avaya.de

Leitfaden zur Videokommunikation für leitende Angestellte

Videos verbinden Menschen und Orte

Geschäftsvorteile, die Sie überraschen

Im August 2008 überholte YouTube Yahoo und konnte die zweite Position in der Rangfolge der Suchmaschinen in den USA einnehmen. YouTube verzeichnete 2,6 Mrd. Suchanfragen in diesem Monat.[1] Im Februar 2009 wurden durchschnittlich 7 Millionen Videos in Facebook hochgeladen und 28 Millionen Inhalte freigegeben.[2] Kunden nutzen YouTube, Hulu, Facebook und andere soziale Netzwerke mit Videoschnittstellen, um selbstgemachte Videos ins Internet zu stellen und anzuschauen. Wichtige Schlagzeilen bestehen häufig aus Videoaufzeichnungen, die ein Normalbürger, der das Ereignis hautnah miterlebt hat, an die Medien sendet. Video ist schon längst ein Massenmedium.

Die Bedeutung von Videos für Ihr Unternehmen liegt auf der Hand: Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner akzeptieren Videos als nützliches Tool und erwarten sogar den Einsatz von Videos als Kommunikationsmittel. Durch die Zusammenarbeit über Videoverbindungen in Echtzeit kann Ihr Unternehmen sich den wachsenden Trend zunutze machen, die Effektivität der Teamarbeit steigern, Entscheidungszyklen verkürzen, Beziehungen stärken und natürlich Reisekosten minimieren und zugleich den CO^2-Ausstoß des Unternehmens senken.

Eine einseitige Videokommunikation kann durchaus Ihre Einstellung beeinflussen, jedoch kann Ihre Reaktion nicht in Echtzeit beurteilt werden. Bei zweiseitigen Videokommunikationen handelt es sich um Einzel- und Gruppenvideokonferenzen sowie Telepräsenzkonferenzen (d.h. eine Videobesprechung, bei der die Teilnehmer das Gefühl vermittelt bekommen, mit dem anderen Teilnehmer direkt an einem Tisch zu sitzen). Eine Videokommunikation in beide Richtungen ermöglicht eine Interaktion zwischen Einzelpersonen und Gruppen, so wie es bei einer normalen Unterhaltung der Fall ist und was für den Aufbau von Geschäftsbindungen unbedingt erforderlich ist.

Wenn der Spruch „Sehen gleich Glauben“ wirklich wahr sein sollte, dann fühlen Teilnehmer sich wesentlich mehr in eine Kommunikation eingebunden, wenn die herkömmlichen Audio- und Webkonferenzen um Videoübertragungen ergänzt werden. Lesen Sie weiter, um zu erfahren, wie Sie Ihre Geschäftskommunikation mit Videos verbessern können.

[1] Daten zu Suchmaschinen von ComScore
[2] Facebook-Statistiken http://www.facebook.com/press

Argumente für eine Videokommunikation

Videokommunikationslösungen bieten unmittelbare Vorteile bei der Lösung einiger der wichtigsten Unternehmensherausforderungen. Sie helfen auch dabei, die Geschäftsziele schneller zu erreichen. Viele Unternehmen kennen einige oder alle dieser Probleme, während sie versuchen, die folgenden Aufgaben zu lösen:

- **Senkung der Reisekosten**
  Alle Gelder, die durch die Senkung der Reisekosten eingespart werden, wirken sich direkt auf den Endgewinn aus. In welchem Umfang können Sie Reisekosten durch den Einsatz einer Videolösung vermeiden? Können Sie sie um zehn Prozent senken? Um fünfzehn Prozent? Welche Auswirkungen haben diese Auslagen auf die Unternehmensrentabilität? Es gilt auch, die verringerte Produktivität und verlorene Zeit, die mit Reisen einhergehen, zu berücksichtigen.

- **Angebot eines erstklassigen Kundendiensts**
  Die bemerkenswert realitätsnahe Qualität moderner Videolösungen ermöglicht eine engere und häufigere Interaktion mit Kunden an anderen Standorten. Wenn Sie die Anzahl der High-Touch-Kundeninteraktionen pro Mitarbeiter mithilfe von Videokonferenzen, Videoübertragungen über das Internet direkt auf den PC oder mithilfe eines Self-Service-Videokiosks maßgeblich erhöhen könnten, welche Auswirkungen hätte dies für Ihr Unternehmen?

