

GN Making Life Sound Better
FOR 150 YEARS

The Future of Work

Jabra OP

Team 2, Digital Konzeptudvikling, 5. Sem., Projekt 1, Gruppe 9

Link til prototype: <https://www.figma.com/proto/6JXNf8YDoWJHCiHHEk2sbd/Untitled?page-id=0%3A1&node-id=1-2&viewport=181%2C346%2C0.19&scaling=min-zoom>

Dato: 23. marts 2023

Samlet antal af anslag: 22.952

Anne My Munksgaard Thaysen

Tlf: +45 30303749

E-mail: anne6x24@stud.kea.dk

Bio: Uddannet multimediedesigner med stor interesse for fotografi, videografi, grafisk design og storytelling. Jeg er altid klar på nye udfordringer og ser mig selv som en holdspiller.



Lærke W. Engelberth

Tlf: +45 22464731

E-mail: lær579a@stud.kea.dk

Bio: Passioneret og ambitiøs Digital Konzeptudvikling studerende, der brænder for at omsætte kreativitet og nysgerrighed til nye spændende løsninger. Mine færdigheder omfatter UX/UI design, webudvikling, SoMe og videoproduktion, og jeg er altid interesseret i at finde nye områder at udfordre mig selv inden for.



Julius Oliver Schütz-Lloyd

Tlf: +45 30303749

E-mail: anne6x24@stud.kea.dk

Bio: Passioneret og flittig Digital Konzeptudvikler som har stor interesse for UX og produkt design. Jeg elsker udfordringer og er den fødte problem solver. Mine interesser ligger i film, grafik og IT. Jeg suger nye informationer til mig og er altid klar på at lære noget nyt



Sille N. Hvedehave

Tlf: +45 31414373

E-mail: sill2673@stud.kea.dk

Bio: Ambitiøs studerende med kompetencer indenfor bl.a. UX/ UI, grafisk design, content creation, teknologi, forretningsudvikling og dataindsamling, som altid er på udkig efter nye udfordringer og muligheder for at udvide sin viden og færdigheder.



Kirstine H. Krogshede

Tlf: +45 28197778

E-mail: kirs752m@stud.kea.dk

Bio: Stræbsom og passioneret studerende på Digital Konzeptudvikling. Jeg gør en dyd ud af at udfolde mig selv på en kreativ måde og tænke nyt og innovativt. Jeg har færdigheder inden for webudvikling, video, fotos, SoMe og kommunikation. Jeg er åben overfor alle typer opgaver, da jeg elsker at udfordre mig selv og være under konstant udvikling.



Monique W. Lohmann Andersen

Tlf: +45 23115274

E-mail: moni6596@stud.kea.dk

Bio: en kreativ og ambitiøs studerende der har kernekompetencer inden for UX researcher, UI-design og Grafisk design som elsker nye og anderledes udfordringer der er med til at styrke mine skills og lære mig nye måder at gøre ting på samt give mig mulighed for at bruge mine kreative evner.



INDHOLDSFORTEGNELSE

BESKRIVELSE AF STRATEGI	5
1.1 IDEUDVIKLING	5
1.2 INSPIRATIONSSØGNING	5
1.3 KONKURRENTANALYSE	6
1.4 OPSUMMERING AF TOWS	8
1.5 VISUALER	9
BESKRIVELSE AF KONCEPT	11
2.1 MÅL FOR KONCEPT	12
2.2 BESKRIVELSE AF JABRA OFFICE ASSISTANT	12
2.3 CUSTOMER JOURNEY	13
2.4 GOLDEN CIRCLE	14
2.5 ETISKE OVERVEJELSER	15
2.6 HVORFOR JABRA OFFICE ASSISTANT?	15
2.7 PROTOTYPE	17
2.8 VALUE PROPOSITION CANVAS	19
KONKLUSION	20
REFERENCELISTE	21
BILAG	24

DEVELOP

BESKRIVELSE AF STRATEGI

I dette afsnit vil vi redegøre for den strategi, vi har fulgt for at nå frem til vores endelige koncept. Vi vil derfor starte med at gennemgå vores ideudvikling, inspirationssøgning samt konkurrenter i forhold til både GN, men også mellem platforme, der tilbyder hjælpeværktøjer til online møder. Derudover vil vi i mål for koncept afsnittet komme omkring digital innovation i forbindelse med de nøgleteknologi områder, som vi fik præsenteret af GN.

1.1 IDEUDVIKLING

For at skubbe processen i gang, ift. at kunne lande et relevant koncept, startede vi med at brainstorme ([bilag 1](#)). Dette gjorde vi for at skabe et overblik over alle vores ideer, samt have overblik over hinandens ideer. Ud fra vores brainstorm har vi udvalgt en række ideer, som vi vil arbejde videre med.

Vi har kigget på fordele og ulemper ved ideerne, som har kunne hjælpe os mod en endelig løsning. Det har vi gjort ved at bruge Value Polarities, da det er en systematisk måde at identificere både positive og negative aspekter af en idé ([bilag 2](#)). Ved at undersøge og afveje de potentielle fordele og

ulemper ved hver idé kan vi bedre vurdere deres værdi og mulige konsekvenser, før vi vælger at gå videre med en løsning.

Vi bemærkede, at mange af vores ideer havde ligheder eller overlap, så vi besluttede at kombinere de bedste elementer fra hver idé til en samlet løsning.

1.2 INSPIRATIONSSØGNING

Vi ønsker, at vores koncept giver vores brugere den bedste oplevelse. Derfor har vi foretaget en større inspirationssøgning omkring andre produkter og platforme, som vi mener fungerer godt.

Den første platform, vi har fundet inspiration fra, er Teams, som er den mest populære platform ift. online kommunikation for virksomheder i dag ([Microsoft](#)). Vi finder det værdifuldt, at programmet har fuld integration med Microsoft 365 ([Microsoft](#)), hvilket gør det nemt for brugeren at planlægge opkald og dele invitationer på Google Calendar eller dele dokumenter og filer ([Google](#)). Vi mener, at muligheden for, at eksterne gæster

kan deltage fra deres browser uden at skulle downloade programmet, er særlig god, da vi ikke ønsker at begrænse vores brugere. Vi har også kigget og samlet inspiration fra andre mødeplatforme, såsom Zoom og Google Meet, som også er meget populære ([Zoom](#)) ([Google](#)). Dog er det tydeligt for os, at Teams er mere relevant for os. Dette kommer vi mere ind på i vores konkurrentanalyse.

Derudover har vi fået inspiration fra Jabra Engage høretelefonerne, da de giver brugeren 13 timers taletid plus kabel og hele 150 meters rækkevidde ([Jabra](#)). Dette mener vi er en særlig god egenskab, da det imødekommer den hybride medarbejder, som evt. kan være på farten og have brug for lang taletid og rækkevidde. Derudover kan høretelefonerne også connecte direkte til Microsoft Teams. Høretelefonerne kan med den avancerede, støjreducerende mikrofon levere krystalklar lyd, selv i støjende kontormiljøer.

Vi har også fundet inspiration fra Portable Smart Voice Translator Real Time 68, som er et produkt, der oversætter direkte tale med det samme til det ønskede sprog. Dette gør det nemmere for folk at kommunikere med andre på rejser og bryder med diverse sprogbarrierer. Dette betyder, at en tolk ikke længere er en afgørende nødvendighed ift. kommunikation på tværs.

