



KALTURA

A FUNÇÃO DOS VÍDEOS EM EMPRESAS EM 2016

UM RELATÓRIO DA KALTURA

Índice

1	Resumo executivo e principais resultados	1
2	Metodologia e dados demográficos	2
3	Resultados.....	2
3.1	Uso de vídeos e casos de uso de vídeos em empresas	2
3.1.1	Uso de vídeos sob demanda	3
3.1.2	Uso de vídeos ao vivo.....	3
3.1.3	Dimensão do uso de vídeos	3
3.1.4	Ferramentas necessárias para o uso eficaz e ativo de vídeos por parte dos funcionários.....	4
3.2	ROI	5
3.2.1	Impacto nos objetivos da organização	5
3.3	Vídeos para webcasting	6
3.3.1	Utilização de webcasting.....	6
3.4	Critérios de compra – Guias dos compradores	6
3.4.1	Solução de vídeo – Geral.....	6
3.4.2	Recursos de um portal de vídeos.....	7
3.4.3	Recursos de uma plataforma de webcasting.....	8
3.4.4	Recursos de vídeo para dispositivos móveis	8
3.5	Orçamento para tecnologia e ferramentas de vídeo	9
3.5.1	Fornecedores	9
3.6	Expectativas	10
3.6.1	Uma visão dos vídeos nas empresas nos próximos 5–10 anos	10
4	Resumo – Como é que tudo se conecta?.....	12

1 Resumo executivo e principais resultados

Nosso mundo parece cada dia menor. Os vídeos tornaram possível olhar nos olhos de uma pessoa do outro lado do mundo, conferindo um caráter instantâneo e pessoal às nossas comunicações em dispositivos que cabem em nossos bolsos. Estamos substituindo textos impessoais e eventos ao vivo dispendiosos por, entre outros, sessões de treinamento, webcasts, briefings, colaborações em vídeos ao vivo e sob demanda. Uma vez que é cada vez mais comum necessitarmos nos comunicar com colegas, parceiros e clientes que provavelmente nunca veremos pessoalmente, os vídeos possibilitam criar relações pessoais, independentemente do tempo e do lugar.

Esta necessidade crescente explica a elevada importância que as empresas estão atribuindo atualmente aos vídeos. No presente relatório sobre a função dos vídeos nas empresas, 96% dos inquiridos afirmaram que os vídeos permitem melhorar a comunicação, 94% afirmaram que os vídeos ajudam a aproximar equipes geograficamente distantes, 96% afirmaram que os vídeos facilitam o treinamento e 92% afirmaram que os vídeos permitem melhorar a comunicação e o relacionamento interpessoal com executivos.

A vasta aplicação de vídeos em vários casos de uso pela empresa ilustra estas afirmações. Os vídeos estão sendo muito usados para treinamento interno de funcionários (78%) e treinamento externo de clientes e parceiros (76%).

No entanto, os vídeos não são criados unicamente por uma pequena equipe para serem vistos por todos os funcionários da empresa. 74% dos inquiridos consideram que suas empresas encorajam a criação de conteúdo pelos funcionários. Com 63% dos funcionários afirmando ver mais vídeos do que no ano anterior e com 45% criando mais vídeos este ano do que criaram no ano anterior, os vídeos estão começando a ter um impacto real nas vidas diárias dos funcionários no local de trabalho digital.

Estes resultados são apenas um exemplo daquilo que você irá descobrir neste relatório, o que proporciona uma análise global de todos os aspectos relacionados com os vídeos nas empresas. Neste relatório, você encontrará perspectivas de centenas de inquiridos, que representam diferentes indústrias, dimensões de empresas e geografias, sobre as tendências dos usos, o impacto dos vídeos nos objetivos das organizações e o Retorno do investimento, sua aplicação nos departamentos e casos de uso e uma visão da indústria a longo prazo.

Gostaria de agradecer a todos os participantes desta pesquisa pela sua contribuição para este relatório detalhado e valioso.

Se ainda não o fez, gostaria de o encorajar a juntar-se ao nosso [grupo no LinkedIn](#) e colaborar conosco no desenvolvimento da próxima pesquisa. Se estiver interessado em saber mais sobre o valor do vídeo nas organizações, você poderá consultar nossa [biblioteca de conteúdo de vídeo sob demanda](#) ou contatar-nos diretamente por meio do e-mail research@kaltura.com.

Atenciosamente,

Dr. Michal Tsur, Presidente, Kaltura Inc.

2 Metodologia e dados demográficos

A pesquisa foi realizada online durante o mês de setembro de 2016. Quase 500 profissionais de empresas de todo o mundo participaram nesta pesquisa em setembro de 2016.

Os inquiridos desempenham diversas funções na organização, especialmente:

TI, treinamento e aprendizado, operações, vendas e desenvolvimento de negócios em marketing. Estão representados vários setores da indústria, incluindo finanças, saúde, governo, varejo e muitos mais, sem predominância de uma área específica. A maioria dos inquiridos (57%) era da América do Norte. Porém, houve também uma representação da Europa (34%), da América Central e do Sul (7%), da Ásia (5%) e de outras regiões. A pesquisa foi realizada em inglês.