- **Umsetzung optimierter Geschäftsmodelle**
  Viele Unternehmen vertrauen heute auf Talente, wie z. B. Berater, Mitarbeiter, Partner und Zulieferer, an verschiedenen, entfernten Standorten. Studien haben gezeigt, dass die visuelle Kommunikation doppelt so effektiv ist wie eine ausschließlich verbale Kommunikation, um einen nachhaltigen Lerneffekt verzeichnen zu können. Was wäre, wenn Ihr Team eine wöchentliche Videokonferenz abhalten würde, in der sich alle Teilnehmer sehen könnten, seine neuen Daten über mehrere Medienkanäle präsentieren würde, eine Prototyp-Platine vergrößern könnte, um die Schweißarbeiten genauer betrachten zu können, Dokumente gemeinsam bearbeiten würde, und das alles per Video?

- **Aufrechterhaltung und Verbesserung der Mitarbeiterqualität**
  Häufiges Reisen ist sehr belastend für Ihre Spitzenleute. Neue Mitarbeiter, vor allem aufstrebende Millenials, erwarten die Geschwindigkeit und Flexibilität, die ihnen eine Videozusammenarbeit bietet. Videolösungen sind nicht nur für Schulungszwecke geeignet, auch Einstellungsgespräche mit Bewerbern an entfernten Orten sind auf diese Weise möglich.

- **Umweltschutz**
  Alle Unternehmen arbeiten auf zwei Ziele hin: Zum einen möchten sie Kosten reduzieren, indem die verfügbaren Ressourcen effektiv genutzt werden, und zum anderen möchten sie das Vertrauen der Mitarbeiter, Kunden und des Markts gewinnen. Darüber hinaus möchten Sie aber auch die Gewissheit haben, dass das Unternehmen den Umweltschutz ernst nimmt und in die Praxis umsetzt. Der Einsatz von Videokommunikation ist ein sichtbarer Beweis dafür, dass Ihr Unternehmen Maßnahmen zur Reduzierung des CO^2-Ausstoßes ergreift.

- **Attraktiv für die Mitarbeiter der nächsten Generation**
  Mitarbeiter der nächsten Generation verwenden bereits Videos, indem sie sich gegenseitig kurze Videoclips zusenden, wenn Worte allein nicht mehr ausreichen, dabei werden selbst Videos niedriger Qualität vom Handy versendet. Visuelle Anreize über mehrere Medien werden inzwischen zur Norm. Diese Mitarbeitergeneration benötigt und verlangt die Integration von Videos in verschiedenen Formaten in ihre Arbeitsumgebung.

Die effektivste Kommunikation ist jedoch nicht nur für den Kunden zufriedenstellend, sondern fördert zugleich das Wachstum. Eine flexible und einfach zu verwendende visuelle Kommunikation kann mühelos in Ihre Kommunikationsstrategie integriert werden. Beispiel:

- **Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden**
  Stellen Sie sich vor, Ihr Kunde befindet sich an einem Self-Service-Videokiosk oder nimmt an einer Telefonkonferenz teil und Sie können mühelos einen Experten mit speziellen Produkt- oder Sprachkenntnissen zu Rate ziehen, um die Frage des Kunden unmittelbar beantworten zu können. Ein solches Szenario könnte auch den zusätzlichen Vorteil haben, dass dabei neue Kundenbedürfnisse ermittelt, der Umsatz gesteigert und letztendlich die Kundenzufriedenheit verbessert werden können.

- **Kommunikation zwischen Manager und Team**
  Die Mitarbeiter eines Unternehmens sind heute häufig über den gesamten Globus verteilt. Ein Wachstum des Unternehmens äußert sich oftmals in der Erweiterung der geografischen Reichweite und der Einstellung von neuen Ressourcen an entfernten Orten. Um das gesamte Team auf allgemeine Unternehmensziele und Prioritäten auszurichten, sind eine qualitativ hochwertige Kommunikation und regelmäßige Bestärkungsmaßnahmen erfor-

derlich. Dank der visuellen Kommunikation können diese neuen Teams oder Teilnehmer die Reaktionen des Teams sehen und direkt miteinander interagieren, wodurch eine Flut an E-Mails vermieden wird, um z.B. zu bestätigen, dass das Team das Memo gelesen hat.

- **Kommunikation zwischen Unternehmen und Partner**
  Im Rahmen der neuen Hybrid-Geschäftsmodelle können Unternehmen Funktionen, die keine zentrale Rolle spielen, darunter Mid-Office- und Back-Office-Prozesse, an Ressourcen im Ausland übertragen, um die Qualität zu sichern und zugleich Geld zu sparen. Dabei ist es oftmals von großer Bedeutung, Beziehungen über die Entfernung hinweg aufzubauen und effektiv mit diesen Ressourcen zusammenzuarbeiten.