1.3 KONKURRENTANALYSE

GN konkurrentanalyse

GN har flere konkurrenter ([bilag 3](#)), fordi de tilbyder flere produkter indenfor flere forskellige brancher såsom gaming, høreapparater og et alment consumer market. Eftersom at vores koncept er grænset til at handle om it og software virksomheder, er denne konkurrentanalyse også afgrænset til at handle om GN's produkter inden for gaming og det almene consumer market ([GN](#)).

Inden for gaming og headset udstyr, konkurrerer GN primært med Logitech G og Epos. ([Logitech G](#)) ([Epos](#)). GN's headsets har generelt høj kvalitet, med fokus på lyd kvalitet og komfort. Epos har en stærkere fokus på forretningsbrug, men deres gaming-headsets er også af høj kvalitet. Logitech G er kendt for deres høje kvalitet og holdbarhed på deres gaming-produkter. Af den årsag, er GN's produkter dyrere end deres konkurrenter. GN's produkter fokuserer primært på lyd kvalitet og komfort, men har også funktioner som støjreduktion og mikrofon-styring. Epos tilbyder også funktioner som støjreduktion og stemmekommandoer. Logitech G-produkter har en bred vifte af funktioner, herunder justerbar RGB-belysning, tilpasningsmuligheder og programmerbare knapper.

Samlet set tilbyder GN, kontra Epos og Logitech G alle høj-kvalitetsprodukter, der er egnet til gaming. Valget af mærke afhænger af brugerens præferencer for produktudvalg, pris, funktioner og brand recognition.

Konkurrenter inden for consumer markedet inkluderer brands som Sony, Bose og Jabra, som også tilbyder en bred vifte af audio-produkter såsom trådløse hovedtelefoner og højttalere ([Sony](#)) ([Bose](#)). Disse brands har ligesom GN fokus på lyd og komfort. Ifølge vores research, ligger GN's Jabra produkter i midten af prisskalaen sammenlignet med disse konkurrenter, som også tilbyder høj-kvalitetsprodukter, men til en mere konkurrencedygtig pris ([Pricerunner](#)).

Vi vil benytte denne konkurrenceanalyse, som en del af en strategi til at sikre at vores koncept kan få et tydeligt placering på markedet og tilbyde noget nyt og innovativt.

Konkurrentanalyse over digitale møde-platforme

Zoom, Microsoft Teams og Google Meet er nogle af de mest populære platforme til online video-kommunikation til møder og virksomheder ([Sadler M., 2021](#)) ([Iqbal M., 2023](#)) ([Curry D., 2023](#)). Disse platforme er kendt for deres nemme brugergrænseflade, stabilitet og kraftfulde funktioner, såsom

skærmdeling, virtuelle baggrunde og optagelsesfunktioner. Zoom har også tilpassede planer til virksomheder, der kræver højere sikkerhed og administration ([O'Flaherty K., 2020](#)).

Zoom tilbyder en enkel og brugervenlig grænseflade, der er let at navigere rundt i. Microsoft Teams er også enkel at bruge, men kan tage lidt tid at vænne sig til, da det har flere funktioner end Zoom. Google Meet har en minimalistisk grænseflade, men den kan være lidt mere forvirrende at bruge, især for dem der ikke er vant til Google Workspace.

Alle tre platforme tilbyder grundlæggende funktioner som videoopkald, skærmdeling og chat, men der er forskelle i deres avancerede funktioner. Zoom er kendt for sin stabilitet og funktionsdygtighed, mens Microsoft Teams har mere avancerede funktioner, såsom integration med andre Microsoft-applikationer og Teams Rooms for mødelokaler. Google Meet har også avancerede funktioner, men de er måske ikke lige så omfattende som de andre platforme.

Zoom og Microsoft Teams tilbyder integration med andre applikationer og tjenester som Salesforce, Slack, Dropbox og mange flere ([Salesforce](#)) ([Slack](#)) ([Dropbox](#)). Google Meet har også integration med Google Workspace-applikationer som Google Kalender og Google Drev ([Google](#)).

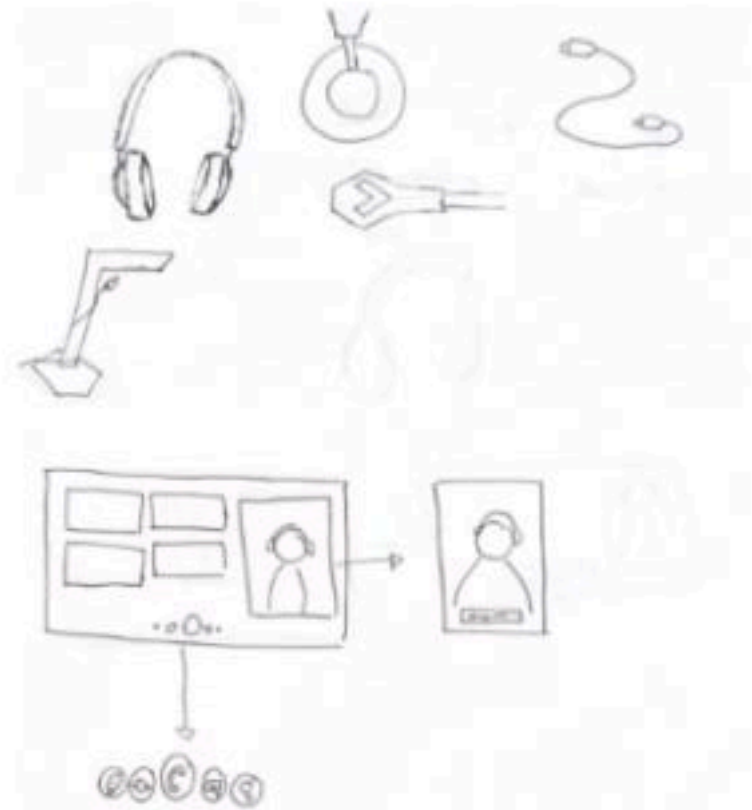
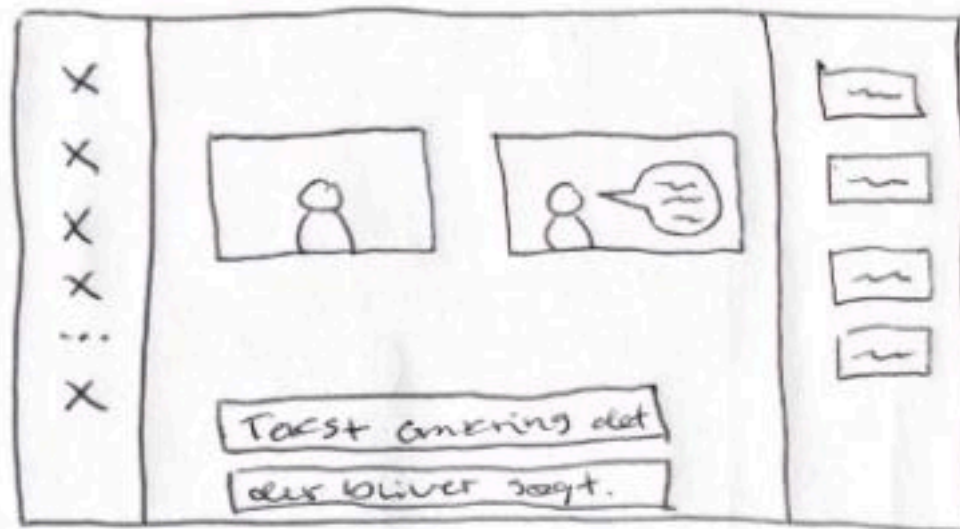
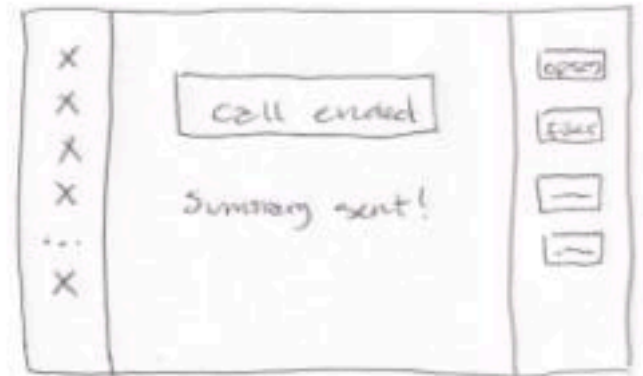
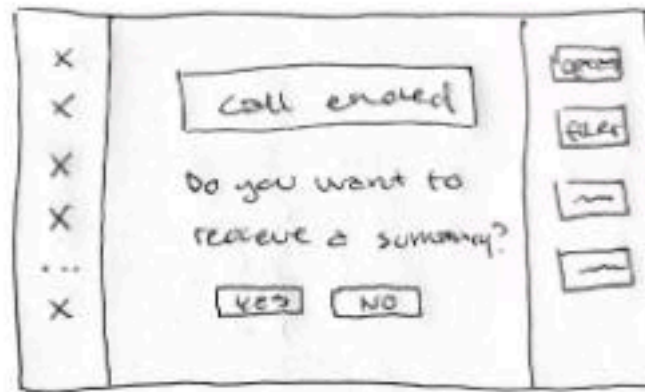
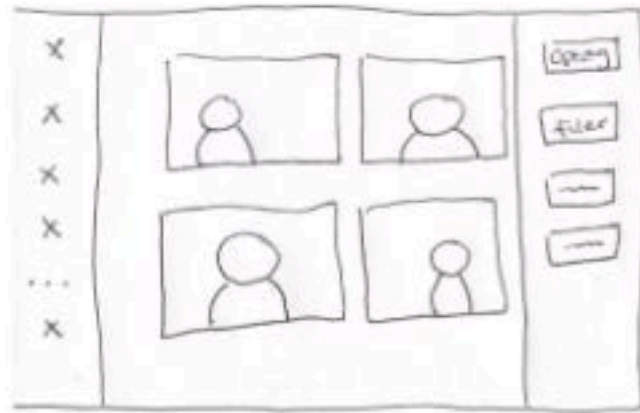
Delkonklusion

