



A função dos vídeos em empresas

UM RELATÓRIO DA KALTURA

Índice

1	Resumo executivo e principais resultados	1
2	Metodologia e dados demográficos.....	3
3	Resultados.....	3
3.1	Habilidades de comunicação por vídeo.....	3
3.2	Uso de vídeos.....	5
3.2.1	Ferramentas necessárias para o uso eficaz e ativo de vídeos por parte dos funcionários	5
3.2.2	Dimensão do uso de vídeos.....	6
3.3	Portal de vídeos.....	7
3.4	ROI.....	9
3.4.1	Impacto nos objetivos da organização	9
3.5	Critérios de compra – Guias dos compradores	11
3.5.1	Recursos do portal de vídeos	11
3.5.2	Recursos necessários para webcasting.....	13
3.5.3	Recursos de vídeo para dispositivos móveis	13
3.5.4	Fornecedores.....	14
3.6	Expectativas	15
3.6.1	O futuro do conteúdo gerado pelos funcionários.....	15
3.6.2	O futuro do vídeo para dispositivos móveis.....	16
4	Índice – Como é que tudo se conecta?	16
	Figura 1: Importância das habilidades relacionadas com vídeos no local de trabalho.....	4
	Figura 2: As habilidades de comunicação por vídeo deveriam ser ensinadas nas escolas para garantir a competência da mão de obra futura?	4
	Figura 3: Casos de uso de vídeos em empresas	5
	Figura 4: O que poderia ajudar os funcionários a utilizar vídeos de forma mais eficaz?.....	6
	Figura 5: Dimensão do uso de vídeos.....	7
	Figura 6: Uso de um portal de vídeos	8
	Figura 7: Uso de um portal de vídeos (Organizações de grande porte)	8
	Figura 8: Utilidade de vídeos para os objetivos da organização.....	10
	Figura 9: Importância de vários recursos no portal de vídeos	12
	Figura 10: Importância de recursos de webcasting	13
	Figura 11: Utilidade dos recursos de vídeos para dispositivos móveis.....	14
	Figura 12: Número de fornecedores de vídeos	14
	Figura 13: Planos para consolidar os fornecedores de vídeos	15
	Figura 14: O futuro do conteúdo de vídeos gerado pelos funcionários.....	15
	Figura 15: O futuro dos dispositivos móveis para vídeos em empresas.....	16

1 Resumo executivo e principais resultados

Os negócios não expressam emoções. Nem os produtos. Mas os humanos sim. E é por esse motivo que os vídeos são uma ferramenta de negócio poderosa. Assistir alguém em um vídeo acrescenta instantaneamente uma nova dimensão – uma interação mais pessoal e mais autêntica. Os vídeos geram uma resposta mais emocional do que qualquer outro meio de comunicação remota.

Os vídeos também estimulam vários sentidos e focam a atenção na área de reprodução, o que não só torna a compreensão do conteúdo mais eficaz, como também ajuda à participação e interação do espectador. As expressões faciais, a voz e o tom, a linguagem corporal, as emoções, a sensação de contato visual, o áudio e o movimento são aspectos que melhoram as conexões. Os vídeos permitem a apresentação de conteúdo visual com uma dimensão temporal, o que faz deles uma ferramenta eficaz na ilustração de determinados tipos de conteúdo visual. Estas qualidades são essenciais para a eficácia dos vídeos e sua habilidade de atrair os espectadores.

Estes benefícios confirmam o enorme valor dos vídeos no contexto de trabalho atual. No relatório que você vai ler sobre a função dos vídeos nas empresas, 91% dos entrevistados afirmaram que os vídeos permitem melhor comunicação e relacionamento com executivos, 96% afirmaram que os vídeos ajudam a treinar funcionários melhor e mais rapidamente e 94% afirmaram que os vídeos têm um papel fundamental na união da equipe, ajudando a aproximar grupos geograficamente distantes e em diferentes fusos horários que poderão não se sentir integrados.

Há muitas provas que demonstram que a reprodução de vídeos com alguém falando ajuda a captar atenção, o que pode ser usado com grande efeito pelas empresas, tanto interna como externamente. Os casos de uso mais populares atualmente reforçam isto: treinamento para clientes, parceiros e integradores (82%), integração de novos funcionários (80%), conteúdo gerado pelos funcionários, tal como melhores práticas e tutoriais de metodologias (76%), comunicações por parte dos executivos (74%) e reuniões (74%).

Os vídeos também são ideais para ajudar a identificar e a promover um maior número de jovens talentos, com a particularidade de ser à frente da câmera. Surgir em um vídeo de negócios pode conduzir a maiores oportunidades na organização e oportunidades adicionais para a elaboração de perfis, tais como convites para falar em conferências e outros eventos da indústria. 91% dos inquiridos afirmaram que os vídeos são úteis para criação de redes de contatos, compartilhamento de conhecimento e aumento da visibilidade dos êxitos dos funcionários.

Os vídeos nas empresas costumavam ser um modo de transmissão de mensagens para funcionários, clientes, investidores e parceiros. Porém, no contexto de trabalho atual, os vídeos estão popularizados. Nossa pesquisa revelou que os conteúdos de vídeos gerados pelos funcionários devem tornar-se uma ferramenta de negócio importante nos próximos três anos, o que significa que os funcionários atuais e futuros precisarão desenvolver suas habilidades

nesta área: 95% dos inquiridos afirmaram que as habilidades com vídeos (criação, edição e comunicação) eram importantes para os funcionários, sendo que 83% afirmaram que os empregadores deverão encorajar os funcionários a melhorar suas habilidades de comunicação por vídeo. Quando perguntados sobre o que facilitaria o uso de vídeos de modo mais eficaz por mais funcionários, 76% responderam "ferramentas fáceis de usar para a captura de vídeo".

Esta pesquisa também revela que a avaliação do ROI do vídeo é um trabalho em andamento para muitas organizações: estatísticas de uso são a base da avaliação do ROI de vídeos para 42% dos inquiridos, enquanto 32% utilizam as pesquisas e os comentários. Porém, curiosamente, quase um quarto (22%) referiu que suas organizações já utilizam métricas mais sofisticadas e baseadas nos resultados, que incluem os benefícios do "toque humano" mais intangíveis dos vídeos. E, à medida que os vídeos se tornam cada vez mais consolidados nas organizações, acredito que a tendência será cada vez mais essa.

