

Kenniswerkers gebruiken steeds vaker video als communicatiemiddel

Kenniswerkers gebruiken steeds vaker video als communicatiemiddel wanneer zij samenwerken met collega's op afstand. Uit onderzoek in opdracht van werkomgevingspecialist Steelcase blijkt echter dat de omstandigheden waaronder videoconferencing plaatsvindt sterk voor verbetering vatbaar zijn. Mensen worden afgeleid door hun eigen projectie op het scherm, slechte beeld- en geluidskwaliteit en storende omgevingsfactoren. In navolging van de onderzoeksresultaten lanceert Steelcase een aantal nieuwe oplossingsconcepten die het gebruik van videoconferencing optimaliseren.

62 procent van de kenniswerkers werkt regelmatig samen met mensen uit verschillende tijdzones of andere geografische gebieden. "We leven in een verbonden wereld. Bedrijven zijn meer dan ooit van elkaar afhankelijk en mensen die samenwerken hoeven dit al lang niet meer per definitie op dezelfde plek te doen. De

globaliseringstrend zorgt ervoor dat mensen steeds meer samenwerken met collega's verspreid over de hele wereld", aldus Allan Smith, Vice President Marketing van Steelcase. Volgens Smith wordt hiervoor steeds vaker video als ondersteunend communicatiemiddel ingezet. "Kenniswerkers gebruiken meer en

meer video in het zakelijk verkeer. Ze leven en werken virtueel dan ooit tevoren."

De woorden van Smith worden bevestigd door een onderzoek waaruit blijkt dat het zakelijk videoverkeer de afgelopen jaren sterk is toegenomen. Volgens een recent onderzoek van Cisco is bij grote bedrijven zelfs sprake van een jaarlijkse stijging van ruim 70 procent in het videogebruik. De toegenomen technologische mogelijkheden en het feit dat video voor iedereen toegankelijk is geworden, liggen ten grondslag aan de enorme vlucht die video conferencing heeft genomen. Smith: "Het is een flexibel, effectief en relatief goedkoop communicatiemiddel."

Afgeleid door eigen videobeeld

Ondanks dat het gebruik van video sterk is toegenomen, blijkt uit een onderzoek dat Harris Interactive in opdracht van Steelcase uitvoerde dat de omstandigheden waarin dit gebeurt sterk voor verbetering vatbaar zijn. Het onderzoek laat zien dat mensen afgeleid raken wanneer zij zichzelf op video zien. Ruim 70 procent van de medewerkers is zich bewust van zijn eigen verschijning op het scherm terwijl ze deelnemen aan een zakelijke videoconferentie. Een kleine 60 procent van de respondenten geeft aan zich zorgen te maken dat ze er op beeld moe uitzien als gevolg van slechte belichting en





de beperkte kwaliteit van de camera. “Slechte verlichting laat mensen minder voordelig uitkomen, wallen onder de ogen lijken groter of het laat de aandacht naar de neusgaten uitgaan”, schetst Smith het schrikbeeld van velen. “Daarnaast komt het voor dat je niet altijd alle andere deelnemers aan de videoconferentie kunt zien. Of de andere deelnemers zijn juist vol in beeld op een groot scherm, wat een overweldigend effect kan geven. Andere veel voorkomende obstakels zijn een slechte geluidskwaliteit en storende omgevingsfactoren. Al dit soort afleiding komt de productiviteit van de deelnemers en daarmee de effectiviteit van een meeting niet ten goede.”

Technologie en ruimte

In antwoord op de onderzoeksresultaten zet Steelcase in op intuïtieve en dynamische video conferencing oplossingen die privacy en perfecte licht- en geluidsomstandigheden garanderen. Dit heeft geleid

tot oplossingen die naast geavanceerde technologische ondersteuning ook een hoogwaardige ruimte bieden die speciaal is uitgerust en ingericht voor video conferencing.

Zo zijn er werkstations die door de Steelcase Design Studio en IDEO speciaal zijn ontworpen met het oog op één op één interactie, maar die ook eenvoudig geschikt gemaakt kunnen worden voor interactieve meetings met meerdere personen. Deze eenheden zijn uitgerust met een ‘Core Unit’ scherm. De Core Unit omvat alles wat voor de juiste uitvoering en beleving van een videoconferentie nodig is: monitor, microfoon, luidsprekers, processor en een camera. Deze tools zijn allemaal ingebed in een in hoogte verstelbaar scherm zodat de deelnemers ook daadwerkelijk oogcontact met elkaar kunnen maken. De ruimte biedt instelbare belichting, aantrekkelijke achtergronden en een goede akoestiek doordat de buitenkant het ge-

luid weerkaatst terwijl de binnenkant het geluid juist absorbeert.

In een andere toepassing, bouwt Steelcase voort op zijn succesvolle media:scape productlijn. De media:scape heeft zijn kenmerkende ‘puck’ waarmee deelnemers eenvoudig kunnen schakelen tussen data en video. Het bedrijf bouwde een virtuele ‘puck’ voor de iPod en iPhone, waarmee gebruikers geluids- en lichtinstellingen kunnen aanpassen en kunnen switchen naar additionele content en media.

Steelcase wil eveneens oplossingen voor kleine, middelgrote en grote multifunctionele ruimtes in de markt gaan zetten waarmee dankzij video conferencing gemakkelijker content gedeeld kan worden tussen lokale en wereldwijd verspreide teams en die tot doel hebben de prestaties van teams te verbeteren. ■