Samlet set tilbyder alle tre platforme høj kvalitets online video-kommunikation, men de har forskellige fordele og ulemper. Zoom er ideel til små og mellemstore virksomheder, der kræver en stabil og pålidelig platform med omfattende funktioner. Microsoft Teams er bedst egnet til større virksomheder, der har brug for avancerede funktioner og høj sikkerhed. Google Meet er ideel til mindre virksomheder, der har brug for en simpel og omkostningsfri platform, der kan integreres med Google Workspace ([FreeConference](#)).

1.4 OPSUMMERING AF TOWS

Ud fra vores TOWS-analyse, fandt vi en masse måder hvorpå, at vi kunne holde os konkurrencedygtige ([bilag 4](#)). Vi fandt bl.a. ud af, at vi kan møde truslen (T8) fra de omkringliggende lande, ved at fastholde sine medarbejdere gennem gode forhold og lønninger (S8). Derudover, fandt vi en værdifuld pointe i, at holde sig relevante i den høje konkurrence (W1) ved konstant, at holde sig opdateret i den teknologiske udvikling (O1). I den sammenhæng kom vi frem til, at man kan bryde de traditionelle tankemønstre (W8) ved, at optimere digitale arbejdsprocesser (O4) - hvilket er kernen i vores problemstilling og kommende løsning.

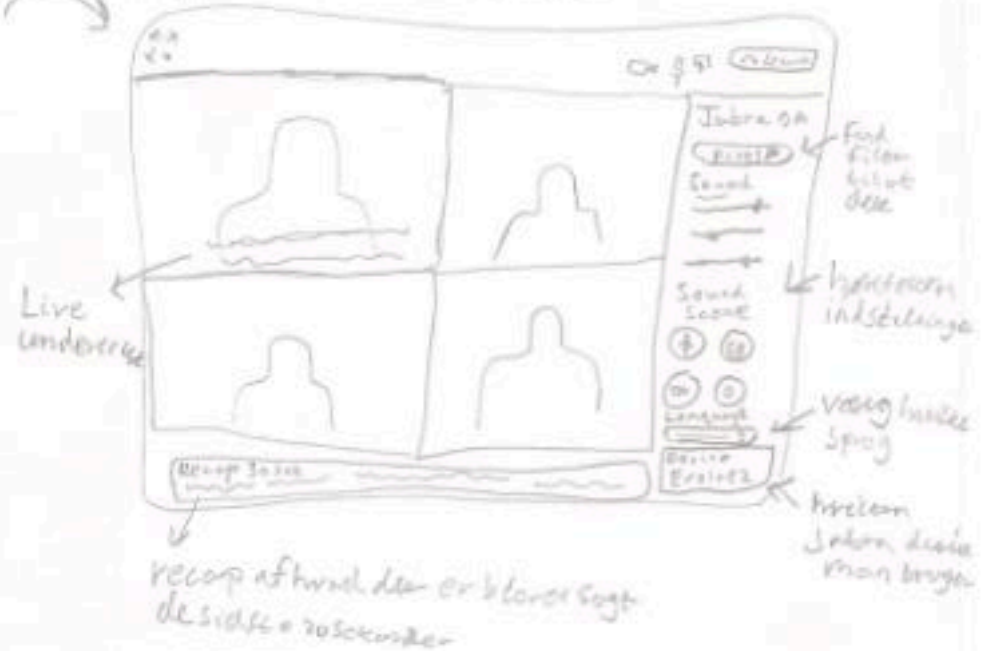
1.5 VISUALER



Jabra OA (Office Assistant)
 WebCloud drive:



kan integrere med vinduer
 App-Extension video møder



BESKRIVELSE AF KONCEPT

I dette afsnit vil vi overordnet beskrive vores koncept og gå i dybden med målet. Vi vil også pege skarpt på, hvorfor vores koncept skaber værdi gennem en Golden Circle-model ([Sinek S., 2009](#)) ([Chaffey D., 2022](#)). Vi vil i den forbindelse beskrive, hvorfor vores koncept har værdi for mennesker, forretning og teknologi. Vi har udarbejdet prototyper for at give et bedre billede af vores koncept.

Vi vil desuden gennemgå vores Value Proposition Canvas (VPC) for at identificere og beskrive, hvordan vores koncept kan imødegå vores problemformulering og skabe værdi for arbejdspladserne.

Vi fandt ud af, at idé 1 havde mange positive aspekter. Ideen gik ud på at skabe en digital løsning, som leverer transskriptions- og oversættelsestjenester i realtid, hvilket gør det lettere for deltagerne at kommunikere på tværs af sprogbarrierer mellem forretningspartnere under møder. Ideen vil kunne bidrage til lettere kommunikation på tværs af sprogbarrierer, hvilket kan føre til øget samarbejde og forretningsmuligheder. Møderne vil blive mere effektive og produktive, da delta-

gerne ikke behøver at vente på oversættelse eller bruge tid på at tolke hinandens sprog. Derudover vil der være en masse tids- og pengebesparelser, da det fjerner behovet for tolke samt langdistance rejser.