Além disso, a pesquisa apresenta uma tendência ao longo do tempo, revelando que:

- O uso de vídeos está aumentando desde o ano passado, em quase todos os casos de uso;
- 64% afirmam assistir vídeos mais relacionados com o trabalho esse ano, em comparação com o ano anterior;
- 66% revelam a existência de mais orçamento para tecnologias de vídeo em sua organização ano após ano.

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, tendências futuras para vídeos móveis e ao vivo 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 a 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 email research@kaltura.com. Também é possível [baixar](#) nossa pesquisa de 2014, se desejar comparar as tendências de alguns dos dados.

Atenciosamente,

Dr. Michal Tsur, Presidente, Kaltura Inc.

2 Metodologia e dados demográficos

A pesquisa foi realizada online durante o mês de setembro de 2015. Mais de 250 profissionais de empresas que representam uma vasta gama de indústrias participaram na pesquisa.

Para efeitos desta pesquisa, consideramos organizações de pequeno porte com um máximo de 250 funcionários, organizações de médio porte com um máximo de 10.000 funcionários e organizações de grande porte com mais de 10.000 funcionários. Os inquiridos desempenham diversas funções¹ na organização, especialmente: TI, vendas e desenvolvimento de negócios, marketing, operações, RH e treinamento e aprendizado. De entre os departamentos indicados na opção "outros", os inquiridos mencionaram sobretudo o jurídico e o de consultoria. A maioria dos inquiridos (61%) era da América do Norte. Porém, houve também uma representação da Europa (16%), da região Ásia-Pacífico (13%) e outras regiões. A pesquisa foi realizada em inglês.

3 Resultados

3.1 Habilidades de comunicação por vídeo

95% dos inquiridos consideram a capacidade de comunicar por meio de vídeo uma habilidade importante para a mão de obra atual. A grande maioria considera importante o incentivo ao desenvolvimento das habilidades de comunicação por vídeo por parte dos empregadores e acredita que as escolas deveriam ensinar habilidades de comunicação por vídeo. Os inquiridos preveem que, nos próximos três anos, o conteúdo de vídeo gerado pelos funcionários se tornará uma ferramenta de negócio importante.

Nesta pesquisa, as habilidades de comunicação digital foram definidas como "**A capacidade para gravar, compartilhar e usar o conteúdo de vídeo**". Os resultados revelam que 95% dos inquiridos consideram as habilidades relacionadas com vídeos importantes para os funcionários no contexto de trabalho atual, mas 56% afirmam ser muito importantes.

¹ Muitos inquiridos desempenham diversas funções e, por esse motivo, poderão estar incluídos em várias categorias.

Importância das habilidades de comunicação por vídeo para funcionários no contexto de trabalho atual

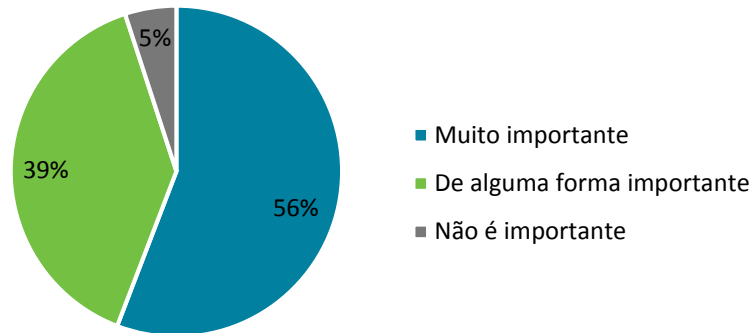


Figura 1: Importância das habilidades relacionadas com vídeos no local de trabalho

Quando questionados sobre os empregadores, 83% afirmam que estes deveriam incentivar seus funcionários a melhorar suas habilidades relacionadas com vídeos. Alguns dos inquiridos comentaram que isso dependeria da função e das tarefas específicas de cada funcionário. A responsabilidade pelo desenvolvimento das capacidades de vídeo dos funcionários também se estendeu ao sistema educativo, com 82% dos inquiridos afirmando que as escolas deveriam ensinar habilidades de vídeo aos estudantes para garantir sua preparação para o mercado de trabalho.

As habilidades de comunicação por vídeo deveriam ser ensinadas nas escolas para garantir que a mão de obra futura seja competente?



Figura 2: As habilidades de comunicação por vídeo deveriam ser ensinadas nas escolas para garantir a competência da mão de obra futura?

3.2 Uso de vídeos

Os vídeos são utilizados de diversas formas pelas organizações e a tendência é ascendente em quase todos os casos, em comparação com os resultados da pesquisa do ano anterior. Os vídeos são mais frequentemente utilizados para treinamento e, em segundo lugar, para marketing, mas a popularidade da criação de conteúdos está se tornando notória, com o conteúdo gerado pelos funcionários ultrapassando as comunicações por parte do executivo. Os vídeos sob demanda são utilizados de forma mais abrangente do que os vídeos ao vivo, mas a diferença é pequena em relação à transmissão de informações para grandes públicos. Os vídeos ao vivo são especialmente úteis para reuniões e parcerias, comunicações do executivo e briefing aos investidores.