- **Kommunikation mit Telemitarbeitern**
  Ihre Mitarbeiter werden immer mobiler, sie arbeiten an mehreren Standorten, um den Kunden direkt vor Ort zu unterstützen, oder sie arbeiten dauerhaft bzw. gelegentlich von zu Hause. Laut der Einschätzung von IDC[1] sind 68 % der Mitarbeiter in den USA und 47 % der Mitarbeiter in Westeuropa Telemitarbeiter. Diese Zahlen sollen voraussichtlich in den kommenden Jahren noch weiter steigen. Laut den Prognosen der Yankee Group[2] werden 59 % aller Agenten (1,860 Mio. von 3,168 Mio.) bis zum Jahr 2010 extern arbeiten. Bei manchen Projekten müssen einige Mitarbeiter längere Zeit beim Kunden vor Ort oder an anderen Arbeitsplätzen arbeiten, aber auch die Mitarbeiter eines typischen Unternehmens werden von Jahr zu Jahr mobiler. Die enge Anbindung dieser Mitarbeiter an das Unternehmen fällt zunehmend schwerer.

Videokommunikation im Unternehmen

Einige Betrachtungen:

Möglicherweise verfügen Sie bereits über integrierte Video- und Sprachfunktionen (und wissen es nicht)

Bei führenden Anbietern im Bereich Unternehmenskommunikation, wie Avaya, ist aus der herkömmlichen TK-Anlage längst eine komplexe Kommunikationsmanagement-Plattform geworden, die eine Vielzahl unterschiedlicher Geräte unterstützt, z.B. Tischtelefone, Mobilteile, PC-basierte Softphones (Softwareprogramm für Telefonanrufe über das Internet), Videotelefone, und mühelos in Videosysteme integriert werden kann. Unabhängig davon, welche Tools Sie verwenden möchten, sei es ein Softphone innerhalb des Unternehmens oder eine Video-Agenten-Software für Contact Center, wird trotz des Einsatzes einer Vielzahl unterschiedlicher Endbenutzer-Tools eine konsistente Benutzererfahrung sichergestellt. Lassen Sie sich von den integrierten Funktionen zur Verwaltung der Bandbreite überzeugen, sodass Sie nicht unnötig zusätzliche Netzwerkbandbreite oder LAN-/WAN-Hardware kaufen. Wenn Sie eine ältere TK-Anlage haben, ist für den Einsatz von Videos möglicherweise nur ein relativ einfach durchzuführendes Upgrade erforderlich, sodass Sie die bestehende TK-Anlage und die entsprechenden Tischtelefone und Telefoniefunktionen, an die die Mitarbeiter gewöhnt sind, nicht vollkommen ersetzen müssen.

Umfassendere Definition von „Unified Communications“

Der Begriff „Unified Communications“ (UC) wird heute häufig verwendet. Eine gut durchdachte UC-Strategie befreit Sie von den Einschränkungen eines Desktop-Arbeitsplatzes; es handelt sich also um mehr als eine aufgeputschte Desktop-Instant-Messaging-Lösung. Wenn die Auswahl von wichtigen Plattformen und Produkten ohne Berücksichtigung der unterschiedlichen Geräte, wie Mobiltelefone/Smartphones, Telefonie, Video und Voicemail, getroffen wird, können die Geräte und Anwendungen isoliert funktionieren. Es kommt dabei allerdings zu einer Fragmentierung der Investitionen in Ihre Kommunikationstechnologie. Einige Unternehmen geben angesichts dieser Komplexität auf und verlassen sich darauf, dass ein Anbieter eine einzelne Kommunikationsplattform bereitstellen kann, die „alle“ Kommunikationsfunktionen bietet. Der natürliche Wunsch nach Einfachheit kann zu Enttäuschungen führen, wenn z.B. wichtige Funktionen fehlen oder dem Endbenutzer nur eine beschränkte Auswahl zur Verfügung steht.

