

sofisticate di quelle che abilitano il funzionamento di soluzioni 'free' comunemente utilizzate".

Evoluzione tecnologica e qualità

Fino a qualche anno fa il limite alla qualità del segnale era rappresentato dalla dipendenza dei sistemi dalle linee telefoniche, cioè da un segnale audio/video che cambiava notevolmente qualità a seconda delle aree coperte. Allora per migliorare la situazione si adottarono uno stuolo di linee Isdn con un costo fisso oltre a quello di installazione e di utilizzo. Successivamente audio e video hanno trovato spazio sulle linee IP – le linee interne ai sistemi – che hanno segnato un salto epocale nella qualità di trasmissione del segnale. Il viaggio tecnologico ci ha portato poi alla scoperta dell'HD e del full HD, grazie al quale più che di videoconferenza si parla oggi di 'telepresenza', di una tecnologia cioè che permette di percepire come presente davanti a noi la persona in collegamento remoto. "Il concetto che ci guida nella ricerca e nello sviluppo è la simulazione della presenza del proprio interlocutore dall'altra parte del tavolo quando questi si trova invece dall'altra parte del mondo" commenta Mancusi.

Un abito su misura

Nel tempo le infrastrutture hanno permesso di fare passi da gigante nella qualità di risoluzione audio e video. Oggi dunque non si può parlare di barriere tecnologiche, quanto di iniziali barriere economiche. "Da non dimenticare però – ricorda Mancusi – che disponiamo anche di 'sistemi base' dedicati alle Pmi con budget ridotti. A catalogo vantiamo un'offerta flessibile e customizzabile". Il vero ostacolo, ci dicono, è la scarsa cultura rispetto alla diffusione dello strumento: il non sapere cosa sia possibile fare, e a che costo, è spesso il primo freno che fa desistere. "Oggi in effetti – sottolinea Mancusi – c'è la possibilità di tagliare una soluzione su misura, espandibile e modificabile a seconda delle necessità del cliente. Dal monitor al videoproiettore il committente ha a sua disposizione un'ampia scelta".

Il target di aziende a cui un fornitore di soluzioni audio/video fa riferimento è trasversale a tutti i settori industriali e, più in particolare, si rivolge a tutte quelle aziende che hanno possibilità di un minimo capitolo di investimento nell'Ict. Soprattutto alle organizzazioni che hanno la necessità di mettere in comunicazione più gruppi di lavoro distanti tra loro, siano questi localizzati

Synergie

Fatturato: 3,2 milioni di euro
Attività: Audio Video professionale, Rental, Educational
Dipendenti: 12
Sede: Trezzano sul Naviglio (MI)
www.synergie.it

in due capi diversi del mondo o in due aree differenti della stessa città. Synergie si rivolge spesso alle aziende che hanno la necessità di mettere in comunicazione tra loro più gruppi di lavoro sulla base di una produzione di un qualsiasi manufatto complesso. Con questo strumento è possibile mostrare passo dopo passo lo sviluppo di un prodotto in tempo reale facendo apprezzare le caratteristiche anche a

coloro che fisicamente non lo possono avere sott'occhio. "In questo modo – spiega Mancusi – si riduce notevolmente anche il *time to market*, ossia tutto quel processo che dall'idea porta alla realizzazione e alla messa in vendita del prodotto".

Il rischio che gli operatori di videocomunicazione affrontano quotidianamente è offrire al proprio cliente la giusta soluzione. "Di solito – conclude Mancusi – la vera difficoltà sta nel tarare una soluzione davvero mirata per le esigenze del cliente, che spesso ha tante idee ma non molto chiare. La nostra proposta è seguire il cliente nella scelta e guidarlo nell'evoluzione dello strumento mostrandogli quali ambiti di sviluppo può sperare di ottenere".

Videocomunicazione, il sistema custode della conoscenza aziendale

Le tecnologie per la videocomunicazione non aiutano solo le persone a migliorare la loro relazione e le aziende a aumentare il profitto. Potremmo paragonare le tecnologie all'autostrada su cui viaggia e si diffonde in azienda la conoscenza, quell'impalpabile esperienza (che continuamente facciamo del mondo esterno) fatta di sapere,

saper essere e saper fare.

La pensa così **Giorgio Lais**, Direttore vendite di **Teleskill**, realtà che dal 1999 opera per la progettazione e la realizzazione di soluzioni informatiche e applicativi per la formazione, la comunicazione e l'erogazione di formazione a distanza.

"Siamo convinti, da casi di successo – spiega Lais –, che le soluzioni di videocomunicazione ci stanno



Giorgio Lais
Direttore vendite di Teleskill

dando ragione in merito alla diffusione delle informazioni e della conoscenza all'interno delle aziende, anche in

una prospettiva formativa". La videocomunicazione sta offrendo il suo supporto laddove è necessaria una condivisione della conoscenza e dei contenuti aziendali.