Casos de uso de vídeos em empresas

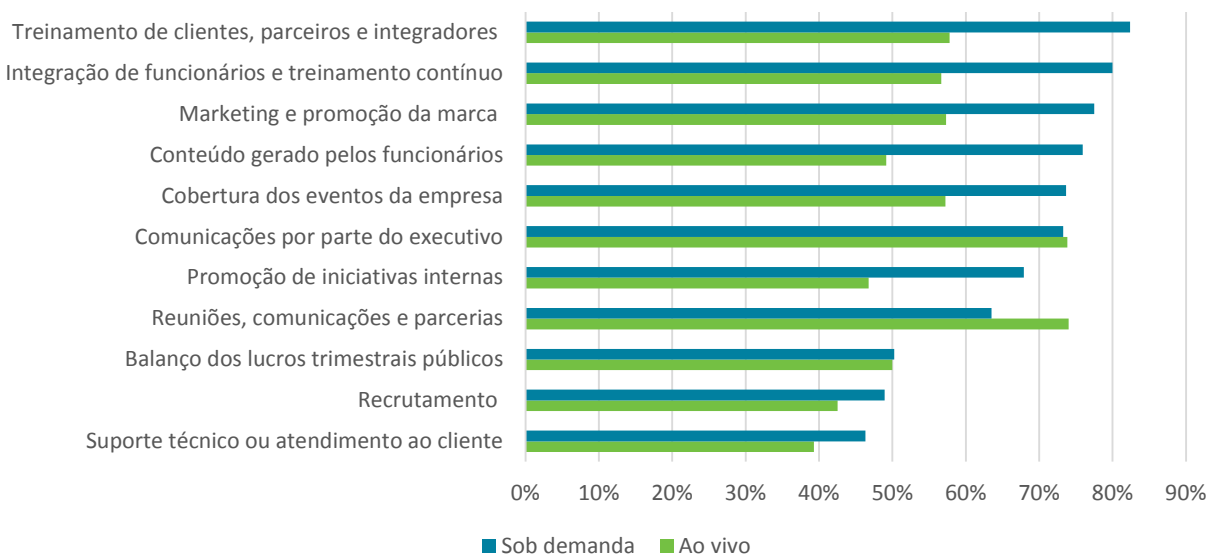


Figura 3: Casos de uso de vídeos em empresas

3.2.1 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 vídeo, mas também necessitam de uma mudança na cultura empresarial, fluxos simples e treinamento.

O uso regular de vídeos pelos funcionários depende da adoção global na organização. Como resultado, é importante compreender as necessidades dos funcionários. Quando questionados sobre o que poderia ajudar os funcionários a comunicar de forma mais eficaz e a compartilhar conhecimento por meio de vídeo, a principal resposta foi o uso de ferramentas de fácil utilização para a captura de vídeo, com 76%. Além disso, 50% pensam que existe necessidade de uma solução de vídeo centralizada e 46% indicam as ferramentas de edição.

Porém, as organizações podem incentivar mais o uso de vídeos mesmo sem adquirir produtos – 59% afirmam que fluxos de trabalho simples ajudariam, 51% acreditam na necessidade de

uma mudança na cultura empresarial e 48% consideram vantajoso o treinamento e o suporte para as soluções existentes.

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

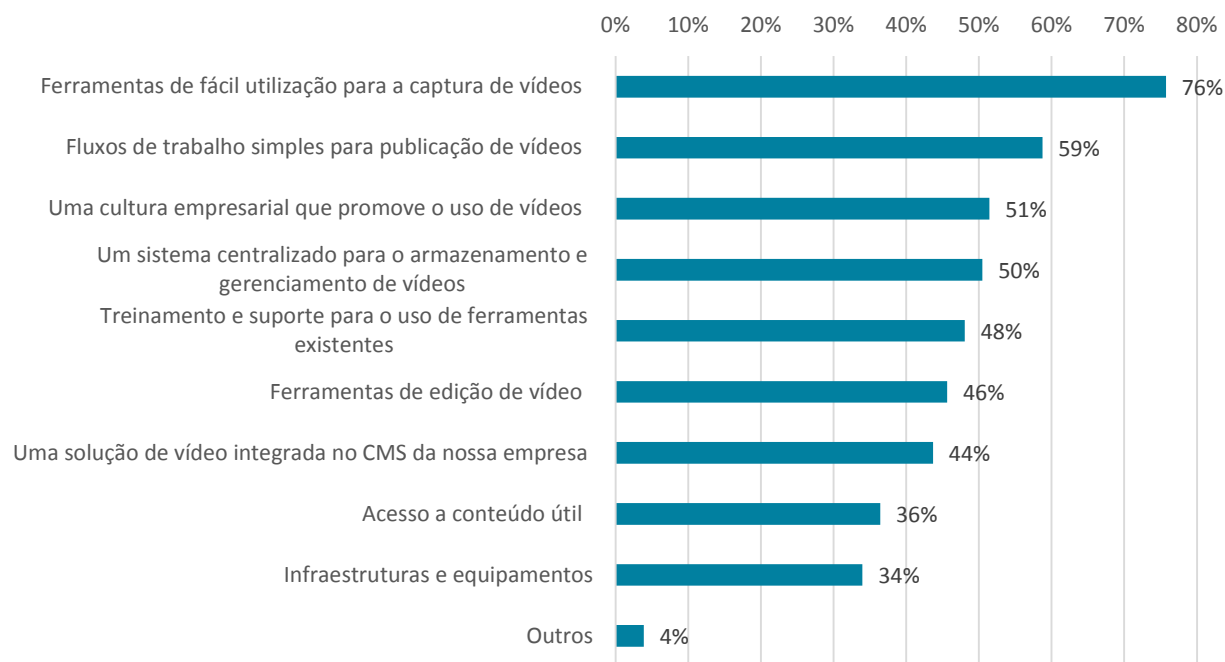


Figura 4: O que poderia ajudar os funcionários a utilizar vídeos de forma mais eficaz?

3.2.2 Dimensão do uso de vídeos

Os funcionários passam mais tempo assistindo vídeos do que criando vídeos e referem que assistiram e criaram mais vídeos este ano do que no ano anterior.

Os inquiridos também foram questionados sobre o uso que fizeram de vídeos no local de trabalho: 79% afirmam que assistir ou criar vídeos faz parte do seu trabalho.

Como esperado, os inquiridos que usam os vídeos como parte do seu trabalho têm tendência a passar mais tempo assistindo vídeos do que criando vídeos. A maioria dos inquiridos passa entre 30 minutos a cinco horas por mês assistindo vídeos, face aos 30 minutos que passam criando vídeos.