[1] IDC, MARKTANALYSE, „Worldwide Mobile Worker Population 2007 - 2011 Forecast“

[2] Yankee Group 12/08

Bei der Einrichtung der optimalen Kommunikationsumgebung müssen standardbasierte Plattformen gewählt werden, die sich in die wichtigen Bereiche Ihres Unternehmen integrieren lassen und mit bestehenden Anwendungen und Systemen kompatibel sind. Auf diese Weise können Sie Videos in andere Unternehmenstools wie Microsoft Outlook oder Lotus Sametime integrieren und somit den Zugriff für Ihre Mitarbeiter erleichtern. Speech-to-Text-Lösungen ermöglichen eine maßgebliche Verbesserung der Erreichbarkeit für einen leitenden Angestellten mit Smartphone, wenn er z.B. während einer Besprechungsreihe eine dringende Voicemail von einem Kunden erhält.

Ziel ist es, Ihren Mitarbeitern eine flexible Auswahl an Optionen zur Verfügung zu stellen, damit sie am Flughafen per Blackberry oder iPhone, beim Kunden, im Büro oder von zu Hause aus mühelos mithilfe der effektivsten Tools mit Mitarbeitern und Kunden kommunizieren können.

Best Practices bei der Technologieumstellung

Der derzeitige Status der Videokommunikation unterscheidet sich nicht allzu sehr von vorherigen Umstellungsphasen auf neue Arbeitstechnologien. Die bei der Umstellung auf Automatisierungstools im Büro, z.B. Ersetzung der Schreibmaschine, die Einführung von E-Mails, die aus dem Arbeitsalltag nicht mehr wegzudenken sind, sowie der teilweise umfassende Einsatz von Mobilgeräten und Smartphones, gewonnenen Erfahrungen bieten einen Kontext für diese Entwicklungen.

Beim Versand von E-Mails wurde anfänglich ein „Walled Garden"-Ansatz implementiert: In diesem geschlossenen System fand die Kommunikation nur innerhalb des Unternehmens statt. Der Versand von E-Mails an Mitarbeiter im nächsten Büro, in anderen Gebäuden in der Stadt oder gar an anderen Stellen des Landes stellte damals eine Revolution dar. Sehr bald jedoch wurde der Wunsch laut, mit Kunden, Partnern, Dienstleistern und anderen externen Parteien zu kommunizieren, und dieser Wunsch entwickelte sich rasch zu einem wichtigen Unternehmensbedürfnis. Das Gleiche gilt auch für Videoanwendungen. Warum sollten Sie Ihre Vision auf Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation beschränken?

Innerhalb nur weniger Jahren nach der anfänglichen Integration von Videos werden sich auch Ihre Videokommunikationsbedürfnisse weiterentwickeln. Halten Sie bei der Überprüfung verschiedener Lösungen nach Optionen Ausschau, die eine standardbasierte Interoperabilität mit Videosystemen Ihrer Partner und Kunden ermöglichen. Vermeiden Sie proprietäre Systeme eines einzelnen Anbieters. Machen Sie sich mit der Entwicklung Ihres eigenen Netzwerks, der Protokolle, der Dienstqualität und Bandbreitenerwartungen vertraut. Beachten Sie bei der Auswahl Ihrer Videoplattform die Nutzungsdauer, und planen Sie langfristig.

Abschätzen der Gesamtbetriebskosten (Total Cost of Ownership, TCO)

Die Kosten für Videos fallen, Bandbreite wird immer billiger und Videofunktionen entwickeln sich rasant. Das nächste Kapitel der Internet-Revolution wird im Bereich Unified Communications geschrieben: Unterschiedliche Kommunikationsmittel, z.B. Sprache, Video und Instant Messaging, werden miteinander verbunden und ineinander integriert. Bei der Wahl der Kommunikationsmittel spielt vor allem die Einfachheit bei der gemeinsamen Bereitstellung, unterstützt durch die IT-Abteilung, und der effektiven Nutzung durch die Mitarbeiter eine große Rolle. Wichtig für die Akzeptanz und den Erfolg des Kommunikationsmittels ist die Einfachheit, mit der Endbenutzer von einem Tool und über mehrere Geräteplattformen hinweg zum nächsten wechseln können.