3 Resultados

3.1 Uso de vídeos e casos de uso de vídeos em empresas

As organizações estão usando vídeos de variadas formas, desde as comunicações internas ao treinamento e ao marketing. O uso mais comum é em treinamento de vários tipos, imediatamente seguido de conteúdo gerado pelos funcionários, cobertura dos eventos da empresa e marketing. Embora os vídeos ao vivo não sejam usados tão amplamente quanto os vídeos sob demanda, eles são especialmente importantes e populares para reuniões e parcerias, comunicações do executivo e briefing aos investidores.

Casos de uso de vídeos em empresas



3.1.1 Uso de vídeos sob demanda

O caso de uso mais popular de vídeos sob demanda é em treinamento, com 78% dos inquiridos reportando o seu uso para a integração e o treinamento de novos funcionários e 76% reportando o seu uso para treinamento de clientes, parceiros e integradores. Curiosamente, 74% reportaram que o conteúdo gerado pelos funcionários está sendo usado como conteúdo sob demanda, ultrapassando a cobertura dos eventos da empresa eomarketing.

3.1.2 Uso de vídeos ao vivo

Comunicações da equipe/departamento é o caso de uso mais popular para vídeos ao vivo, com 67%, seguido de perto pelas comunicações por parte dos executivos, com 66%. A cobertura dos eventos da empresa também é relativamente popular com 60%. O que faz sentido, uma vez que estes eventos se focam em informações que os espectadores precisam saber e responder de imediato. Os vídeos ao vivo são uma alternativa a reuniões presenciais com todos os participantes no mesmo local.

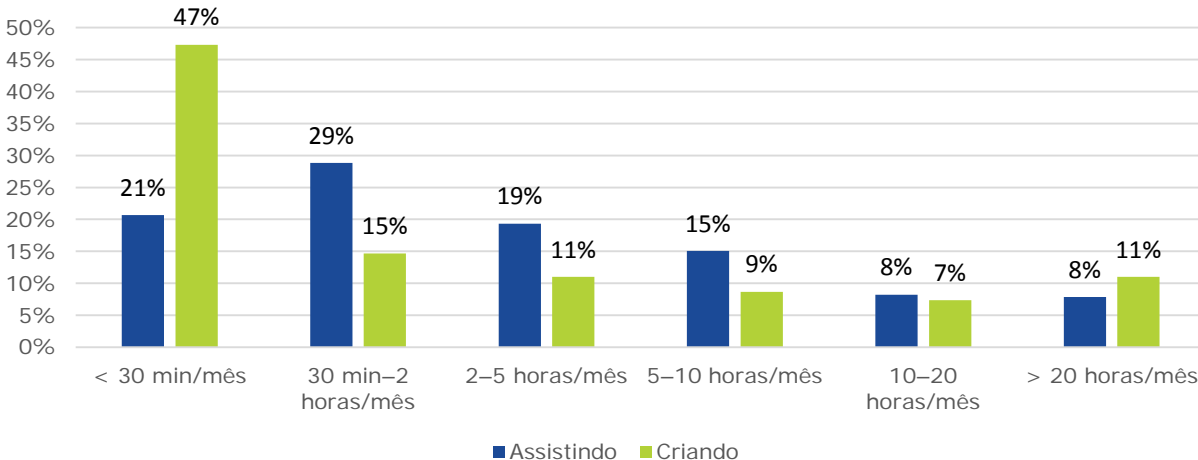
Como seria de esperar, os vídeos ao vivo são usados com menos frequência do que os vídeos sob demanda em quase todos os casos de uso. A única exceção é o caso de uso mais popular dos vídeos ao vivo, as comunicações de equipe/departamento, onde os vídeos ao vivo são usados por 67% e os sob demanda por 66%. Os outros casos em que o uso de vídeos ao vivo e vídeos sob demanda é muito semelhante incluem as comunicações por parte dos executivos e a apresentação do balanço dos lucros trimestrais públicos. Naturalmente, os usos que mais se assemelham a reuniões presenciais são mais populares como formato ao vivo. Para usos como treinamento e bibliotecas, os vídeos ao vivo são muito menos populares do que conteúdo sob demanda.

3.1.3 Dimensão do uso de vídeos

Os funcionários passam uma grande parte do seu tempo criando e assistindo a vídeos e referem que assistiram a mais vídeos este ano do que no ano anterior.

Como esperado, os inquiridos têm tendência a passar mais tempo assistindo a vídeos do que criando vídeos. Perto de metade dos inquiridos passa entre 30 minutos a cinco horas por mês assistindo a vídeos, face a menos de 30 minutos mensais que passam criando vídeos. Porém, é interessante o fato de 18% passarem mais de 20 horas/mês criando vídeos. Embora seja provável que haja alguma tendência de autoseleção entre a população disposta a realizar uma pesquisa sobre vídeos em empresas, esta é, ainda assim, uma porcentagem notável.