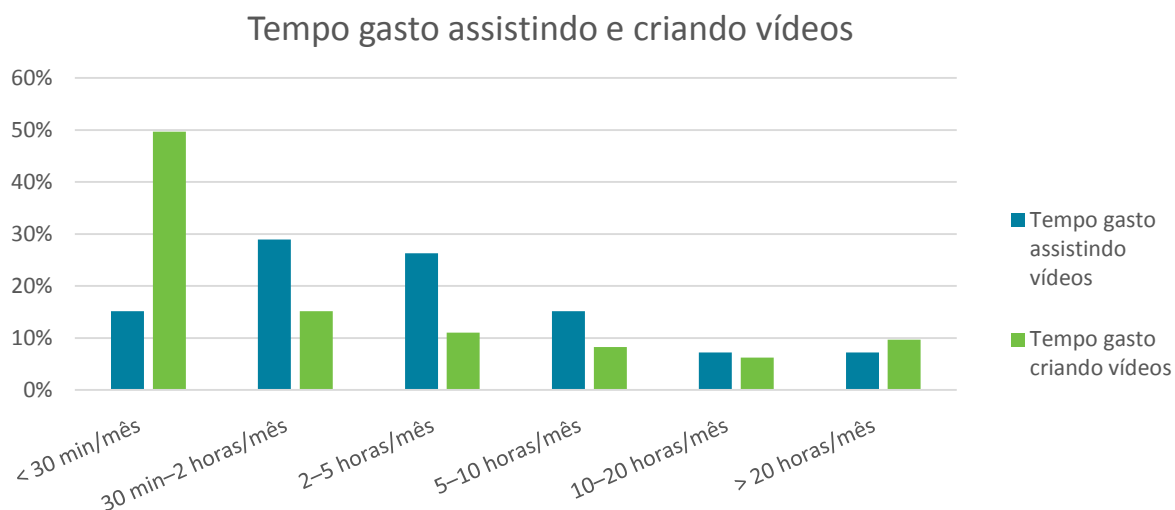


Figura 5: Dimensão do uso de vídeos

Uma vez que a pesquisa de 2014 não incluiu uma questão sobre o tempo gasto assistindo e criando vídeos, incluímos agora uma questão que abordava a tendência de modo direto: 64% referiram que assistiram mais vídeos no presente ano e 30% mencionaram que mantiveram o número de visualizações. Relativamente à criação de vídeos, quase metade (47%) referiu que criou mais vídeos este ano do que no ano anterior.

3.3 Portal de vídeos

43% dos inquiridos declararam que suas organizações usam um portal de vídeos, enquanto 68% acreditam no valor único do portal de vídeos, mesmo que os vídeos fiquem integrados em todos os sistemas da empresa.

43% dos inquiridos afirmaram que suas organizações utilizam um portal de vídeos:

Sua organização usa um portal de vídeo?

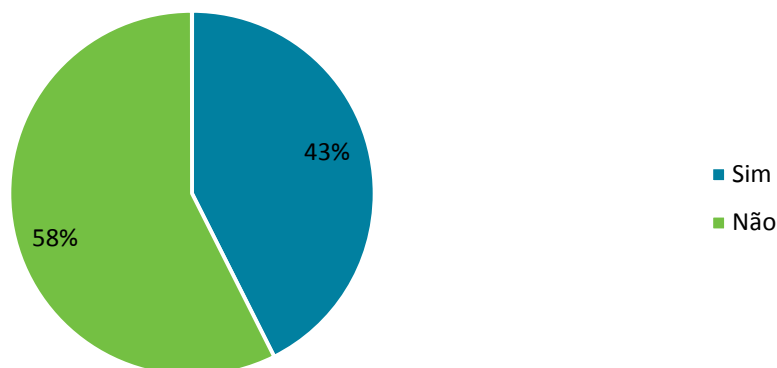


Figura 6: Uso de um portal de vídeos

Observe que isto é **totalmente invertido ao analisar organizações de grande porte**, nas quais 60% das organizações TÊM um portal de vídeos e apenas 40% não têm.

Quando questionamos sobre a utilidade de um portal de vídeos independente em uma empresa, obtivemos algumas das seguintes respostas:

- Ponto de acesso único a vídeos – os funcionários esperam poder acessar todo o conteúdo de vídeo a partir de um ponto, como no Youtube
- Uma plataforma que está aberta a todos os funcionários – em muitas organizações, não existe uma plataforma única que esteja realmente disponível para todos os funcionários. Alguns têm acesso ao LMS, outros ao CMS, etc.
- Possibilidade de usar em uma variedade de casos de uso interno e externo – o acesso a alguns vídeos pode estar disponível para clientes, parceiros, entre outros
- Sólida experiência em vídeos por parte do usuário – reduzindo o tempo de treinamento dos funcionários
- Incentiva a participação – um portal de vídeos é desenvolvido para incentivar mais funcionários a criar e compartilhar vídeos, ao contrário dos sistemas de empresa
- Vídeos genéricos – alguns vídeos não se adequariam facilmente a um dos sistemas ou casos de uso

Sua organização usa um portal de vídeo? Apenas organizações de grande porte

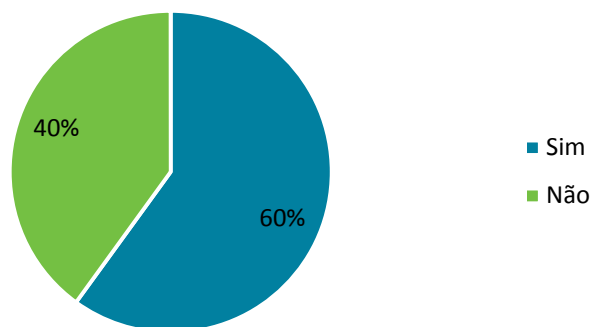


Figura 7: Uso de um portal de vídeos (Organizações de grande porte)

- As pessoas se acostumaram a usá-lo – algumas organizações têm um portal de vídeos e as pessoas se acostumaram a usá-lo; há agora a preocupação de que sua exclusão poderia causar prejuízos, mesmo se os recursos fossem adicionados a outras soluções

3.4 ROI

3.4.1 Impacto nos objetivos da organização

*Os vídeos têm um valor significativo para alguns objetivos organizacionais. Segundo os inquiridos, o principal valor é o da **melhoria da comunicação**, com um total de 98% considerando que os vídeos têm alguma utilidade ou são muito úteis. Outros objetivos, como o melhor e mais rápido treinamento dos funcionários, a melhoria no marketing de produtos e conhecimento da marca e a aproximação de funcionários geograficamente distantes, também são considerados importantes.*

Quando questionados sobre uma variedade de objetivos organizacionais, a grande maioria dos inquiridos (90% ou mais) reconhece, pelo menos, algum valor no uso de vídeos em quase todos os objetivos.

Há alguns objetivos que se destacam dos restantes por serem considerados pela **maioria** dos inquiridos (mais de 60%) como **muito** úteis: melhoria da comunicação, aproximação de funcionários geograficamente distantes e o melhor e mais rápido treinamento de funcionários. O uso de vídeos para marketing de produtos e compartilhamento de conhecimento também é realçado como muito útil.

