

ESTUDO DE CASO

A Electrolux oferece os melhores eletrodomésticos do mundo com uma especial colaboração da BlueJeans

Como uma empresa líder global em eletrodomésticos, a família de marcas da Electrolux oferece mais de 60 milhões de produtos de casa e profissionais a cada ano para clientes em 150 países. Fundada em 1919 e sediada em Estocolmo, Suécia, seus negócios cresceram para 55.000 funcionários. Construir, vender e dar suporte a eletrodomésticos internacionalmente exigiu uma solução de colaboração de nível empresarial para a força de trabalho. Hoje, a Electrolux é uma grande usuária da BlueJeans — conectando milhares de endpoints através de vídeo e com uma média de milhões de minutos de reuniões a cada semana.

Levando as comunicações do funcionário mais para a frente com a BlueJeans

Peo Enea é líder da equipe Electrolux para Multimídia e Voz Global, responsável por testar a força de trabalho para o futuro com aquisições de TI. Para escalar sua tecnologia de comunicação, Enea optou pela BlueJeans conforme os negócios e o efetivo continuaram a expandir em todo o mundo. “A Electrolux utiliza o BlueJeans Meetings e o Events para uma variedade de casos de uso por toda a empresa. A comunicação por vídeo em tempo real se tornou fundamental para nossa colaboração interna. Todos os departamentos precisam de soluções de reunião fáceis de participar para manter e melhorar a produtividade por toda a empresa”, disse Enea.

Concretizar a colaboração com uma plataforma de videoconferência de última geração exigiu algum treinamento para diferentes organizações — vendas, marketing, engenharia, RH, finanças e outras que precisaram de acesso instantâneo às reuniões por vídeo. “Nossa equipe utilizou uma combinação de vídeos de treinamento, documentação de integração e guias de melhores práticas para garantir a ampla adoção da BlueJeans.



Setor: Fabricação de eletrodomésticos

Desafios: Equipar 55.000 funcionários e escritórios em 150 países com comunicações iniciadas por vídeo para substituir uma variedade de antigas tecnologias de conferência difíceis de usar.

Soluções: BlueJeans Meetings para colaboração interna em todos os departamentos e utilização junto a equipes lidando diretamente com clientes para suporte de eletrodomésticos no local. BlueJeans Events para gestão de streaming, treinamento, reuniões gerais, e largura de banda de larga escala.

Resultados: Alcançou 95% de satisfação na pesquisa com 3.600 usuários finais. A ampla adoção conduz 11 milhões de minutos de reunião por mês, 58.000 reuniões por mês e mais de 280 mil endpoints participantes aderindo por mês.

“Abrimos alguns escritórios no Brasil e utilizamos o BlueJeans Accelerator para gestão de largura de banda. O Brasil e outras partes da América Latina possuem pontos de acesso locais mais limitados e restrições de largura de banda. O Accelerator reduz os streams da internet para maximizar a qualidade do evento.”

– PEO ENEA, LÍDER MULTIMÍDIA E VOZ GLOBAL, ELECTROLUX

Também criamos um local SharePoint especial para abrigar todos os arquivos associados e monitorar a satisfação do usuário. No geral, implementamos a BlueJeans para 24.000 usuários finais por toda a rede global de nossos câmpus, locais de escritório e remoto,” diz Enea.

Além disso, a excelência inabalável da Electrolux sobre o comprometimento com o cliente incluiu o uso da BlueJeans para remediar preocupações e dúvidas locais sobre produtos. “Nossos funcionários que lidam com clientes diretamente têm usado o compartilhamento de tela para auxiliar e resolver problemas de usuários da Electrolux em suas casas. O vídeo de mão dupla deu às nossas equipes de suporte e instalação uma grande opção de levar novos clientes através de nossos produtos e eletrodomésticos,” disse Enea.

Reuniões gerais e “all-hands”

Alcançar uma força de trabalho forte de 55.000 exige um esforço conjunto dos departamentos de comunicações e TI e só é possível com uma solução de streaming de larga escala. “A solução do BlueJeans Events é utilizada para qualquer grande apresentação, normalmente oferecida por nossos executivos nível C. Reuniões gerais trimestrais de CEO/CFO, desempenho de negócios, lançamentos de produtos e sustentabilidade de iniciativas do RH — utilizamos o BlueJeans Events para tudo isso”, diz Enea.

