor som helst og når som helst, har organisasjoner blitt inspirert til å innføre nye og mer effektive bedriftsprosesser.

Ta Statoil, ett av verdens største olje- og gasselskaper. Selskapet bruker videokommunikasjon til å knytte plattformer i Norskehavet sammen med supportsentre langs kysten flere hundre mil unna for å hjelpe landstasjonerte eksperter til å diagnostisere problemer raskt. Nå tar det bare to uker for Statoil å løse et problem som de tidligere brukte to måneder på. Denne betydelige reduksjonen i dødtid er uvurderlig.

Vanskelige tider krever en ny måte å arbeide på

Av Fredrik Halvorsen, konsernsjef i TANDBERG



Vodafone har også nytt godt av kostnadsbesparelser og økt produktivitet ved å ta i bruk video. Selskapet har anslått en reduksjon på 25 % i antallet forretningsreiser over en toårsperiode, som fører til et tosifret millionbeløp i kostnadsbesparelser. Vodafone anser videokonferanser som et supplement til personlige møter ved samarbeid med regionale og lokale kontorer. Når det dannes nye tjenester, er det omfattende medvirkning på tvers av kontorene under hele utviklings- og produkt-lanseringsprosessen fordi det lokale innholdet er så viktig. Etter hvert som nettverket med videokonferanseutstyr utvides, fører enkel bruk til at selskapene raskere kan ta avgjørelser.

Bruksområdene for video er endeløse for bedriftene. Det alle disse bruksområdene har til felles, er at selskaper som bruker video kan drive nyskaping raskere og mer effektivt ved å kommunisere ansikt til ansikt. Når sted ikke lenger betyr noe, kan vi ta avgjørelser raskere. Vi kan hente inn eksperter til et møte på et øyeblikks varsel, uansett hvor de er. Og vi kan hjelpe kunder, leverandører og andre så snart behovet melder seg.

Bli grønnere

Mennesker velger bevisst video fordi det gjør at de kan arbeide smartere. Fordelene ved Telepresence og videokonferanse er ikke nye, men de er viktigere enn noen sinne. Video er dessuten et verktøy for grønne bedrifter, og kan bidra til å redusere en organisasjons CO₂-fotavtrykk samtidig som bedriftens sosiale ansvar øker og de ansatte blir mer tilfredse.

Hvis én enkelt bedrift lar 100 ansatte jobbe hjemmefra én dag i uken, vil det slippe ut 46,7 tonn mindre CO₂ i atmosfæren hvert år. Det tilsvarer at et skogområde som dekker fem og en halv fotballbaner, bevares. En ny studie viser dessuten at telependlere sier at jobben er mer tilfredsstillende og de har mer lojalitet overfor arbeidsgiverne, de opplever mindre stress og kan balansere arbeid og fritid bedre.

Video er nøkkelen til fornøyde, produktive og tilgjengelige medarbeidere, og det gir sjefene sinnsro fordi de når som helst kan komme i kontakt med sine ansatte ansikt til ansikt. I tillegg til å spare penger og forandre bedriftene, verdsetter både TNT og Vodafone videokonferanser og Telepresence for at de har gjort det mulig å redusere CO₂-utslippet. TNT lanserte videokonferanser som en del av deres Planet Me-program. Med dette programmet har TNT som mål å bli verdens første leverandør av ekspresstransport uten skadelige utslipp. Ved hjelp av TANDBERGS administrasjonssystem for videokonferanser kan Vodafone få oversikt over og måle hva selskapet sparer på forretningsreiser og en påfølgende reduksjon av CO₂-utslipp. Vodafone anslo for regnskapsåret 2007/2008 at bruk av videokonferanseutstyr hadde spart miljøet for over 17 000 tonn CO₂ som følge av færre forretningsreiser.

Fjern kommunikasjonskløften

Som vi har sett tidligere, brukes teknologi på nye måter når det oppstår kriser. Med videokonferanse og Telepresence kan alle komme i kontakt med hverandre innen et globalt videofellesskap med naturlig kommunikasjon ansikt til ansikt. Det er en måte å arbeide på som fjerner kommunikasjonskløften og gjør oss i stand til å fremheve fellesskapene for å ta raskere avgjørelser og best mulig utnytte medarbeidernes styrke.

Video kan også forene organisasjoner. Hos TANDBERG holder vi ca. 75 000 videosamtaler per måned. Alle hos TANDBERG mener oppriktig at hvis alle visste hva video kunne gjøre, så ville de ønsket seg det. Det er den nye måten å arbeide på.

TANDBERG er en ledende global leverandør av Telepresence, høyoppløselige videokonferanseløsninger og mobile video-produkter og -tjenester, med hovedkontorer i både New York og Norge.

TANDBERG designer, utvikler og tilbyr systemer og programvare for video, tale og data. Selskapet tilbyr salg, støtte og verdikjende tjenester i mer enn 90 land over hele verden.

Se www.tandberg.no for mer informasjon.