Utilidade de vídeos para os objetivos da organização

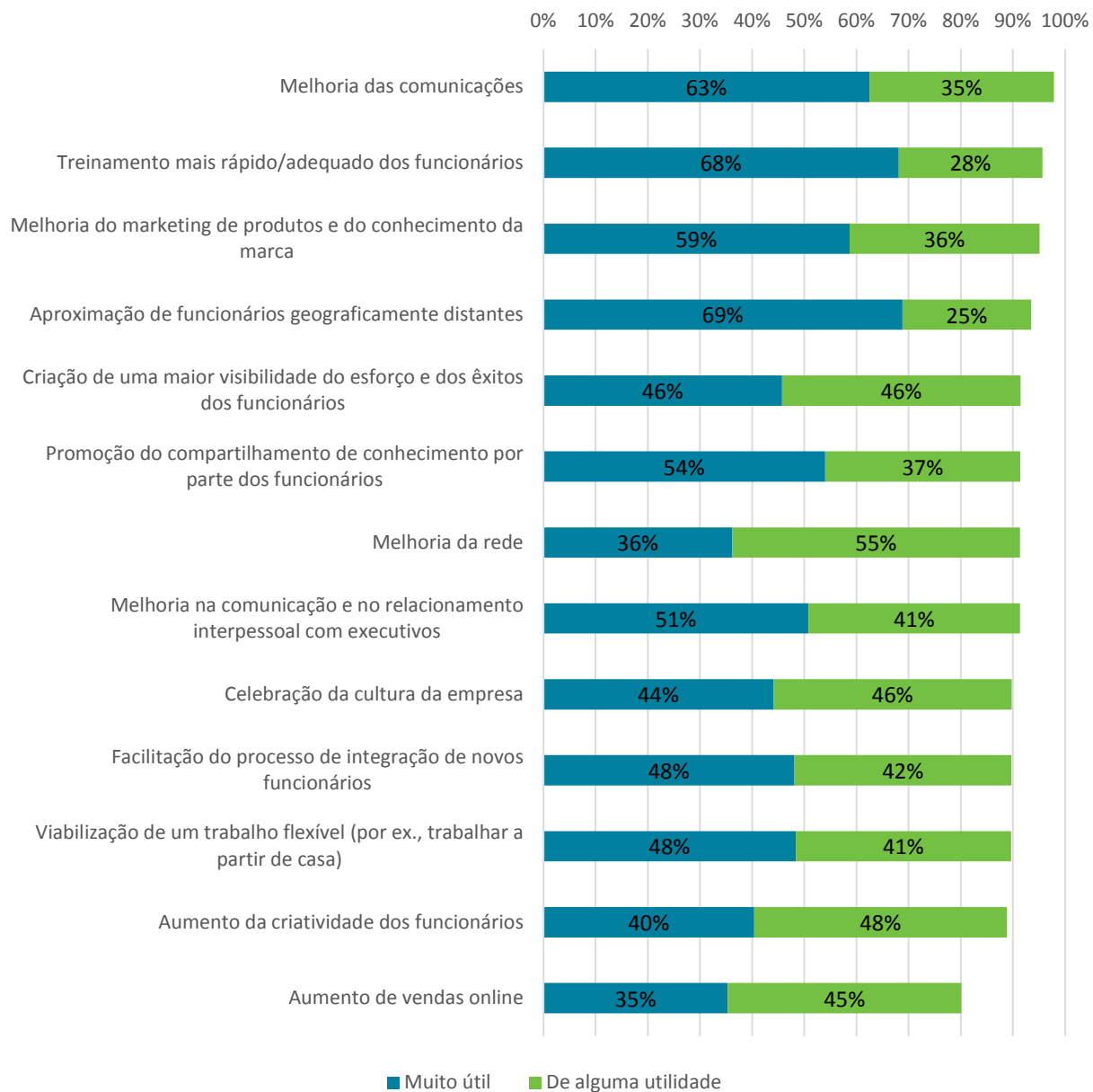


Figura 8: Utilidade de vídeos para os objetivos da organização

3.5 Critérios de compra – Guias dos compradores

A fácil utilização e a confiabilidade são os recursos mais importantes de uma solução de vídeos. Em um portal de vídeos, o suporte para dispositivos móveis e a possibilidade de controlar o conteúdo apresentado aos usuários e o que cada usuário pode fazer são essenciais. Especialmente para os departamentos de marketing, as ferramentas de criação de vídeos de fácil utilização são uma falha fundamental e a principal preocupação relativa a uma solução de webcasting é a reprodução de alta qualidade.

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

3.5.1 Recursos do portal de vídeos

Os portais de vídeos contam com muitos recursos. Os inquiridos classificaram a importância de vários recursos fundamentais. A liderar a lista está a possibilidade de pesquisar, procurar e assistir vídeos em dispositivos móveis. A importância dos vídeos móveis é discutida de modo mais detalhado em uma seção a seguir.

Ao que tudo indica, recursos emergentes, como testes em vídeo ou a ludificação, ainda estão em desenvolvimento, com um maior número de inquiridos classificando-os como não importantes.