Tempo gasto criando e assistindo a vídeos



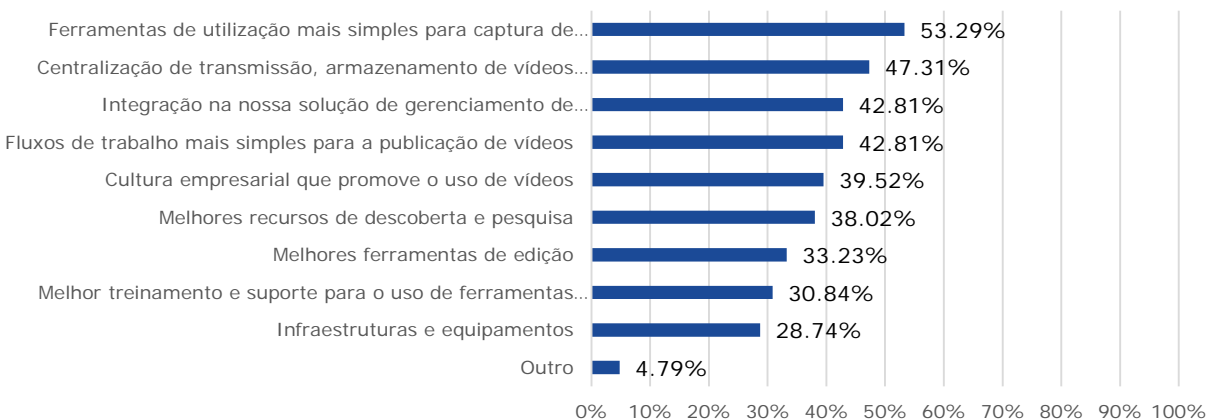
63% referiram que assistiram a mais vídeos no presente ano e 28% mencionaram que mantiveram o número de visualizações. Relativamente à criação de vídeos, quase metade (45%) referiu que criou mais vídeos este ano do que no ano anterior.

3.1.4 Ferramentas necessárias para o uso eficaz e ativo de vídeos por parte dos funcionários

Os funcionários necessitam de ferramentas de fácil utilização para a captura de vídeos, mas também necessitam de uma maior centralização e integração.

À medida que o uso regular de vídeos por funcionários aumenta, as empresas estão descobrindo que é cada vez mais fundamental fornecer as ferramentas e o suporte para gerar e gerenciar vídeos. Quando questionados sobre o que poderia ajudar os funcionários a comunicar de forma mais eficaz e a compartilhar conhecimento por meio de vídeos, a principal resposta foi o uso de ferramentas de fácil utilização para a captura de vídeo, com 53%. Além disso, 47% pensam que existe necessidade de uma solução de vídeo centralizada e 43% querem que os vídeos sejam integrados nas soluções de gerenciamento de conteúdo da empresa.

O que poderia ajudar os funcionários a utilizar vídeos de forma mais eficaz?