Die Zukunft von Video: Verbesserung der Kundenerfahrung

Viele sehen in Videos ein Tool zur Steigerung der Mitarbeiterproduktivität, und das ist es auch. Beachten Sie jedoch auch, dass Videos heute bereits genauso mühelos eingesetzt werden können wie Telefonanrufe, vorausgesetzt es werden die aktuellsten Kommunikationsplattformen von Unternehmen wie Avaya verwendet. Videos werden schneller als Sie denken als Tools für die Kommunikation über die Grenzen des Unternehmens hinaus verwendet werden und öffnen somit einen neuen Kanal für die Kundeninteraktion. Videofähige Desktopsoftware von Anbietern wie Adobe, AOL, Google und Yahoo sind weit verbreitet und oftmals bereits auf den Heimcomputern von Benutzern vorinstalliert. Es dauert vielleicht gar nicht mehr so lange, bis Benutzer eine Videokommunikation mit Mitarbeitern von Helpdesks und Vertriebsabteilungen verlangen und gar erwarten werden. Eine gut durchdachte und schlüssige Videostrategie sollte dies berücksichtigen. Womöglich werden Sie daraufhin Ihr Contact Center um Self-Service-Anwendungen erweitern, auf die Ihre Kunden zu Hause, im Büro oder im Einkaufszentrum zugreifen können.

Messbare Vorteile

Eine Studie des Branchenanalyseunternehmens IDC[3] zeigt, dass Unternehmen, die die Videozusammenarbeit in ihre Geschäftsabläufe integriert haben, von folgenden Vorteilen profitieren konnten:

- Eine durchschnittliche Verbesserung der Produktivität um 30 % aufgrund schnellerer Entscheidungsfindungs- und Überprüfungsprozesse, sodass Projekte schneller abgeschlossen werden konnten. Dies kann auch die Time-to-Market für neue Produkte und Services verkürzen, was sich wiederum unmittelbar auf den Endgewinn auswirkt.
- Ein durchschnittlicher Anstieg der Zusammenarbeit um 35 % basierend auf neuen Geschäftsabläufen mit Videokonferenzen. Unternehmen können Videolösungen verwenden, um den Kontakt zu Niederlassungen, Zulieferern sowie Kunden und somit zugleich die Geschäftsbeziehungen zu stärken. Videokonferenzen fördern auch eine besonnene Geschäftsentscheidungsfindung unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der einzelnen Beteiligten.
- Eine durchschnittlich um 75 % schnellere Beilegung von Streitigkeiten, vor allem in Unternehmen oder Teams, in denen Sprach- und Kulturbarrieren Hindernisse für eine gute Kommunikation darstellen können. Bei der Zusammenarbeit mithilfe von Videolösungen werden visuelle Signale, z. B. Gesichtsausdrücke und Gesten sichtbar, die das Verständnis unterstützen und eine Einigung bei kritischen Problemen erleichtern.

Frost und Sullivan[4] bestätigen dieses Konzept: Der Einsatz von Videos ist dank der Telefonie- und Desktopanwendungsintegration nicht mehr nur auf den Konferenzraum beschränkt. Die Prognosen für den Videomarkt sprechen von 3,8 Mrd. US-Dollar für das Jahr 2012. Damit wird die Reichweite von Videokonferenzen erweitert, und es wird sichergestellt, dass der Einsatz von Videos zu einer Massentechnologie werden kann. Wainhouse Research[5] unterstützt diese These durch die Aussage, dass Wissensarbeiter der nächsten Generation den Einsatz von visuellen Zusammenarbeitstools im Arbeitsalltag erwarten werden.

[3] IDC, 2007, „Seeing is Believing: The value of Video Collaboration“

[4] Frost & Sullivan, Marktübersicht und Video-Briefing 08/2008

[5] Wainhouse Research, 2008, „Rich Media Conferencing“

Videokommunikation in Aktion

Vor einiger Zeit hat Avaya Echtzeit-Desktop-Videofunktionen in seine IP-Softphones integriert, und seit neuestem stehen sie auch im Avaya one-X® Communicator zur Verfügung. Die Western Kentucky University, einer der Benutzer der ersten Stunde, nutzt IP-Softphones heute, um mit ihren Studenten, d. h. ihren „Kunden“, in Verbindung zu bleiben. Mithilfe von Videos werden geografische Distanzen zwischen den einzelnen Standorten überwunden.

Western Kentucky University (WKU) setzte Videolösungen von Avaya ein, um die Einschreibungszahlen zu erhöhen und Kurse für mehr Studenten zugänglich zu machen. Per Video können Studenten mit Experten, Lehrbeauftragten und Studenten an anderen Orten interagieren. Dank der Videokommunikation wurde auch ein weiteres Ziel der Universität unterstützt, Fakultätsmitglieder sollten gehalten werden, indem ihnen bessere Möglichkeiten zur Unterrichtsgestaltung und Betreuung von Studenten zur Verfügung gestellt wurden.