Der er dog også et par negative aspekter, såsom der kan opstå tekniske problemer, samt løsningen kan være dyr for virksomheden. Derudover er der risiko for unøjagtigheder i oversættelsen eller transskriptionen, som kan føre til misforståelser eller fejlinformation. Dette var også et negativt aspekt, som gik igen i mange af ideerne.

Vi havde også en anden ide, som vi ved hjælp af Value Polarities fandt ud af indeholdt en masse negative aspekter, som havde stor betydning i forhold til om det vil skabe værdi for brugerne. Ideen gik ud på at det smarte mødelokale system kunne udnytte kunstig intelligens (AI) og maskin læringsteknologier (ML) til at forbedre møde oplevelsen ([Brown S., 2021](#)). Som eksempel kunne der gøres brug af ansigtsgenkendelse til automatisk at identificere deltagere og justere kameraets vinkler og belysning derefter. Dertil kunne der anvendes naturlig sprogbehandling til at transskribere og opsummere møde diskussioner i realtid, hvilket gør det lettere for deltagerne at følge med og gennemgå senere.

En af de negative aspekter, var blandt andet brugen af ansigtsgenkendelse, der kan rejse bekymringer om privatlivets fred og persondataskyttelse ([Amnesty international](#)). Derudover ville brugen af naturlig sprogbehandling til at transskribere møder i realtid kunne føre til fejl og misforståelser, hvis teknologien ikke er helt pålidelig.

2.1 MÅL FOR KONCEPT

Målet med vores koncept er at optimere arbejdsindsatsen og kvaliteten for både hybride og fysiske medarbejdere. Da meget af vores inspiration har en tilknytning til GN, har vi et fremadrettet mål om at inddrage GN's 2023 Digital Innovation Key Areas ([bilag 5](#)). Dette vil vi gøre ved at bruge innovative AI-teknologier i vores software, som vil øge produktiviteten og samarbejdet for store globale virksomheder. Innovation handler grundlæggende om at udvikle og implementere nye ideer, der kan forbedre et eksisterende koncept eller skabe et helt nyt koncept. Vi vil sørge for, at vores koncept kan gøre fremtidens arbejdspladser mere teknologisk robuste ved at inddrage smarte løsninger, der gør arbejdsmiljøet til et bedre sted.

2.2 BESKRIVELSE AF JABRA OFFICE ASSISTANT

Vores koncept bygger på ideen om at gøre det lettere for virksomheder at have onlinemøder. Ud fra et allerede eksisterende produkt har vi videreudviklet en cloud-baseret løsning, som vil være med til at optimere arbejdsindsatsen og effektiviteten for både hybride og fysiske medarbejdere, samtidig med at vi øger tilstedeværelsen og engagementet i mødelokalet. Vores koncept hedder Jabra Office Assistant, og produktet er et softwareprogram, der kan bruges i forlængelse af Jabra-høretelefoner. Det er designet til at fungere som et tilføjelsesprogram til Microsoft Teams. Jabra Office Assistant (OA) kan transskribere tale til skrift i realtid under møder og udarbejde et referat med de vigtigste punkter og elementer fra mødet. Dette bliver muligt ved at tilslutte Jabra-høretelefoner til Jabra OA, som ved hjælp af stemmegenkendelse-software kan skelne mellem talere og forskellige sprog.

Brugeren vil gennem vores Teams-tilføjelse have mulighed for at få referatet oversat til deres ønskede sprog ([Microsoft](#)). Dette referat vil blive behandlet af AI-teknologi og genereret ud fra mødets indhold. Referatet vil kunne tilgås i Micro-

soft-applikationer, som allerede er i Teams, f.eks. OneNote eller Word ([Microsoft](#)). Derudover vil man i disse applikationer have mulighed for at få indholdet læst op. Dette skyldes, at vores koncept har til formål at gøre det nemt for alle at deltage i møder, uanset om man har hørenedsættelse eller sidder et sted med lydforstyrrelser.

Jabra-høretelefonerne har allerede intelligente funktioner såsom digital hybrid Active Noise Cancellation, Noise Isolation, 8-microphone technology, og både Bluetooth samt USB-A eller USB-C til at forbinde høretelefonerne. Det er derfor muligt for brugere at tilpasse lydindstillingerne på deres høretelefoner efter deres personlige behov ([Jabra](#)).

Jabra har også en produktserie, som specialiserer sig i videokommunikation og arbejder på at optimere mødeoplevelsen. Produktet er Jabra Panacast, som er et multifunktionelt konferencekamera, der ved hjælp af AI kan fokusere på ansigter og fremhæve personen, der taler. Jabra har også udviklet en udvidelse til Panacast, som kan optage det, der står på fysiske whiteboards og digitalisere det i realtid, så alle, der deltager i mødet online, kan se det. Dette software ønsker vi at kombinere med Jabra OA, hvor den fysiske formidling af informationen bliver gemt digitalt uden at nogen behøver at

løfte en finger ([Jabra](#)).

Gennem Jabra OA vil både de fysiske og hybride medarbejdere have mulighed for at få en bedre oplevelse. Vores koncept vil være med til at sikre, at der ikke opstår misforståelser, at vigtige oplysninger og informationer ikke går tabt, og at der ikke vil være nogen sprogbarrierer. På denne måde vil vi mindske den fysiske barriere, der kan opstå i forbindelse med kommunikationen i et møde.

2.3 CUSTOMER JOURNEY

Vi har udarbejdet en customer journey ([bilag 6](#)) som er en proces, så vi kan kortlægge og forstå kundens interaktion med vores koncept. Dette gøres for at forbedre kundens oplevelse og tilpasse vores marketing og salgsaktiviteter til kundens behov. En customer journey kan hjælpe virksomheder med at forstå, hvordan deres produkt eller service bliver opfattet, og hvor de kan forbedre deres kundeoplevelse og kommunikation.

2.4 GOLDEN CIRCLE

WHAT

Vi tilbyder en app ekstension på Teams, der kan bruges sammen med Jabra-høretelefoner.