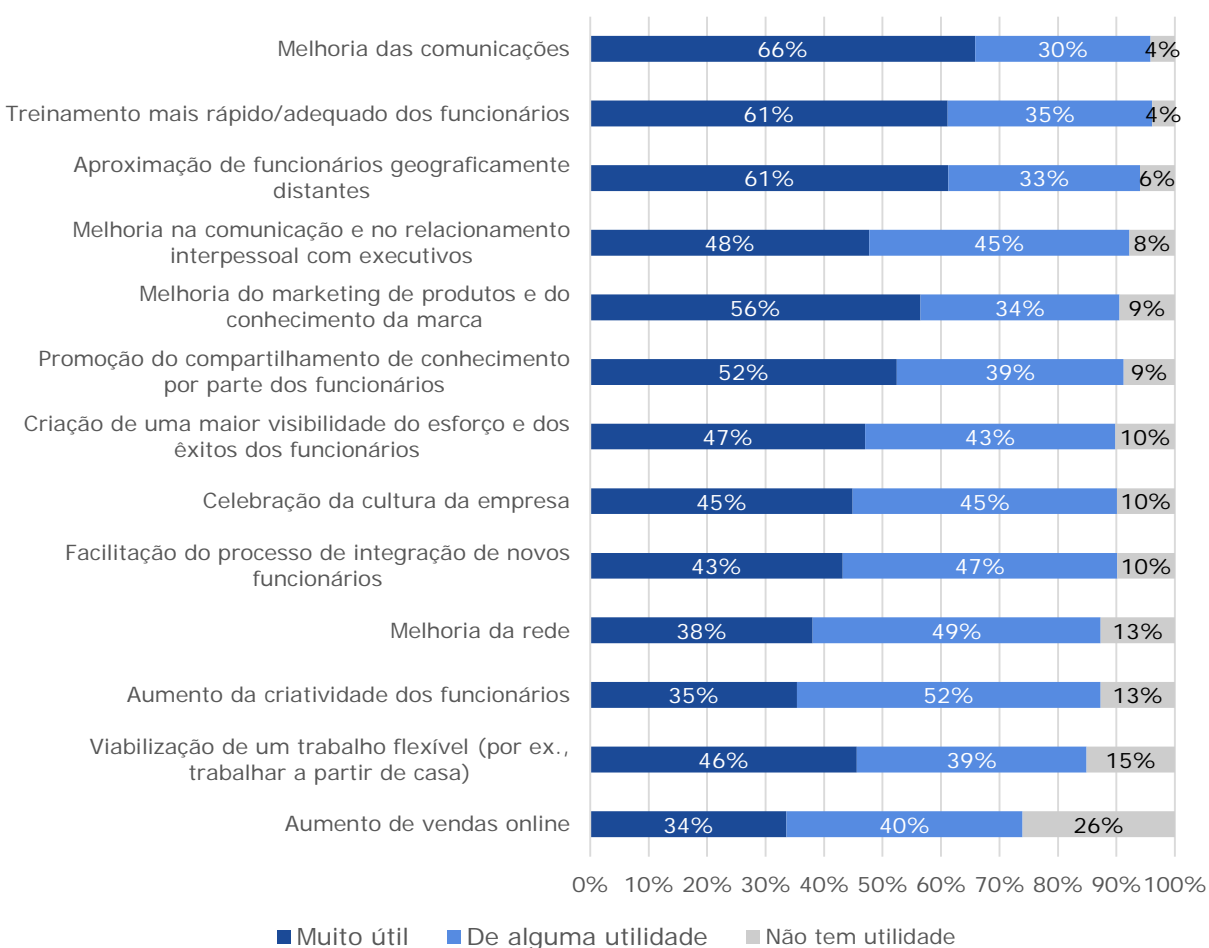
3.2 ROI

3.2.1 Impacto nos objetivos da organização

As empresas estão constatando a existência de um valor significativo nos vídeos para diversos objetivos organizacionais. Segundo os inquiridos, o principal impacto é o da **melhoria da comunicação**, com um total de 96% considerando que os vídeos têm alguma utilidade ou são muito úteis. Outros objetivos, como o melhor e mais rápido treinamento dos funcionários, a aproximação de funcionários geograficamente distantes e a melhoria na comunicação com executivos, também são considerados importantes.

A grande maioria dos inquiridos (90% ou mais) reconhece, pelo menos, algum valor no uso de vídeos em quase todos os objetivos listados da organização. Mais de metade considerou que os vídeos são **muito** importantes para quatro dos objetivos: melhorar as comunicações, melhorar e agilizar o treinamento dos funcionários, aproximar funcionários geograficamente distantes, melhorar o marketing de produtos e o conhecimento da marca. Os vídeos tornam-se extremamente valiosos quando é conferido um toque pessoal.

Utilidade de vídeos para os objetivos da organização

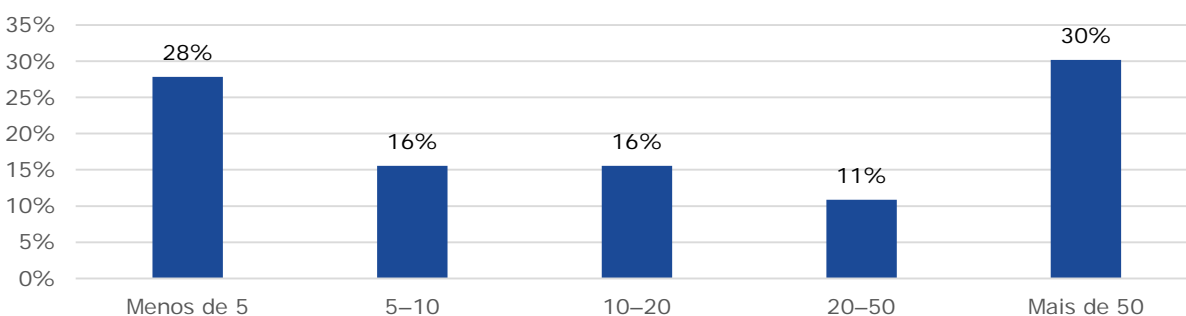


3.3 Vídeos para webcasting

3.3.1 Utilização de webcasting

O webcasting pode ser definido como uma apresentação de mídia por um ou vários interlocutores disponibilizada na internet para muitos espectadores em simultâneo (ao contrário de uma webconferência, que é uma solução de reunião e colaboração online). Descobrimos que o webcasting é cada vez mais parte integrante das estratégias de comunicação das empresas. Embora os webcasts sejam relativamente conhecidos como uma estratégia externa, o número de webcasts internos, para apresentações de CEOs, prefeituras, reuniões de vendas trimestrais, entre outros, está aumentando. Perguntamos aos inquiridos quantos webcasts internos fazem em um ano. Quase três quartos dos inquiridos estão produzindo mais de cinco webcasts internos por ano e quase um terço estão produzindo 50 ou mais.

Número de webcasts internos/ano



3.4 Critérios de compra – Guias dos compradores

Quando procura uma solução de vídeo, a fácil utilização é o recurso mais importante. Em um portal de vídeos, o que é considerado mais essencial é um suporte para dispositivos móveis, a capacidade de controlar o conteúdo com o qual os usuários individuais podem interagir e as permissões desses usuários. Para o webcasting, é essencial o conteúdo apresentado aos usuários e o que cada usuário pode fazer. A capacidade de transmitir a partir de um computador pessoal é o recurso mais procurado para o webcasting e a capacidade de transmitir vídeos sob demanda é o recurso mais importante para os dispositivos móveis.

Nesta seção, apresentamos os resultados relacionados com os recursos que foram classificados como prioritários em uma solução de vídeo em geral e, em seguida, especificamente para um portal de vídeos, para webcasting e para dispositivos móveis.

3.4.1 Solução de vídeo – Geral

Foi pedido que os inquiridos que afirmaram estar diretamente envolvidos nas decisões de compra avaliassem a importância de vários critérios de seleção de uma solução de vídeo. No topo da lista estavam a facilidade de utilização, a confiabilidade e a segurança.