In den letzten vier Jahren haben sich 20% mehr Studenten an der Western Kentucky University eingeschrieben, was u.a. auf das Angebot von Videokursen des Satellitencampus zurückzuführen ist. Darüber hinaus ist das Lehrangebot der Universität jetzt dank der Videokurse einfacher für mehr Studenten an allen Campusorten

zugänglich. Durch den Gebrauch der Videolösung können nicht zuletzt auch bessere virtuelle Gesprächszeiten angeboten werden: Professoren können die Studenten besser betreuen, ohne mehr Zeit in ihrem Büro verbringen zu müssen. Die Videolösung von Avaya stellt einen Wettbewerbsvorteil für die Schule dar: Fakultätsmitglieder können enger mit Kollegen und Studenten zusammenarbeiten und das Unterrichtsangebot ist auch für Studenten in ländlicheren Gegenden des Universitätsumfelds zugänglich.

Fernlernen ist nur einer der Bereiche, in denen Videoanwendungen die Reichweite der Services erweitern und die Kundenerfahrungen in einer Organisation verbessern können. Anwendungen wie an der Western Kentucky University können auch im Alltag einer Unternehmensumgebung für virtuelle Besprechungen, Einstellungsgespräche und Schulungen eingesetzt werden.

Videokommunikation und Kundendienst

- Finanzdienstleister und Einzelhandelsunternehmen konnten mit Avaya Lösungen erfolgreich Videokioske in den Niederlassungen oder Läden einrichten, um Kunden eine bessere Erfahrung mit ihren Produkten oder Services zu bieten. Probleme von Kunden, die in Einzelhandelsfilialen ohne technische Mitarbeiter vor Ort nach technischem Support fragten, konnten dennoch dank der Videoverbindung zu einem remote arbeitenden Experten unmittelbar gelöst werden. Über die High-Definition-Videokommunikation in beide Richtungen kann der Contact Center-Agent das Produkt sogar „untersuchen“ und detaillierte Empfehlungen aussprechen oder spezifische Fragen beantworten, da er das Problem „sehen“ kann. Agenten können auch remote bestimmen, ob ein Produkt wirklich fehlerhaft ist oder ob nur die Einstellungen zurückgesetzt werden müssen.
- Der Fehlerbehebungsprozess und der Kundendienst können mit der Hilfe von Videokiosken optimiert werden. Durch die Implementierung von Videokiosken in Einzelhandelsumgebungen können lokale Niederlassungen Kosten reduzieren und müssen nicht mehr an jedem Standort technische Support-Mitarbeiter einstellen. Trotz allem können sie dem Kunden unmittelbar Experten unterstützend zur Seite stellen und dabei auch noch Kosten einsparen und eine konsistente Kundenerfahrung an allen Standorten bieten.
- Bei Fragen zu Produkten oder Konten können Kunden von Finanzdienstleistern per Video eine Verbindung zu einem Produktspezialisten oder Servicemitarbeiter herstellen. Da die Zeit und das Wissen der Kunden und Produktspezialisten optimal genutzt werden, können Dienstleister in diesem Bereich Geld einsparen.
- Im Gesundheitswesen wurden die Kommunikationsbedürfnisse von Patienten mit eingeschränkten Sprachkenntnissen mithilfe der Videokommunikation erfüllt. Vom Zimmer aus können Patienten eine Verbindung zu einem Videoraum auf der gleichen Station herstellen und so direkt mit einem Dolmetscher Kontakt aufnehmen, um die rechtzeitige medizinische Versorgung sicherzustellen. Sprachbarrieren werden somit überwunden und Enttäuschungen seitens des Patienten gemindert. Ärzte, Krankenpfleger und Dolmetscher können ihre Zeit optimal nutzen, und zugleich werden die Gesamtkosten für die Versorgung des Patienten gesenkt. Das gesamte System wird mit dem Contact Center von Avaya verbunden.

Die Implementierung von Videokommunikationslösungen als Erweiterung des Klassenzimmers, zur Verbindung von geografisch verteilten Teams und Mitarbeitern oder zum Bereitstellen von Self-Service-Videoanwendungen in Filialen ermöglicht eine Einbindung in Ihre bestehende Anwendungsinfrastruktur. Zunächst sollte daher eine Netzwerkbeurteilung durchgeführt werden. Danach können die eigentliche Implementierung geplant und eindeutige Erfolgskriterien für die Steigerung Ihrer Kapitalrendite ermittelt werden.