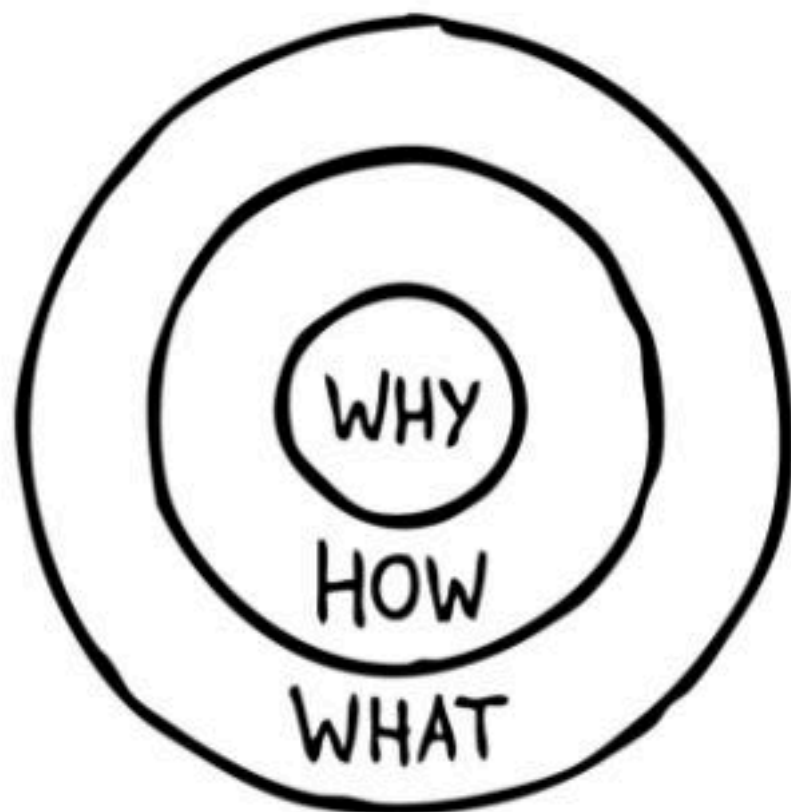
HOW

Vores løsning, Jabra OA, vil være med til at overkomme eventuelle sprogbarrierer. Det vil bl.a. være gennem undertekster, så det der bliver sagt vil blive oversat med det samme. På den måde vil hørehæmmede brugere også kunne forstå alt hvad der bliver sagt. Derudover vil det også være muligt at få undertekster på, hvis en bruger er døv og kommunikerer gennem tegnsprog, så der heller ikke her vil opstå sprogbarrierer. dd

Brugerne vil ikke længere skulle bruge tid på at skrive referater, eller risikere at glemme vigtige informationer mv. fra mødet, da vores løsning vil transskribere mens mødet er i gang. Ved endt møde, vil brugerne have mulighed for at få tilsendt et referat af hvad der er blevet sagt til mødet, som vil blive skrevet i brugerens modersprog eller ønskede sprog.

WHY

Grundideen med denne løsning er, at være med til at forbedre kvaliteten af onlinemøder, samt at gøre det nemmere for brugerne at holde onlinemøder. Vi tror på at onlinemøder er fremtiden, og vil derfor være med til at gøre oplevelsen endnu nemmere og bedre for brugerne.



2.5 ETISKE OVERVEJELSER

Da målgruppen for vores produkt blandt andet er større virksomheder, som ofte kommunikerer over nettet, er der flere etiske overvejelser, som skal tages i betragtning, ikke mindst i forhold til at man deler personfølsomme oplysninger online, men også i forhold til, hvor nemt det kan være for andre at få adgang til dokumenterne, som der bliver skrevet under møderne. Online møder kan være sårbare over for hacking eller andre sikkerhedstrusler, og det er derfor vigtigt, at man laver en form for adgangskontrol ([Lewis J., 2020](#)) ([Drenik G., 2021](#)). I fremtiden kunne man overveje om Jabra OA kunne bruge sit stemmegenkendelse software, som en sikkerhedsforanstaltning, så det kun er ejeren selv, som kan komme ind og gøre brug af udvidelsen.

Derudover vil vi sørge for, at alle brugere skal give tilladelse til, at der må skrives et referat under mødet.

På udvidelsen bliver referaterne gemt i 1 år. Efter 1 år modtager brugerne en mail, hvor der står, at notaterne vil blive slettet inden for 30 dage, medmindre man bekræfter, at man ønsker at gemme dem. På den måde bliver der regelmæssigt ryddet ud i den data, som der bliver opbevaret.

2.6 HVORFOR JABRA OFFICE ASSISTANT?

Desirable (mennesker)

Ud fra vores indsigter i vores indsigtsrapport, oplever mange besværligheder ved deres online møder. I rapporten påpeger vi problemer såsom, at koncentrationsevnen falder, teknikken driller, man mister overblikket og kommunikationen mellem de medarbejdere i mødelokalet kontra de hybride kan virke fjern.

Jabra Office Assistant, optimerer den digitale oplevelse således, at den følte mere fokuseret. Derudover er den med til at skabe overblik ved hjælp af notatskrivning og undertekster af det sagte. På den måde undgår man i højere grad tabt kommunikation og sikre at alle parter i højere grad får mest muligt ud af mødet.

Feasible (teknologi)

Vores live transskribering vil benytte Automatic Speech Recognition eller ASR som er en teknologi, der bruger maskinlæring (ML) og kunstig intelligens (AI) til at konvertere menneskelig tale til tekst på en måde, der i sine mest ligner

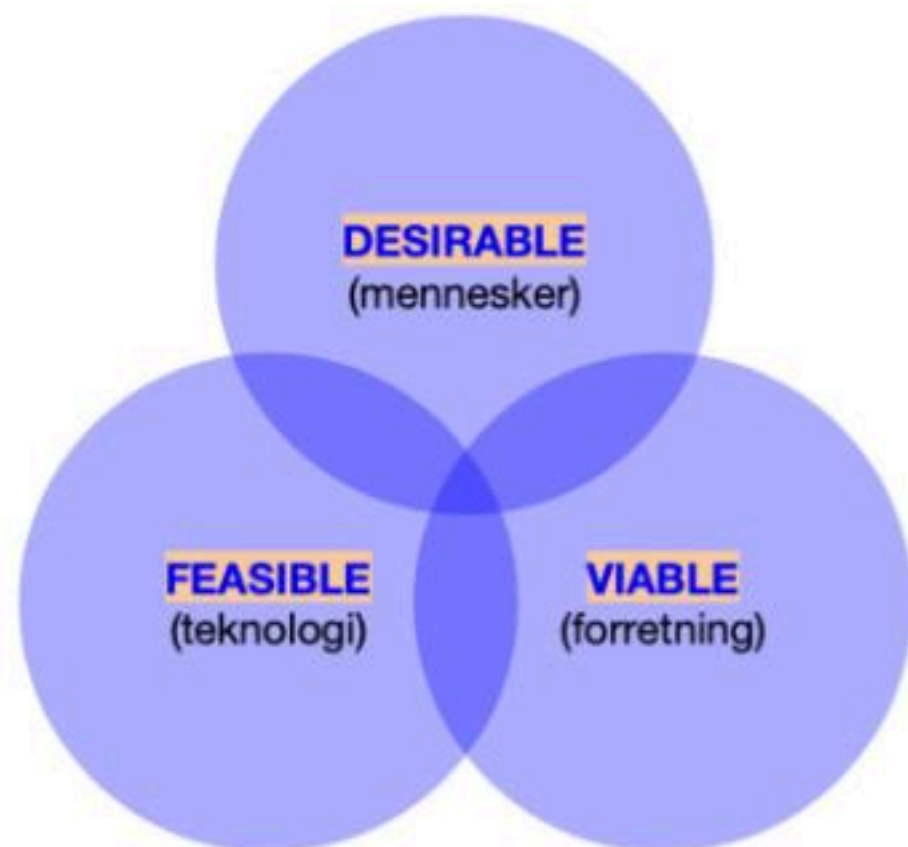
normal menneskelig samtale ([Nvidia, Sirisha R., 2022](#)). Det er en almindelig teknologi, som mange af os støder på hver dag – tænk på Siri, Okay Google eller enhver tale dikterings software ([AWS](#)).

Viable (forretning)

Idet at vi ikke har udarbejdet en BMC for Jabra Office Assistant, vil vi her komme ind på nogle forretningsmæssige aspekter i vores koncept. Vores udvidelse har følgende forretningsmuligheder:

- Hvis denne udvidelse blev lavet i samarbejde med Microsoft, kunne man derigennem skabe økonomisk vækst for begge parter.
- Man kunne gøre denne udvidelse til et abonnement, som virksomheder kunne købe efter behov
- Konceptet skal være med til at gøre GN mere konkurrencedygtige, da denne app ekstension på teams er unik, og kræver et produkt fra GN, for at kunne gøre brug af den.