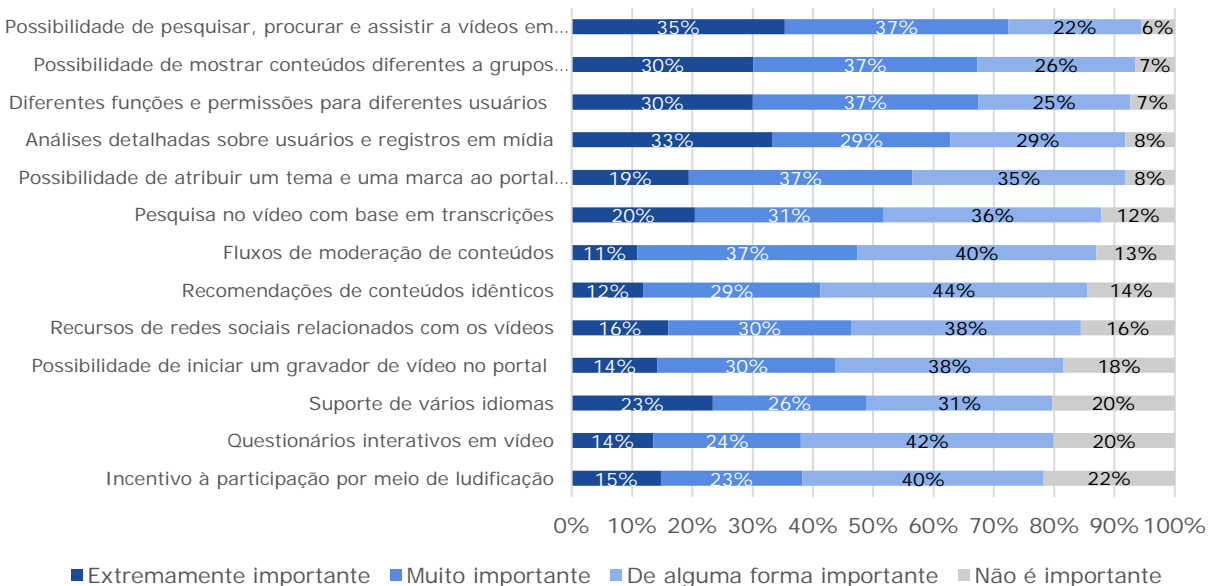
Critérios de compra



3.4.2 Recursos de um portal de vídeos

Ao considerarem um portal de vídeos, as empresas precisam avaliar a importância de vários recursos. Pedimos que os inquiridos avaliassem o quão importante eram para eles vários recursos fundamentais. A possibilidade de pesquisar, procurar e assistir a vídeos em dispositivos móveis foi amplamente considerada como importante. (A importância dos vídeos móveis é discutida de modo mais detalhado em uma seção a seguir.) Porém, vários outros fatores foram considerados quase tão importantes, como mostrar conteúdo diferente a grupos diferentes, atribuir diferentes funções e permissões a diferentes usuários e oferecer análises detalhadas.

Importância de recursos no portal de vídeos

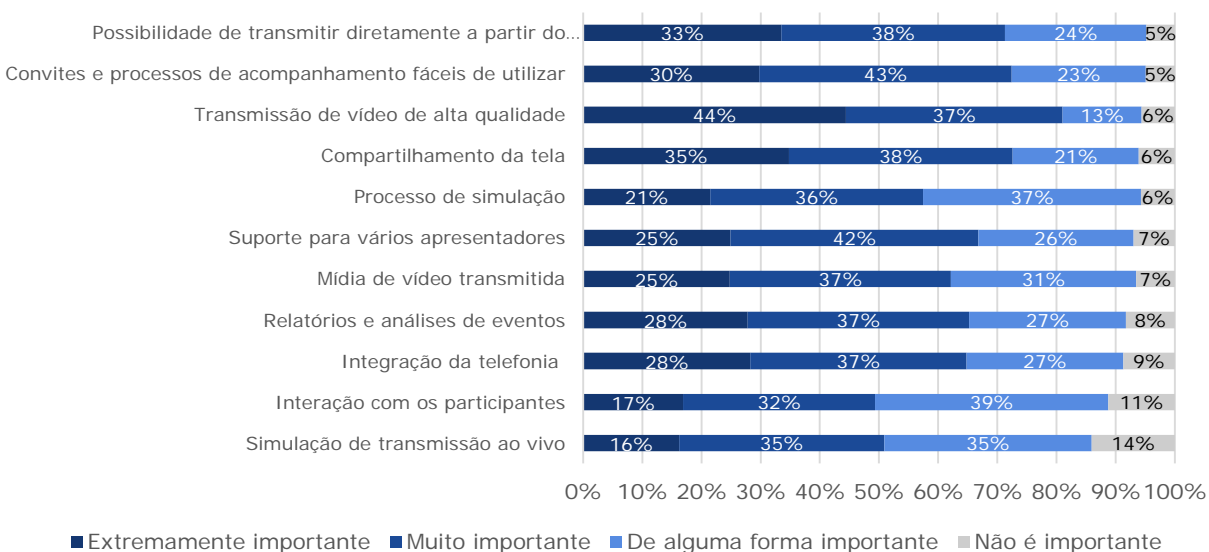


À medida que os portais de vídeos se tornam mais comuns, as expectativas sobre os seus recursos estão aumentando. Comparativamente a 2015, o número de recursos considerado "extremamente importante" aumentou. O maior aumento foi nas análises detalhadas, com mais 11% dos inquiridos a avaliá-las como "extremamente importantes".