Importância de vários recursos no portal de vídeos

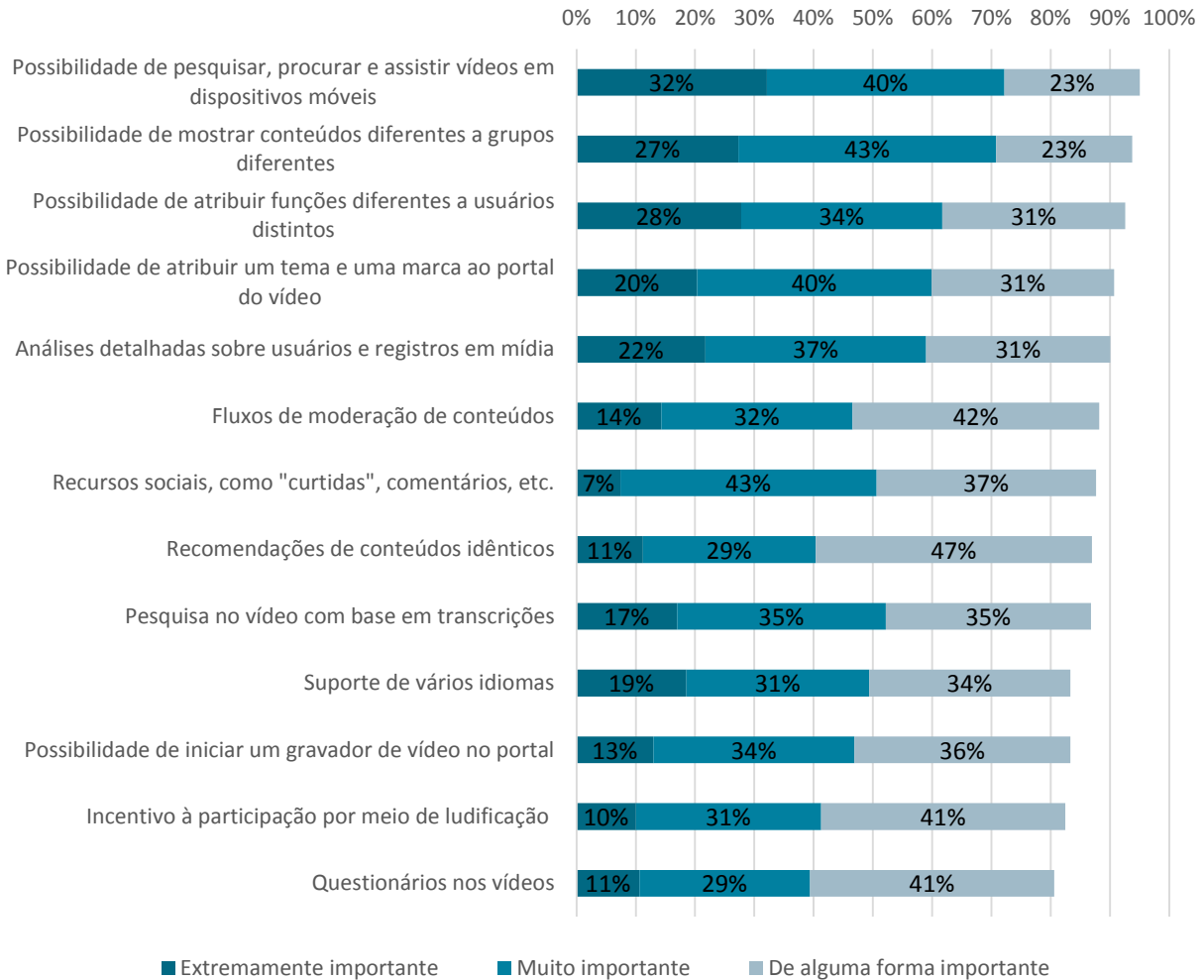


Figura 9: Importância de vários recursos no portal de vídeos

3.5.2 Recursos necessários para webcasting

A liderar a lista de recursos importantes para um sistema de webcasting está a reprodução de alta qualidade. O suporte para vários apresentadores, convites fáceis de utilizar e um fluxo de acompanhamento também foram classificados como muito importantes.

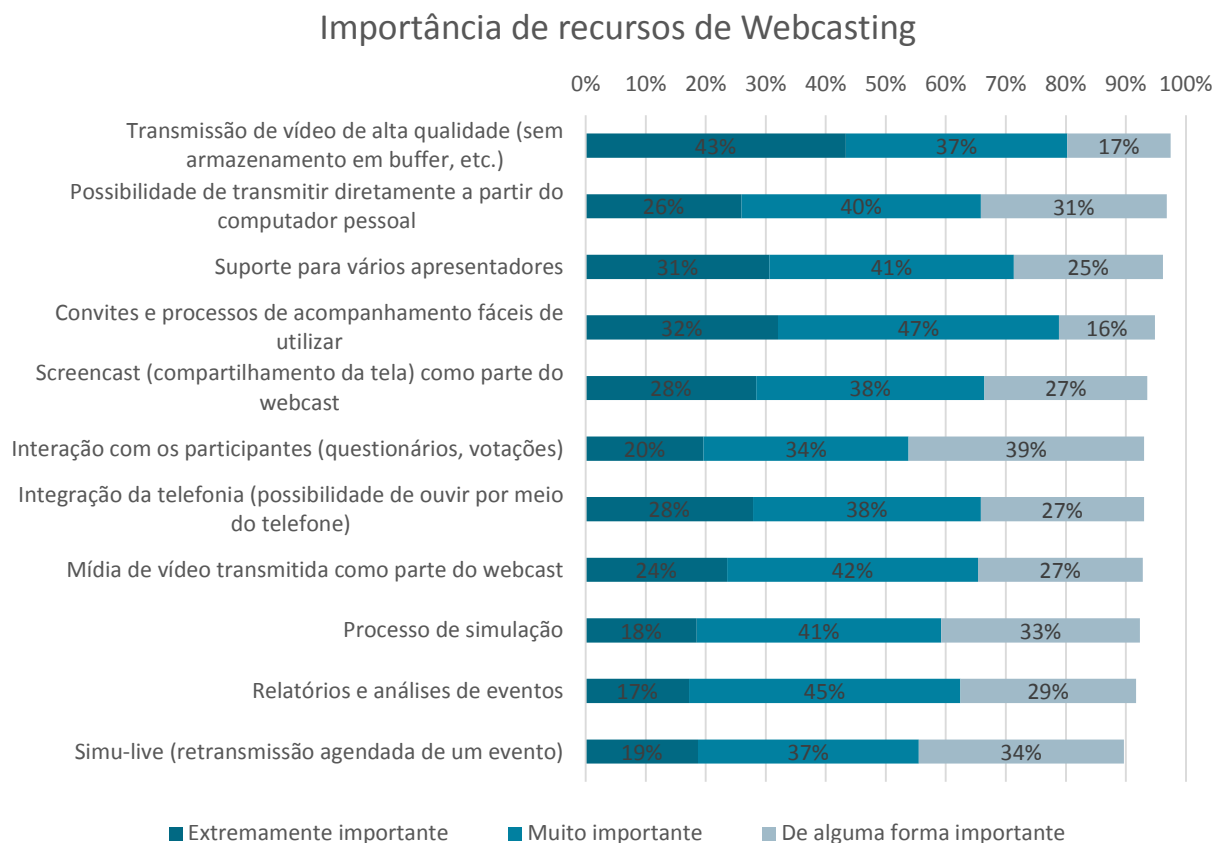


Figura 10: Importância de recursos de webcasting

3.5.3 Recursos de vídeo para dispositivos móveis

Para dispositivos móveis, a possibilidade de transmitir vídeos sob demanda é o mais importante, seguido da possibilidade de baixar conteúdo para a reprodução offline e da transmissão ao vivo.