Überlegungen hinsichtlich der praktischen Nutzung

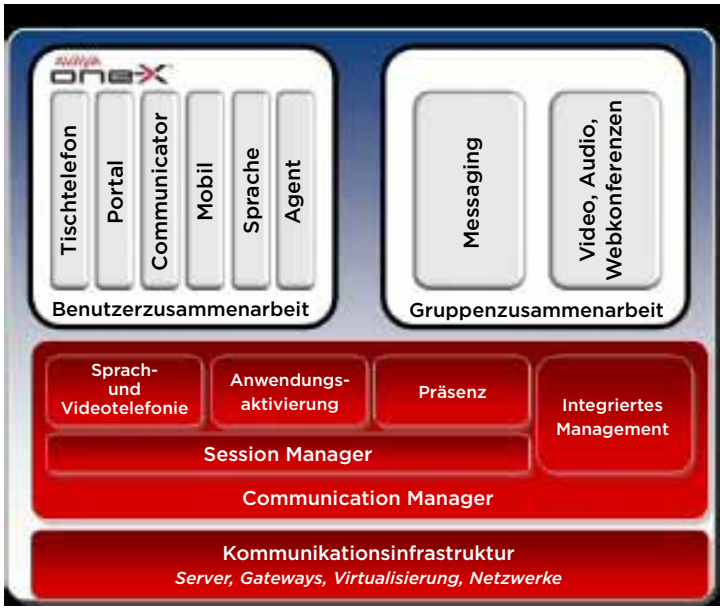
Im Arbeitsumfeld besteht auch vermehrt der Bedarf nach Mehrpunktkonferenzen, die mühelos über den Desktop abgehalten werden können, um die Produktivität unabhängig vom physischen Arbeitsplatz zu verbessern.

Avaya arbeitet mit anderen branchenführenden Anbietern von Unified Communications-Lösungen zusammen, z.B. Polycom, IBM und Microsoft, um Unternehmen die einfachsten und benutzerfreundlichsten Videozusammenarbeitslösungen zu bieten, die mühelos vom IT-Team implementiert, am Desktop verwaltet und von den Mitarbeitern genutzt werden können. Sie bieten ein hochwertiges Bild- und Klangerlebnis und ein überragendes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Dank der Beziehungen zu Polycom kann Avaya ein umfassendes Portfolio an Videolösungen bereitstellen, die auf den Telefonie-Infrastrukturfunktionen von Avaya basieren und die die branchenführenden Videogeräte und Konferenzbrücken von Polycom nutzen. Grundlage sind offene Standards und ein heterogener Ansatz, sodass die Interoperabilität mit anderen Konferenz- und Kommunikationssystemen von Drittanbietern sichergestellt ist.

Lösungen von Avaya für die Videokommunikation

Bei Avaya ist die herkömmliche TK-Anlage längst zu einer komplexen Kommunikationsmanagement-Plattform geworden, die zahlreiche Geräte unterstützt, z.B. Tischtelefone, Mobilteile, PC-basierte Softphones, Videotelefone, die sich mühelos an Gruppenvideosysteme anbinden lassen. Die Avaya one-X®-Produktfamilie bietet eine allgemeine Benutzerschnittstelle, sodass Sie die Effizienz maximieren und Schulungsbedürfnisse minimieren können. Dies ist Teil einer Gesamtarchitektur, mit der Sie die Komponenten einer Unified Communications-Infrastruktur besser verstehen können. Die grundlegende Architektur setzt voraus, dass bei der Zusammenarbeit einzelner oder von Gruppen Videos verwendet werden.



Die integrierten Funktionen zur Bandbreitenverwaltung, Verwaltungstools und die Interoperabilität mit Lösungen von Drittanbietern sind die Eckpfeiler von Avaya Communication Manager.

Mit der Avaya one-X®-Software stehen auf Mobilgeräten wie RIM Blackberry und Apple iPhone Funktionen wie die interne Kurzwahl sowie Unternehmenstelefonie-Funktionen zur Übertragung und für Konferenzen zur Verfügung.

Beispiel einer Videokommunikation, mit der geografisch entfernte Teams mithilfe von Avaya one-X® miteinander verbunden werden

Als derzeit weltweit führendes Unternehmen für Contact Center-Anwendungen wissen wir um die komplexen Anforderungen unserer Kunden, wie z.B. Qualität, Einfachheit, umfassende Berichts- und Analysefunktionen, einfache Verwaltung usw. Avaya setzt bei der Interaktion mit Kunden bereits zahlreiche Medien ein, wie es schon bald Standard sein wird. Dank der umfassenden Erfahrung bei der Bereitstellung eines weitreichenden Kundendienstes kann Avaya Ihrem Unternehmen dabei helfen, die bestmögliche Erfahrung bereitzustellen, überragende Kundenzufriedenheit zu erzielen, neue Vertriebskanäle zu erschließen und Kundenbeziehungen aufzubauen.