Para tratar de desafios de rede em escritórios de diferentes localizações, Enea descobriu o valor nas opções de conectividade oferecidas pelo BlueJeans Events. “Para alguns de nossos escritórios no Brasil utilizamos o BlueJeans Accelerator para gestão de largura de banda. O Brasil e outras partes da América Latina possuem pontos de acesso locais mais limitados e restrições de largura de banda. O Accelerator reduz os streams de internet para maximizar a qualidade do evento, para que os usuários possam assistir a uma apresentação por vídeo de alta qualidade, sem comprometer a rede de área local”, diz Enea.

Satisfação e métricas de sucesso

Antes da parceria com a BlueJeans, a Electrolux utilizava a ATT Connect para suas necessidades de comunicação. De acordo com Enea, a qualidade de vídeo era muito baixa para a adoção geral e os participantes de reuniões externas precisavam baixar um aplicativo para funcionar. “Nós realmente gostamos da opção com base em navegador da BlueJeans para aqueles que participam de fora da nossa organização. Uma outra razão para mudarmos nossas conferências para a BlueJeans foi reduzir chamadas de acesso e aumentar o uso do VoIP. Foi um benefício alavancar o produto SaaS ao invés de uma operadora de áudio tradicional como a ATT”, diz Enea.

Dois anos depois da implementação, a Electrolux perguntou a 3.600 usuários finais sobre suas experiências com a BlueJeans. Enea está extremamente feliz com os resultados — uma taxa de satisfação de 95% dentre os participantes da pesquisa. “Nós comparamos esta métrica à nossa pesquisa anterior de quando usávamos o Skype for Business. No seu auge, nossos funcionários classificaram o Skype com uma taxa de aceitação de apenas 50%. Mesmo depois das medidas obrigatórias de home office, vivenciamos um volume muito grande de utilização com 11 milhões de minutos de reunião por mês, 58.000 reuniões por mês e mais de 280 mil endpoints participantes aderindo por mês.”

Como a maioria da força de trabalho de 55.000 mudou para o home office devido à pandemia global, os minutos de reunião, endpoints e reuniões mensais aumentaram mais do que 2 vezes. As reuniões também cresceram em termos de tamanho, ainda que tenham diminuído em tempo na média de 5 minutos por reunião, o que acarreta um aumento de produtividade. Apenas em março, foram 605.000 minutos/10.000 horas economizadas somente por estar em casa focando no que é essencial. A Electrolux também viu um aumento de 17% na população de usuários agora utilizando vídeo, provavelmente porque os funcionários querem se conectar com colegas que não conseguem mais ver pessoalmente.

COVID-19 e a continuidade cultural

Manter o engajamento do funcionário apesar das atribuições com distância física foi crítico para a equipe de RH da Electrolux. Konstantina Held, especialista em desenvolvimento e aprendizado global levou vários programas de desenvolvimento profissional para a BlueJeans. Esses workshops virtuais para novas contratações e treinamento de gerentes são fundamentais

para reforçar a missão e mantra colaborativo da Electrolux. De acordo com Held, essas sessões criaram uma atmosfera educacional e receptiva. “Nós pudemos oferecer essas reuniões na BlueJeans como se estivéssemos entrando no mesmo escritório. Para mais aprendizado personalizado, utilizamos as salas simultâneas BlueJeans para dividir a classe em seções menores.”

O feedback dos funcionários novos e temporários tem sido positivo conforme a equipe de RH da Electrolux encontra formas criativas de manter as pessoas socializando, mesmo através de videoconferência. “Convidamos grupos para happy hours virtuais, pausas para o café, e conduzimos pesquisas de satisfação frequentes para garantir que ninguém perca a interação e a cordialidade normalmente vivenciadas quando as pessoas visitam o escritório”, disse Held.

SOBRE A ELECTROLUX

Dentro de uma família de marcas incluindo, AEG, Anova, Frigidaire, Westinghouse e Zanussi, a Electrolux produz geladeiras, lava-louças, máquinas de lavar, fogões, aspiradores, ar-condicionado e pequenos eletrodomésticos. O Electrolux Group é o único fabricante de eletrodomésticos no mundo a oferecer soluções completas para consumidores e profissionais. Seus negócios continuam a encantar clientes na Europa, América do Norte, América Latina, Ásia-Pacífico, Oriente Médio e África.