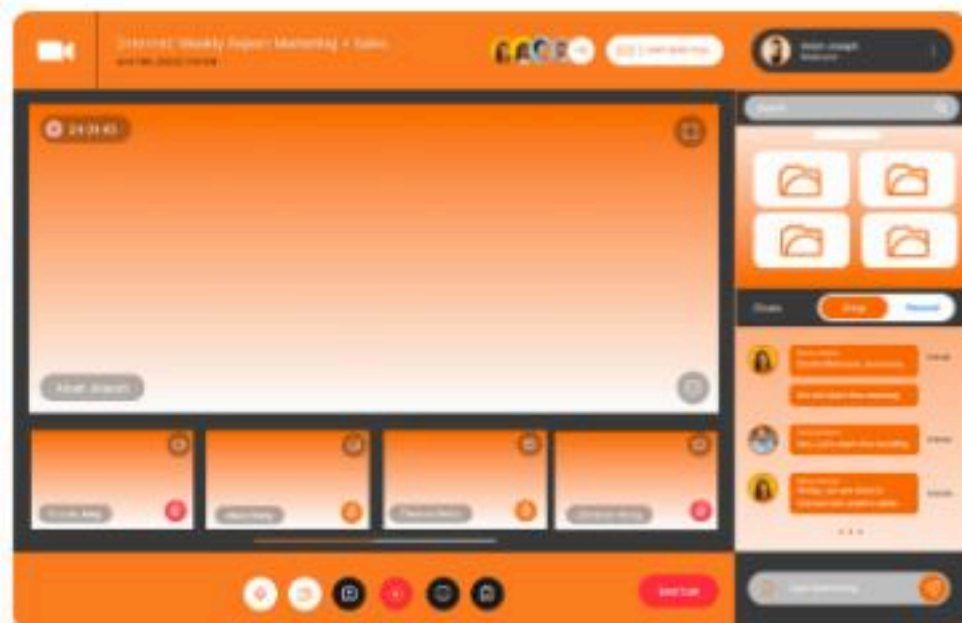
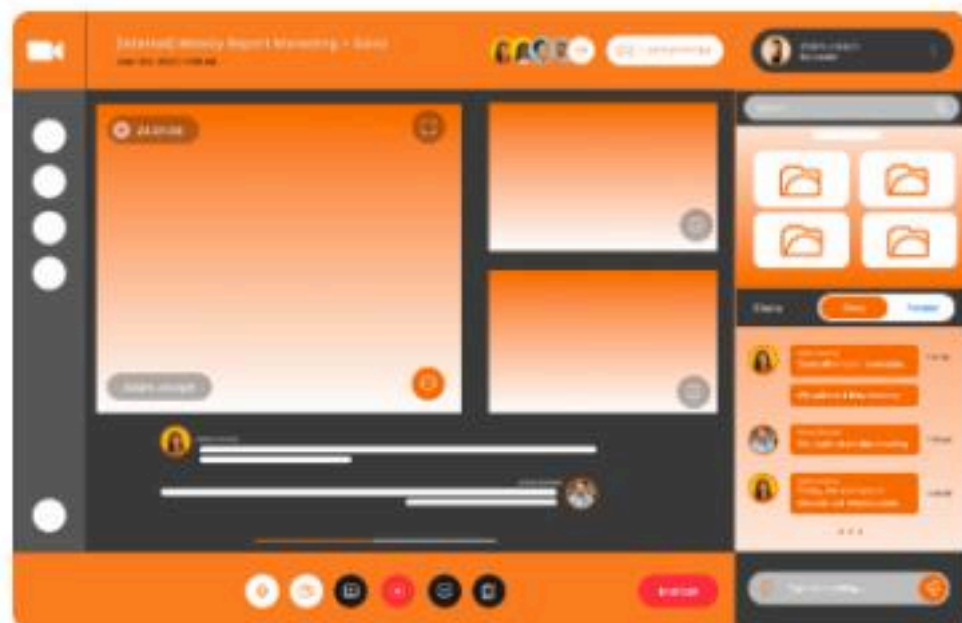
Der er derfor forretningsmuligheder med denne løsning. Det er dog vigtigt, at have målgruppen i fokus eftersom at det ikke er alle som ville have behov for vores udvidelse. Derfor skulle valget af forretningsmodel og pris være understøttet af markedsanalyser, brugerundersøgelser og en større målgruppeanalyse.