3.4.3 Recursos de uma plataforma de webcasting

Quais os recursos mais importantes para uma plataforma de webcasting? Ao levar em conta apenas o que é considerado "importante", a capacidade de transmitir a partir de um computador pessoal e convites/processos de acompanhamento simples são os aspectos mais importantes. Porém, o recurso de webcasting considerado "extremamente importante" pela maioria dos inquiridos (44%) é a transmissão de vídeo de alta qualidade, seguida pela capacidade de compartilhar telas.

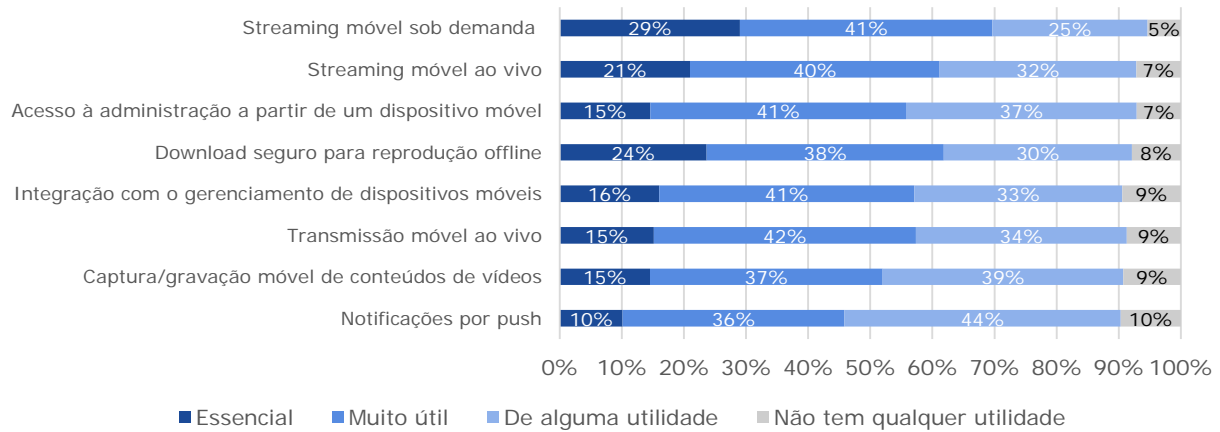
Importância de recursos de webcasting



3.4.4 Recursos de vídeo para dispositivos móveis

Como as pessoas se habituaram a acessar vídeos em seus dispositivos móveis, os recursos específicos para esses dispositivos são tão ou mais importantes quanto os vídeos na Web. Para dispositivos móveis, a possibilidade de transmitir vídeos sob demanda é o mais importante, seguido da transmissão ao vivo, da reprodução offline e do acesso a ferramentas de administração em dispositivos móveis.

Importância do recurso de vídeo para dispositivos móveis

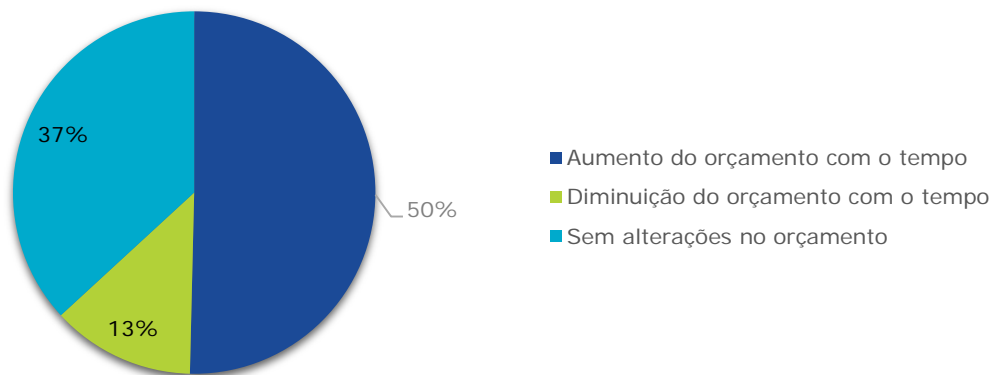


3.5 Orçamento para tecnologia e ferramentas de vídeo

Mais de metade dos inquiridos preveem o aumento dos orçamentos para tecnologia relacionada com vídeos com o tempo.

Quando questionados sobre a tendência do orçamento com o tempo, metade dos inquiridos diretamente envolvidos nas decisões de compra relacionadas com tecnologia de vídeo afirmaram que há um aumento no orçamento previsto para a tecnologia de vídeo na sua organização.