Importância do recurso de vídeo para dispositivos móveis

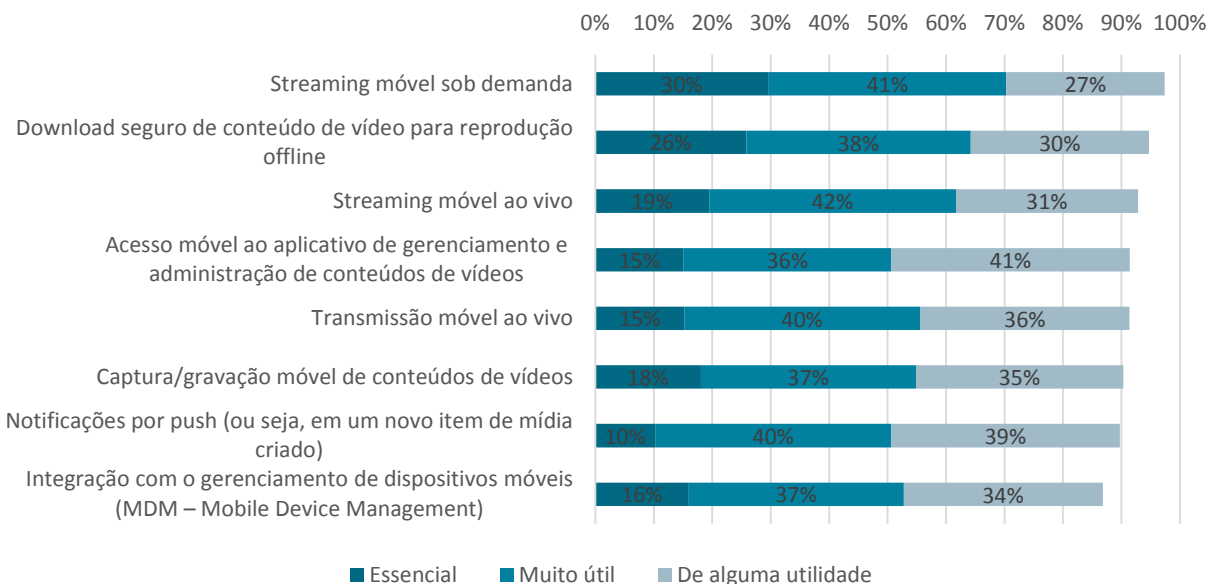


Figura 11: Utilidade dos recursos de vídeos para dispositivos móveis

3.5.4 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. Cerca de metade das organizações estão trabalhando no sentido de consolidar suas soluções de vídeo com um menor número de fornecedores.

O gráfico a seguir mostra o número de fornecedores de vídeo usados em várias organizações:

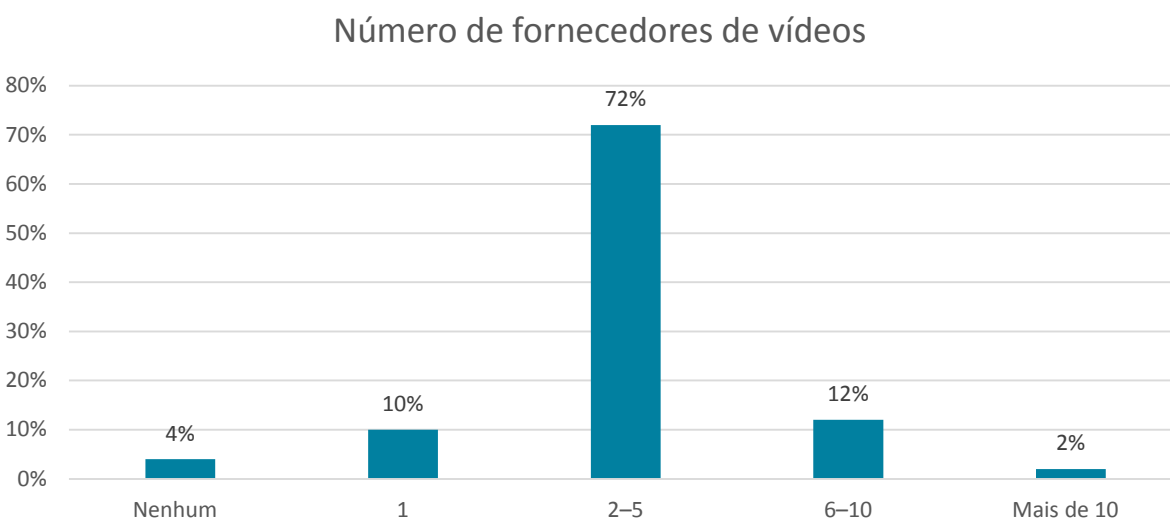


Figura 12: Número de fornecedores de vídeos

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, cerca de metade dos inquiridos afirmou que não há um plano ou que não sabe e cerca de metade afirmou que sua organização está na fase de processo.

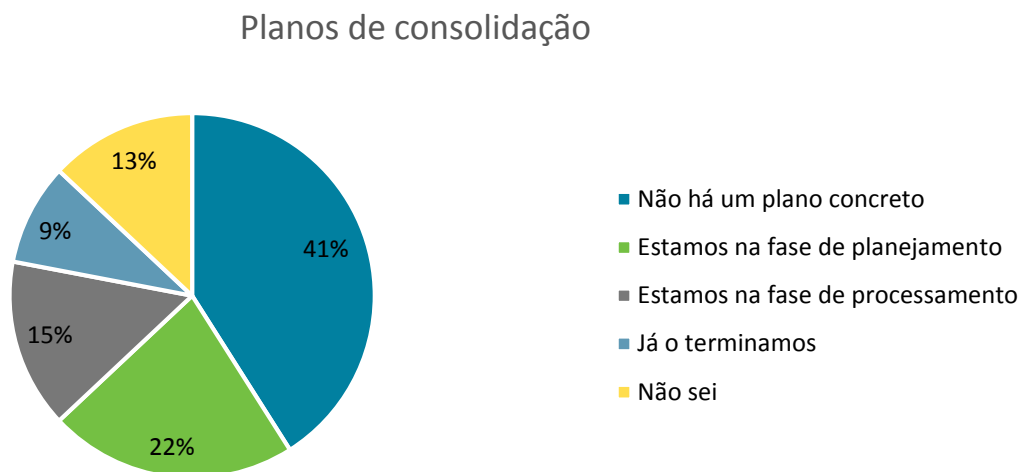


Figura 13: Planos para consolidar os fornecedores de vídeos

3.6 Expectativas

3.6.1 O futuro do conteúdo gerado pelos funcionários

O conteúdo de vídeo gerado pelos funcionários se tornará uma ferramenta de negócio importante nos próximos três anos?