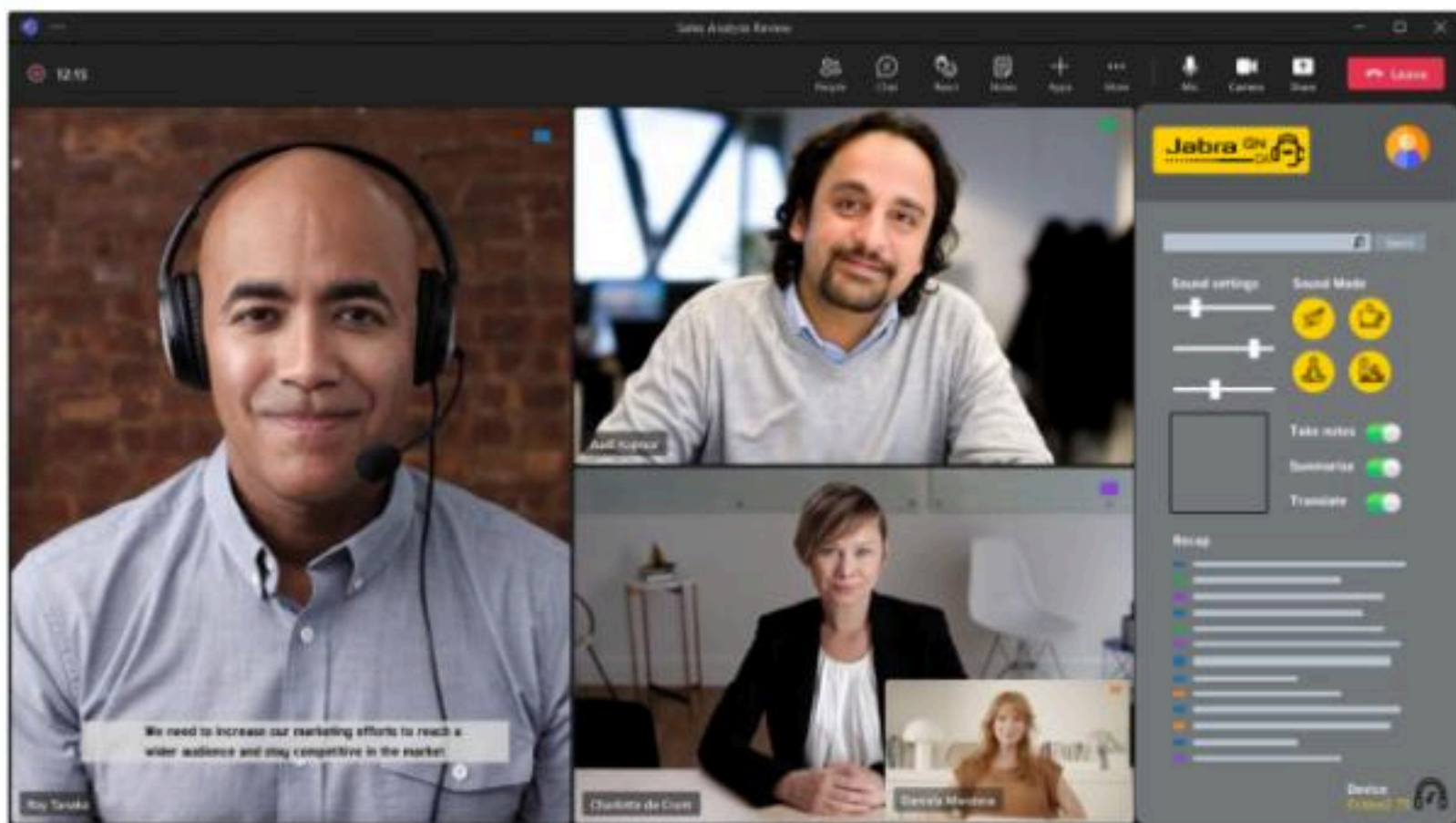
2.7 PROTOTYPE

Nedenfor ses vores prototype af Jabra Office Assistant, hvor vi har valgt at benytte den generelle design opsætning, som Teams allerede benytter. Det betyder, at der er nogle funktioner fra Teams, som vi beholder, når man benytter udvidelsen, såsom chatfunktionen, share screen, mute osv.

Vi ønsker, at vores brugere skal kunne se, at den nye forlængelse er en del af GN. Derfor har vi valgt, at farverne vil ændre sig til GN's primære farver, når man benytter vores udvidelse. Derudover har vi tilføjet en personlig chat ved siden af gruppechat-ten og et arkiv, hvor man kan se tidligere referater fra tidligere møder. Der er også blevet tilføjet knapper, der kan starte live undertekster af, hvad folk siger, og referat.



Denne prototype er et eksempel på, hvordan vores produkt ville se ud i Microsoft Teams. Da det er en digital udvidelse til Jabra høretelefoner, ville dette design være baseret på Jabra's visuelle identitet. Udvidelsen ville være placeret i højre side, hvor brugeren kan indstille og benytte dens funktioner efter behov. Der ville være en søgefunktion til at finde filer fra firmaets foretrukne fil program. Der ville være indstillinger til Jabra høretelefoner og Jabra OA, hvor brugeren kan vælge, om der skal tages noter, om noterne skal opsummeres, og om der skal oversættes. Der ville også være en recap-funktion, der løbende holder brugeren opdateret på, hvad der er blevet sagt, og hvem der har sagt det.



2.8 VALUE PROPOSITION CANVAS

Vi vil anvende vores løsning til at vurdere, hvordan den kan mindske problemer og øge fordele for målgruppen af IT- og softwarevirksomheder. Det har vi gjort ved at anvende Value Proposition Canvas, som er en effektiv og visuel måde at definere værdien af vores løsning på ([bilag 7](#)). Ved at matche de problemer og fordele, som målgruppen oplever, med løsningens løsninger og fordele, bliver det klart, hvordan vores løsning skaber værdi og danner grundlag for værditilbuddet.

Ud fra vores Value Proposition Canvas har vi formuleret en Value Proposition statement, som lyder således:

Ved at bruge Jabra OA til at indsamle og bearbejde data kan vi hjælpe medarbejdere i online møder med AI-drevet transskription og oversættelse. Dette giver en bedre kommunikation og produktivitet for både hybride og fysiske medarbejdere, samtidig med at vi reducerer misforståelser og sprogbarrierer.

KONKLUSION

Ved udviklingen af vores digitale koncept, Jabra OA, optimerer arbejdsindsatsen og effektiviteten for både hybride og fysiske medarbejdere eftersom at vi skaber et rum, som giver mulighed for at hyper fokusere på hinanden og de ting, som bliver sagt. Derudover optimerer Jabra OA arbejdsindsatsen og effektiviteten eftersom at de deltagende ikke længere behøver at tage referat eller skulle bruge energi på, at løse diverse sprogbarriere. Denne løsning har også gjort det mere tilgængeligt for døve og hørehæmmede personer at følge med i online samtaler.

Vores koncept har nogle løse ender i forhold til dens forretningsmodel. Vi ved endnu ikke hvad der ville være den bedste måde at markedsføre denne udvidelse eller hvordan det bedst muligt ville kunne løse sig økonomisk. Dog har efter, i vores undersøgelser fundet frem til en abonnementsløsning til virksomhederne kunne være en god mulighed.

Baseret på vores research fandt vi ud af, at GN står overfor en udfordring med hård konkurrence ift. lignende produkter fra deres konkurrenter. For at differentiere GN's headset, har vi tilføjet en unik ydelse, som kun kan bruges med GN's office høretelefoner. Dette styrker ikke kun GN's position, men det hjælper også virksomheder til at spare tid, da der ikke er behov for manuelt at skrive referater eller lignende under møder.

Alt i alt, mener vi, at dette koncept ville være meget brugbart for mange virksomheder i dag og i særdeleshed for virksomheder i fremtiden.

REFERENCELISTE

Jabra

<https://www.jabra.dk/business/headsets-for-hybrid-work> [Besøgt 22.03.2023]

<https://www.jabra.dk/business/video-conferencing> [Besøgt 22.03.2023]

<https://www.jabra.dk/business/office-headsets/jabra-engage/jabra-engage-55##9553-410-111> [Besøgt 22.03.2023]

AWS

<https://aws.amazon.com/what-is/machine-translation/> [Besøgt 22.03.2023]

Microsoft

<https://www.microsoft.com/da-dk/microsoft-teams/group-chat-software> [Besøgt 21.03.2023]

<https://www.microsoft.com/da-dk/microsoft-365> [Besøgt 21.03.2023]

<https://support.microsoft.com/da-dk/office/f%C3%B8j-en-app-til-microsoft-teams-b2217706-f7ed-4e64-8e96-c413afd02f77> [Besøgt 22.03.2023]

<https://www.microsoft.com/da-dk/microsoft-365/onenote/digital-note-taking-app> [Besøgt 22.03.2023]

<https://www.microsoft.com/da-dk/microsoft-365/word?activetab=tabs%3afaqheaderregion3> [Besøgt 22.03.2023]

Google

<https://support.google.com/a/users/answer/9302892?hl=en> [Besøgt 22.03.2023]

<https://www.google.com/url?q=https://meet.google.com/?pli%3D1&sa=D&source=docs&ust=1679562077807013&usg=AOvVaw0cNkQ6MD2IHDOehf5sbmws> [Besøgt 22.03.2023]

<https://www.google.com/drive/> [Besøgt 22.03.2023]

Zoom

<https://www.google.com/url?q=https://explore.zoom.us/en/about/&sa=D&source=docs&ust=1679562077806795&usg=AOvVaw3546-V6yVy-S5uYNg3TLOB> [Besøgt 22.03.2023]

GN

<https://www.gn.com/Solutions/Products> [Besøgt 22.03.2023]

Logitech G

<https://www.google.com/url?q=https://www.logitechg.com/da-dk&sa=D&source=docs&ust=1679562077808598&usg=AOvVaw3U-48Pe1vxCmg2hMQkisi8> [Besøgt 22.03.2023]

Epos

<https://www.eposaudio.com/en/dk/gaming> [Besøgt 22.03.2023]