Tendência do orçamento com o tempo

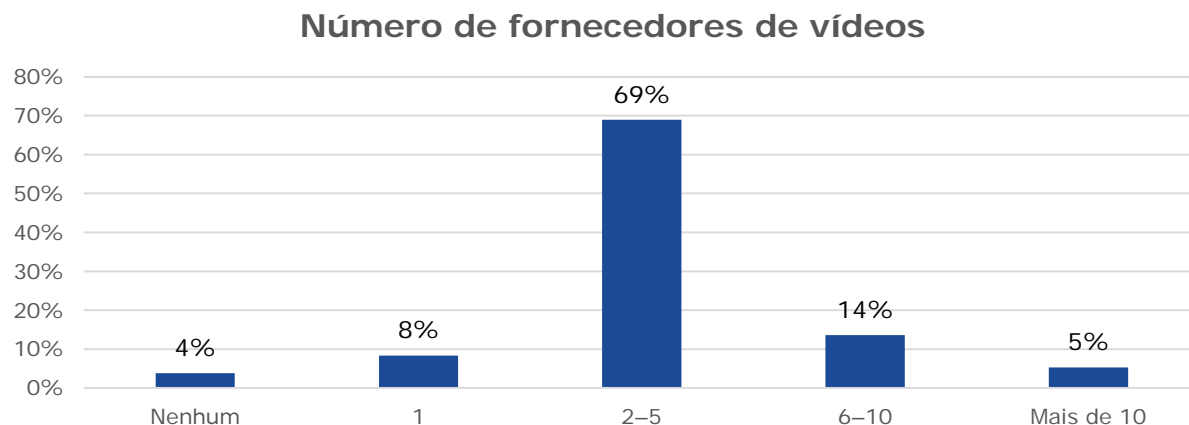


3.5.1 Fornecedores

A maioria das organizações usa dois a cinco fornecedores para suas diferentes necessidades de vídeo, incluindo webcasting, webconferências, telepresença, portal de vídeo da empresa, webcasts da prefeitura, treinamento com base em vídeos, marketing etc. Mais de um terço

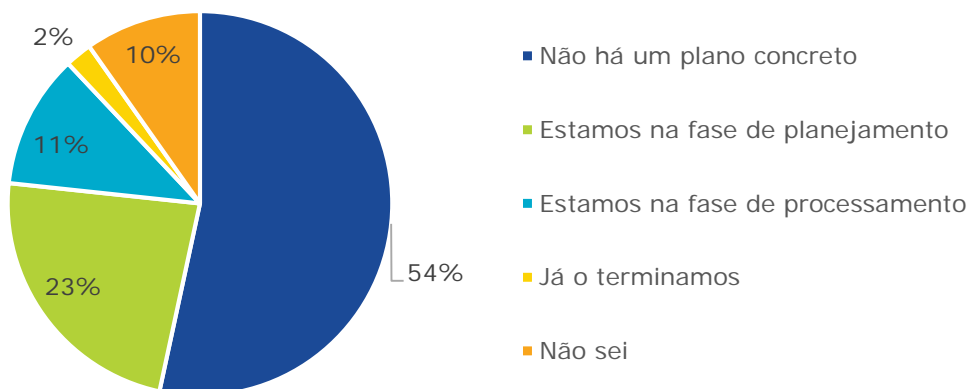
das organizações estão trabalhando no sentido de consolidar suas soluções de vídeo para trabalharem com um menor número de fornecedores.

O gráfico a seguir mostra o número de fornecedores de vídeo usados nas diversas organizações:



Quando questionados sobre os planos de sua organização para consolidar os vários sistemas de colaboração e comunicação por vídeo por meio de algumas soluções gerenciadas centralmente, mais de um terço respondeu que se encontravam no processo da sua realização.

Planos de consolidação



3.6 Expectativas

3.6.1 Uma visão dos vídeos nas empresas nos próximos 5–10 anos

Os inquiridos consideram que o vídeo continuará a crescer até se tornar um padrão na comunicação, na colaboração, no treinamento e muito mais.

Quando questionados sobre como imaginam a função dos vídeos nas organizações nos próximos cinco a dez anos, a maioria dos inquiridos descreveu um mundo onde o vídeo

domina. O vídeo terá expandido a sua presença nas empresas, tornando-se fundamental para a comunicação, a colaboração, o treinamento e muito mais. Estes são alguns dos temas recorrentes nas respostas obtidas.

- **A função do vídeo continuará crescendo.**
 - o *"[O vídeo se] expandirá exponencialmente. A maioria das empresas terá evoluído para uma filosofia de 'vídeo em primeiro lugar' para simplificar as comunicações internas e externas, para garantir uma mensagem consistente e para fornecer aos funcionários e aos clientes o maior número de informações detalhadas possível em um formato consumível." (Presidente de uma empresa norte-americana de serviços educativos de pequeno porte)*
 - o *"O vídeo nas organizações será o motor da economia de custos da maioria das empresas." (Gerente de TI, empresa sul-americana na área da saúde de porte médio)*
- **O vídeo se tornará o novo padrão.**
 - o *"Tão comum como o Microsoft Office e tão importante quanto o e-mail." (Diretor de TI, empresa norte-americana de serviços financeiros de grande porte)*
 - o *"Será uma das ferramentas de comunicação mais importantes, valiosas e indispensáveis." (Diretor de desenvolvimento de vendas e negócios, design house da Ásia Oriental de pequeno porte)*
- **O vídeo revolucionará a comunicação.**
 - o *"Melhor comunicação, treinamento e colaboração." (Equipe operacional, agência governamental africana de porte médio)*
 - o *"Dominando todas as formas de comunicação. Não há comparação com qualquer outro meio de comunicação humana. O vídeo é, portanto, essencial à maximização da velocidade de praticamente todas as comunicações. Nos negócios, as oportunidades e a capacidade de permanecer à frente da concorrência são cada vez menores. Em negócios empresariais, você terá de ter todo o leque de recursos de vídeo ou perderá e, eventualmente, desaparecerá." (Equipe de treinamento e aprendizado, empresa norte-americana de sistemas aeroespaciais de grande porte)*
- **O vídeo reduzirá o impacto da distância e os custos de viagens.**
 - o *"Uma ferramenta para reduzir as despesas com viagens e permitir ter uma força laboral mais geograficamente dispersa." (Diretor de operações, empresa norte-americana na área da saúde de grande porte)*
 - o *"Observo um aumento da globalização e, por conseguinte, um aumento no uso de webcasts, transmissões ao vivo para funcionários em áreas díspares e vídeos que possam ser baixados para serem vistos em dispositivos móveis." (Equipe de treinamento e aprendizado, empresa australiana na área da saúde de porte médio)*
- **O treinamento por vídeo se tornará uma importante força.**
 - o *"Prevejo que o vídeo se tornará no principal meio de comunicação, instrução e atualização de conhecimentos dos nossos formandos internamente. Para os nossos clientes, ultrapassará outras formas de realização do treinamento e, em alguns lugares, isso já aconteceu." (Gerente de treinamento e aprendizado, organização norte-americana de software de código aberto de porte médio)*