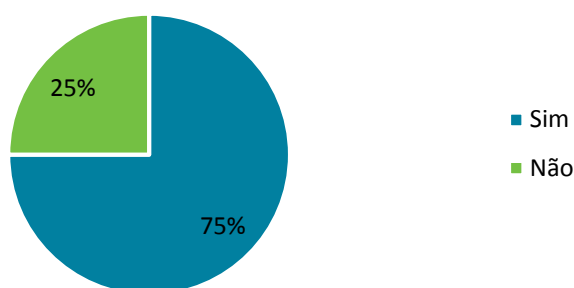


Figura 14: O futuro do conteúdo de vídeos gerado pelos funcionários

75% dos inquiridos consideram que o conteúdo de vídeos gerado pelos funcionários se tornará uma ferramenta de negócio importante nos três anos seguintes.

3.6.2 O futuro do vídeo para dispositivos móveis

Quanto ao futuro do vídeo para dispositivos móveis, 84% consideram que os dispositivos móveis serão os principais dispositivos para a visualização de vídeos em empresas e 38% consideram que os dispositivos móveis serão o principal dispositivo para a criação de vídeos.

Os dispositivos móveis se tornarão o principal dispositivo para a criação e uso de vídeos de empresas nos próximos três anos?

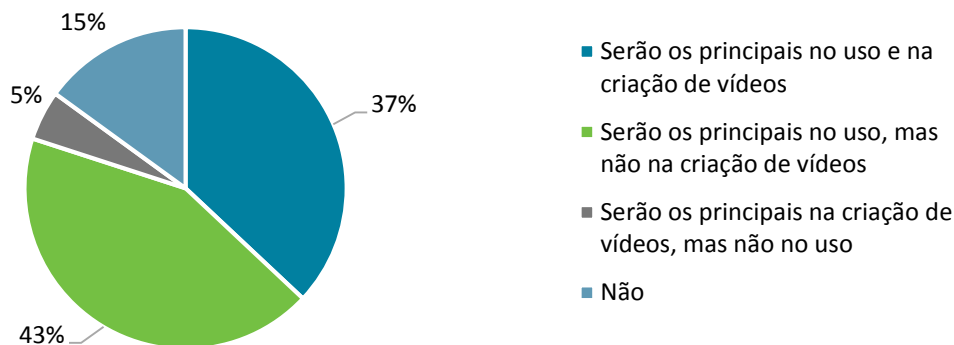


Figura 15: O futuro dos dispositivos móveis para vídeos em empresas

4 Índice – Como é que tudo se conecta?

Os vídeos são usados em uma vasta gama de organizações, especialmente para treinamentos e em marketing. Porém, a popularidade da criação de conteúdo é bastante notória, sendo que o conteúdo gerado pelos funcionários ultrapassa as comunicações por parte do executivo.

De fato, a capacidade de comunicar por meio de vídeos é muito importante no contexto de trabalho atual e, nos próximos três anos, está previsto que o conteúdo gerado pelos funcionários se torne uma ferramenta de negócio importante. Os funcionários esperam que o local de trabalho melhore suas habilidades de comunicação por vídeo e esta expectativa abrange o sistema educacional, com a esperança de que as escolas ensinem habilidades de comunicação por vídeo para preparar os futuros funcionários da melhor forma possível. Esta expectativa se torna mais notória à medida que os funcionários assistem e criam cada vez mais vídeos. Para apoiar o desejo de um aumento das habilidades de comunicação por vídeo, além do treinamento, os funcionários pedem ferramentas fáceis de utilizar para a captura de vídeos. Os funcionários também estão votando em um aumento do suporte de vídeos em dispositivos móveis, uma vez que a grande maioria acredita que os dispositivos móveis serão os principais dispositivos para vídeos em empresas.

Os vídeos têm um impacto muito positivo em vários objetivos da organização, sendo que entre os principais está a melhoria das comunicações e o melhor e mais rápido treinamento dos funcionários. Com um impacto tão positivo, não admira que, em comparação com a pesquisa do ano anterior, a pesquisa desse ano revele que, em quase todos os casos de uso, o uso do vídeo esteja aumentando. Isso cria um desafio de TI na medida em que as redes das

organizações e as eCDN ou soluções de distribuição peer-to-peer atuais se esforçam por dar resposta às demandas específicas de vídeos.

As organizações consideram a integração de vídeos nos seus sistemas e fluxos de trabalho existentes uma mais-valia. Porém, também existe uma forte convicção de que os vídeos merecem ter seu próprio canal dedicado sob a forma de um portal de vídeos de empresas, oferecendo um ponto de acesso único para o público interno e externo e incentivando à descoberta de vídeos e à participação de funcionários.

Os dados desta pesquisa sugerem que a tecnologia de vídeo é uma das principais forças no mundo empresarial. Nos próximos cinco a dez anos, os vídeos serão algo comum, tão normais quanto os emails, as chamadas telefônicas ou as reuniões atuais. Eles irão aumentar a criatividade, possibilitar um aprendizado mais rápido e conduzir a uma mudança cultural.

Nas palavras de um inquirido "*os vídeos estão alterando significativamente o panorama*".

Sobre a Kaltura

Com a missão de fortalecer qualquer experiência relacionada com vídeos, a plataforma de vídeos online da Kaltura foi implantada mundialmente em milhares de empresas, empresas de mídia, provedores de serviços e instituições educacionais, estimulando o ensino, aprendizado, a colaboração, comunicação e o entretenimento por meio de vídeos. Para obter mais informações, visite <http://corp.kaltura.com/>.



www.kaltura.com | <http://corp.com/company/contact-us> | + 1 800 8715224 | 250 Park Avenue South, 10th Fl, New York, NY

©Kaltura, Inc., 2015. Todos os direitos reservados.