Zu unseren Lösungen gehört auch Avaya Video Agent, über den Contact Center-Agenten direkt mit Kunden verbunden werden. In Echtzeit können Videos und Standbilder an das Heim- oder Mobilgerät des Kunden gesendet werden. Avaya Video Assist bietet Self-Service-Anwendungen, wie sie heute bereits in Finanzfirmen und Einkaufszentrum zum Einsatz kommen, wenn Kunden in der Filiale Unterstützung zu Fragen vor und nach dem Verkauf anfordern. Einer der Kunden von Avaya konnte eine 30%ige Abnahme der Produktrückgaben vermerken, da die Kunden unmittelbare Unterstützung bei der Konfiguration der Geräte erhielten. Mit einem Videokiosk können Kunden in Echtzeit mit den Contact Center-Agenten kommunizieren und Aufgaben durchführen, wie z.B. Upgrades der Sitzplätze bei einem Event oder Upgrades von Hotelzimmern.

Fazit

Die Lösungen von Avaya und den Partnern erleichtern die Implementierung von Videolösungen und die Umsetzung der Videozusammenarbeit im Geschäftsalltag. Es stehen vielfältige Lösungen zur Auswahl, von privaten Desktopsystemen bis hin zu vollständig immersiven Telepräsenzlösungen, mit denen eine Umgebung simuliert wird, als wären alle Teilnehmer in einem Raum versammelt. Dank der Preise für die Kommunikationslösungen von Avaya, beginnend bei 60 US-Dollar pro Benutzer, ist der Einstieg in die Zusammenarbeit per Video für Unternehmen erschwinglich. Somit stellt die Kommunikationserfahrung der Benutzer einen Mehrwert für das Unternehmen dar, während die Komplexität minimiert wird.

Um die Produktivität zu steigern und die Differenzierung und Kapitalkosten zu verbessern, müssen Sie als Nächstes die Videokommunikation in die bestehende Infrastruktur integrieren.

Weitere Informationen darüber, wie Sie mit Avaya Videozusammenarbeitslösungen in Ihr Unternehmen integrieren können, erhalten Sie bei Ihrem Avaya Vertriebsmitarbeiter oder Ihrem autorisierten Avaya Business Partner. Besuchen Sie auch unsere Website unter **www.avaya.de**

Über Avaya

Avaya ist einer der weltweit führenden Anbieter von Kommunikationsanwendungen für Unternehmen. Das Unternehmen bietet führenden Firmen und Organisationen weltweit Services rund um Unified Communications und Contact Center sowie weitere verwandte Dienste sowohl direkt als auch über Partner an. Unternehmen aller Größen verlassen sich auf Avayas moderne Kommunikationssysteme, um ihre Effizienz, Zusammenarbeit, Kundendienstleistungen und Wettbewerbsfähigkeit zu optimieren. Weitere Informationen finden Sie auf www.avaya.de.

AVAYA
INTELLIGENTE KOMMUNIKATION

Avaya GmbH & Co. KG
Kleyerstraße 94
D-60326 Frankfurt/Main
T 0800 GOAVAYA bzw.
T 0800 4628292
infoservice@avaya.com
avaya.de

Avaya Austria GmbH
Donau-City-Str. 11
A - 1220 Wien
T +43 1 8 78 70 - 0
avaya.at

Avaya Switzerland GmbH
Hertistrasse 31
CH-8304 Wallisellen
T +41 44 878 1414
avaya.ch

avaya.de

© 2009 Avaya Inc. und Avaya GmbH & Co. KG. Alle Rechte vorbehalten.
Avaya und das Avaya-Logo sind Marken von Avaya Inc. und Avaya GmbH & Co. KG. und können in bestimmten Gerichtsbarkeiten eingetragen sein.
Alle durch ®, ™ oder SM gekennzeichneten Marken sind eingetragene Marken, Service-Marken bzw. Marken von Avaya Inc. und Avaya GmbH & Co. KG.
Alle anderen Marken sind das Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.

UC4163 • GE • 02/10 WAK • Änderungen vorbehalten • Gedruckt in Deutschland auf 100 % chlorfreiem Papier.