- *"Central para uma integração e iniciação rápidas." (COO, empresa europeia de pequeno porte)*
- **O vídeo aumentará a colaboração, especialmente para funcionários em lugares distantes.**
 - *"Principalmente para a colaboração interna em variados escritórios em diferentes estados; suporte para acesso/participação de funcionários que trabalham a partir de casa." (Diretor de TI, provedor de conteúdos acadêmicos norte-americano de médio porte)*
 - *"A única forma de colaborar dentro da empresa." (CIO, integrador de sistemas europeu de porte muito pequeno)*
- **O vídeo também permite alcançar não só funcionários, mas também potenciais e atuais clientes.**
 - *"O vídeo se tornará o método preferido de retenção de funcionários e clientes." (Associado de TI, empresa sul-americana de porte médio)*
 - *"Outro meio de chegar a funcionários e clientes. Bom para obter informações sobre procedimentos e para a promoção de um novo serviço ou produto. Bom para destacar um funcionário ou uma atividade." (Gerente de informações, agência governamental norte-americana de porte médio)*

4 Resumo – Como é que tudo se conecta?

Empresas por todo o mundo estão usando atualmente os vídeos em uma vasta gama de áreas por toda a organização, com a maior ênfase em treinamento, eventos da empresa e marketing. Um grande número de empresas está encorajando os seus funcionários a criar conhecimento com base em vídeos e a adotar as comunicações por vídeo.

Uma vez que os funcionários criam e assistem a cada vez mais vídeos como parte das suas funções profissionais, eles estão solicitando ferramentas fáceis de usar para a captura de vídeos, enquanto as equipes de suporte exigem uma maior centralização e integração com as suas ferramentas existentes. A ênfase contínua nos dispositivos móveis como ferramentas no local de trabalho significa que os funcionários têm expectativas crescentes relativamente aos recursos que devem ser esperados para os vídeos em empresas em dispositivos móveis.

A razão pela qual tantas empresas estão incorporando vídeos é a percepção generalizada de que os vídeos resultam. Os vídeos têm um impacto enorme e positivo em uma variedade de objetivos de toda a organização. Por este motivo, os funcionários querem ver os vídeos integrados em mais sistemas que usam regularmente e estão considerando os benefícios de um portal de vídeos centralizado. As equipes de TI veem uma grande ênfase em sistemas de realização eCDN e acompanhadas por colegas para garantir uma realização simplificada.

As respostas à pesquisa comprovam a percepção geral de que a tecnologia de vídeo está mudando o mundo empresarial. Nos próximos cinco a dez anos, os funcionários esperam que o vídeo se torne um padrão tão fácil de usar quanto o e-mail ou o PowerPoint. Ele conectará funcionários em lugares distantes, melhorar a comunicação e a colaboração dentro e fora das organizações, revolucionar o treinamento e mudar a forma como interagimos com o mundo à nossa volta.

Como afirmou um inquirido, o gerente de comunicações empresariais de uma agência governamental europeia, "O vídeo será um novo idioma que todos teremos de aprender".

Sobre a Kaltura

A missão da Kaltura é promover quaisquer experiências de vídeo. Um líder reconhecido nos mercados de Ed VP (Plataforma de vídeo educativa), OTT TV (Conteúdos televisivos de alto nível), OVP (Plataforma de vídeo online) e EVP (Plataforma de vídeo empresarial), a Kaltura afirmou-se como a plataforma de vídeo com maior crescimento e maior número de casos de utilização e adesão. A Kaltura está implementada a nível global em milhares de instituições de ensino, empresas de comunicação, empresas e fornecedores de serviços e conta com milhares de utilizadores em escolas, casas e escritórios. A empresa aposta nos seus valores fundamentais de abertura, flexibilidade e colaboração e foi precursora e financiadora do projeto de gestão de vídeo de código aberto líder no mundo, com uma comunidade com mais de 100 000 membros. Para obter mais informações, visite www.kaltura.com.

Sede da Kaltura

América do Norte

250 Park Ave S, 10th Fl | Nova Iorque, NY, 10003
Estados Unidos
Tel.: +1 800 871 5224

América Latina

Av. Nova Independência 1061 – Brooklin
São Paulo, 045701-001, Brasil
Tel.: +55 11 3589 2181

Escritório da Ásia-Pacífico

8 Shenton Way,
#05-02 AXA Tower
Singapura, 068811
Telefone: +65 6818 6083

Escritório Europeu

4th Floor, Northumberland House
303-306 High Holborn
Londres, WC1V 7JZ
Telefone: +44 (0) 203 116 7700
Tel. países de língua alemã: +49 176 31373206

www.kaltura.com | sales@kaltura.com

