

## Unified Communication handler (også) om viljen til forandring

by Ditte Due Mortensen - mandag, maj 18, 2015

<http://perspektiv.tdc.dk/unified-communication-handler-om-forandring/>

## Unified Communication handler (også) om viljen til forandring

**Mange tror, at man primært køber teknologi, når man køber Unified Communication. Men faktisk køber man snarere løsninger, der kan understøtte organisationens fortsatte udvikling. TDC-ekspert forklarer hvordan.**

Unified Communication er et af de mest flertydige begreber i it-verdenen. Gennem årene er det blevet brugt i et hav af forskellige sammenhænge og kan derfor også dække over et hav af forskellige anvendelsesområder.

Mikkel Daa Hansen

Derfor er en indledende begrebsafklaring nødvendig for at forstå det fulde potentiale i Unified Communication, siger Mikkel Daa Hansen, salgsdirektør i TDC Solution Sales.

“Definitionen af Unified Communication skal indeles i to faser. Første fase handler om at finde frem til, hvad en brugers daglige arbejdsopgaver består i. Anden fase handler om at bruge viden fra første fase og overføre det til løsninger, der bedst og nemmest understøtter brugeren via en række digitale samarbejdsværktøjer såsom mail, chat, telefoni, mobiltelefoni og video. Det er i al sin enkelhed Unified Communication.”

[Læs også: Unified Communications... hva' for en fisk?](#)

### Det-plejer-vi-jo-at-gøre

Mikkel Daa Hansen forklarer, at der er mange virksomheder, der ikke formår at høste de fulde gevinster i Unified Communication. Primært fordi forandringsvillighed – og det modsatte – er en indbygget forudsætning for en succesfuld implementering af Unified Communication-løsninger.

“Nogle virksomheder baserer primært deres forretning og dermed også it-investeringer på traditionsbestemte principper. På det-plejer-vi-jo-at-gøre-mentaliteten. De virksomheder har svært ved at omlægge deres eksisterende praksis ved hjælp af digitale værktøjer,” siger han.

[Læs også: Kære direktør, du er slet ikke så omstillingsparat, som du tror](#)

### Software- og licensbaseret UC

Tidligere investerede man i Unified Communication uden at differentiere på brugertyper. Men alt i dag er

blevet software- og licensbaseret. Det betyder dels, at man kan justere sin Unified Communication-løsning løbende og efter behov, og dels at man kan få mere værdi for pengene, end hvis man skulle købe samme basisfunktionalitet til alle.

“I bund og grund kan man give alle medarbejdere, de værktøjer de har brug for. Og det vil være værktøjer, der resulterer i arbejdsglæde, effektiviseringer, god kundeservice og øget konkurrenceevne.”

“Derfor burde langt flere virksomheder også være mere ambitiøse på deres virksomheds og deres ansattes vegne, når de investerer i Unified Communication. De ender ofte med at købe standardværktøjer, men de burde fokusere mere på den brugerspecifikke funktionalitet,” siger Mikkel Daa Hansen.

### **Forankring i topledelsen**

Endelig tilføjer han, at Unified Communication-implementeringer oftest bliver en succes, når de bliver dybt forankret i forretningen og ikke ender som et besparelsesinitiativ.

“Ligesom det gælder for alle andre it-projekter, skal topledelsen tage ejerskab over UC-projekterne, før de for alvor får værdi for en organisation. Der må også meget gerne være medarbejderrepræsentanter involveret i implementeringsprocessen. Det er mellemlederne, der skal få kommunikationsløsningerne til at leve på tværs af de forskellige afdelinger og få det hele til at spille sammen.”

### **Stor spændvidde i UC-løsninger**

Spændet i Unified Communication-løsninger er stort, men tager altid udgangspunkt i brugeren. I den ene ende af spektret kan man tage medarbejderen, som kun har behov for begrænset samarbejdsfunktionalitet såsom chat og dokumentdeling.

I den anden ende af spektret kan man tage superbrugeren, der benytter avanceret HD-videokonferenceudstyr på kontoret samt en lang række samarbejdsværktøjer, der eksempelvis inkluderer social og mobil teknologi.

“Jeg har sågar været med til bygge kunders SAP- og Salesforce-applikationer ind i deres kommunikationsløsning,” siger Mikkel Daa Hansen for at demonstrere fleksibiliteten i kundespecifikke UC-løsninger.

### **Kundeservice vigtig parameter**

Virksomheder og organisationers kundeserviceafdeling er et godt eksempel på en funktion, der kan opleve store kvalitetsløft med værktøjerne i Unified Communications.

“Jeg har set eksempler på skriftlige borger- og kundehenvendelser, der lå ubehandlede hen i flere dage, før de røg hen til rette medarbejder. Den form for ventetid vil blive mindre og mindre acceptabelt i fremtiden,” siger Mikkel Daa Hansen.

“God kundeservice er en vigtig parameter at blive bedømt på. Både inden for det offentlige, men i høj grad også for private virksomheder, der konstant leder efter nye områder, de kan skille sig ud på i forhold til konkurrenterne.”

## **Optimering ved hjælp af UC**

Der findes mange effektiviseringsmuligheder i en organisation, når først man går i gang med at analysere på egen praksis.

“Jeg tror, at alle organisationer kunne foretage observationer, der ville resultere i optimering eller direkte besparelser ved hjælp af de rette kommunikationsværktøjer. Og det er vel at mærke uden at være nødt til at afskedige medarbejdere. Det er bare optimeringer, som stammer fra at gøre ting anderledes,” slutter Mikkel Daa Hansen.