Un progetto portato a termine da Teleskill per un importante cliente ha avuto come output la creazione di un network tra le diverse persone appartenenti alla forza vendita dell'azienda. La multinazionale è partita da un'esigenza concreta: l'aggiornamento della propria rete vendita (oltre 1000 agenti) attraverso strumenti che consentissero in tempi rapidi di formare gli account di vendita operanti sul territorio. Tra gli obiettivi anche quello di creare un solido network tra persone che non si conoscevano ancora. "Abbiamo avuto un ottimo riscontro - commenta Lais -, perché le persone sono riuscite a conoscersi, a condividere i risultati e importanti informazioni in un modo molto semplice e snello".



Emanuele Pucci
Ceo di Teleskill

Una soluzione apprezzata dai Ceo

Il valore aggiunto delle attuali soluzioni di videocomunicazione è da ricercare, secondo Lais, nella totale integrazione - a 360 gradi - con le piattaforme del cliente. Un connubio reso possibile grazie all'avanzamento delle innovazioni tecnologiche di questi ultimi anni. Inoltre - aggiunge Lais - la possibilità di registrare sessioni di videocomunicazione rende possibile l'utilizzo di queste soluzioni anche in modalità 'on demand' per coloro che non hanno avuto la possibilità di partecipare al meeting o alla sessione formativa. Si apre così l'intera prospettiva di sviluppo legata alla formazione a distanza, all'universo dell'E-learning.

La tendenza registrata è che a far uso delle nuove tecnologie di videocomunicazione sia soprattutto il top level, il vertice aziendale, sempre più alle prese con strumenti di videocomunicazione mobile. "Oggi un Ad può avere un accesso indicizzato ad archivi che contengono registrazioni di videoconferenze risalenti anche ad anni passati" sottolinea Lais. Un valore aggiunto in termini di processi decisionali. "La direzione centrale deve essere, a

nostro avviso, l'unico sponsor di progetti per l'implementazione di soluzioni video - conferma Emanuele Pucci, Ceo di Teleskill -. La diffusione di questi sistemi di videocomunicazione tocca trasversalmente una buona parte di azienda, se pensiamo alle riunioni, alla formazione, ai seminari, alla diffusione di tutta la conoscenza. Per questo deve essere sponsorizzata da chi prende le decisioni strategiche per l'organizzazione, soprattutto quando occorre far quadrare i conti monitorando il controllo di gestione e tagliando i costi inutili".

Informazioni uguali per tutti

Grazie a questo strumento il risparmio, in termini di riduzione dei costi, sembrerebbe immediato. "In realtà i benefici più duraturi si ottengono sulle pratiche di collaborazione tra le persone" sottolinea Pucci. Infatti le collaborazioni in *videoconferenza* tra persone impediscono che si creino 'asimmetrie informative' grazie al fatto che l'informazione, così concepita, non può che essere unica e univoca. In questo modo le informazioni non si disperdono nell'Odissea del 'telefono senza fili'.

Da utilizzare nella formazione a distanza, la videocomunicazione ha un potenziale inespresso altissimo. Infatti consente di formare contemporaneamente tante risorse dislocate su tutto il territorio senza affittare aule per l'erogazione del corso. "Formare una forza vendita attraverso questa modalità permette all'azienda di affacciarsi prima sul mercato" spiega Pucci.

Tutto così semplice? Purtroppo no. Le resistenze all'utilizzo sono ostacoli che ogni azienda deve tenere in considerazione dinnanzi a questo quadro così rassicurante. Facile scaricare la colpa sull'allergia dei dipendenti alle nuove tecnologie, sostiene Pucci. "Secondo la nostra esperienza - afferma il numero uno di Teleskill - le prime resistenze non sono tanto legate all'investimento.

Sono storicamente afferenti alla difficoltà di utilizzo che una volta caratterizzava questi sistemi. Spesso le difficoltà di connessione fanno in modo che si preferisca prendere in mano il telefono o, nei casi più estremi, prenotare direttamente un biglietto d'aereo".

Ma oggi il trend è cambiato radicalmente. A breve, sostiene Pucci, ci auguriamo che qualunque tipo di Pc nasca predisposto per un semplice utilizzo dello strumento video, cosicché da una qualsiasi macchina presente in azienda sia possibile fare una videoconferenza. "Quando questa *vision* sarà realtà la videocomunicazione non avrà più barriere".

Teleskill

Servizi: Learning management system, Videoconferenza live, Produzione multimediale, Consulting

Attività: Mediazione on line, Mobile learning, Sales learning academy, Easy learning

Sede: Roma

www.teleskill.it