Sony

<https://www.google.com/url?q=https://www.sony.dk/headpho->

nes&sa=D&source=docs&ust=1679562077809323&usg=AOvVaw0df2K6DyOqngtrUilaPi4a [Besøgt 22.03.2023]

Bose

https://www.bose.dk/da_dk/about_bose.html [Besøgt 22.03.2023]

Pricerunner

<https://www.pricerunner.dk/results?q=hovedtelefoner&suggestionsActive=true&suggestionClicked=false&suggestionReverted=false> [Besøgt 22.03.2023]

Bose

https://www.bose.dk/da_dk/about_bose.html [Besøgt 22.03.2023]

trustradius, Mandi Sadler, 2021

<https://www.trustradius.com/vendor-blog/web-conferencing-statistics-trends> [Besøgt 22.03.2023]

Forbes, Kate O'Flaherty, 2020

<https://www.forbes.com/sites/kateoflahertyuk/2020/04/10/zoom-security-heres-what-zoom-is-doing-to-make-its-service-safer/?sh=13a61a3130fc>

Business of Apps, Iqbal M., 2023

<https://www.businessofapps.com/data/zoom-statistics/> [Besøgt 22.03.2023]

Salesforce

<https://www.salesforce.com/eu/products/what-is-salesforce/> [Besøgt 22.03.2023]

Slack

<https://slack.com/about> [Besøgt 22.03.2023]

Dropbox

<https://www.dropbox.com/about> [Besøgt 22.03.2023]

Business of Apps, Curry D., 2023

<https://www.businessofapps.com/data/zoom-statistics/> [Besøgt 22.03.2023]

Forbes, O'Flaherty K., 2020

<https://www.google.com/url?q=https://www.forbes.com/sites/kateoflahertyuk/2020/04/10/zoom-security-heres-what-zoom-is-doing-to-make-its-service-safer/?sh%3D13a61a3130fc&sa=D&source=docs&ust=1679562077813457&usg=AOvVaw2aGaskU6AkjUyXPXn7TTXq> [Besøgt 22.03.2023]

Salesforce

<https://www.salesforce.com/eu/products/what-is-salesforce/>
[Besøgt 22.03.2023]

Slack

<https://slack.com/about> [Besøgt 22.03.2023]

Dropbox

<https://www.dropbox.com/about> [Besøgt 22.03.2023]

FreeConference

<https://www.freeconference.com/da/blog/zoom-vs-microsoft-teams/> [Besøgt 22.03.2023]

Sinek S., 2009

https://www.youtube.com/watch?time_continue=308&v=f-MOIfsR7SMQ&embeds_euri=https%3A%2F%2Fwww.smartinsights.com%2F&feature=emb_logo [Besøgt 22.03.2023]

Chaffey D., 2022

<https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/online-value-proposition/start-with-why-creating-a-value-proposition-with-the-golden-circle-model/> [Besøgt 22.03.2023]

Dropbox

<https://www.dropbox.com/about> [Besøgt 22.03.2023]

FreeConference

<https://www.freeconference.com/da/blog/zoom-vs-microsoft-teams/> [Besøgt 22.03.2023]

Brown S., 2021

<https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/machine-learning-explained> [Besøgt 22.03.2023]

Amnesty international

<https://banthescan.amnesty.org/hyderabad/global-effects/>
[Besøgt 22.03.2023]

Andrew Lewis J., 2020

<https://www.csis.org/analysis/video-conferencing-technology-and-risk> [Besøgt 22.03.2023]

Drenik G., 2021

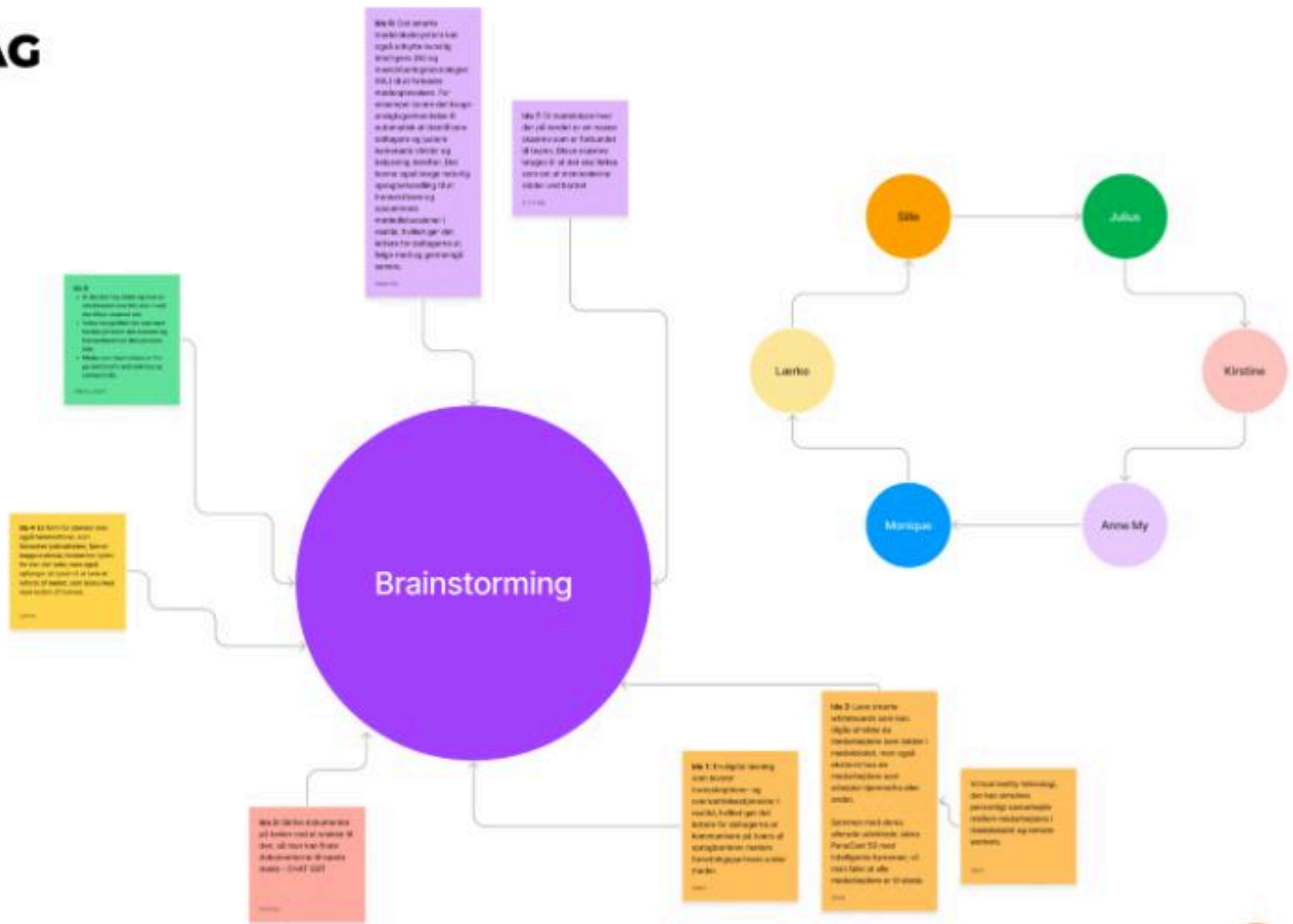
<https://www.forbes.com/sites/garydrenik/2021/03/09/are-businesses-putting-their-data-and-users-at-risk-each-time-they-use-video-conferencing/?sh=1b7464e87244> [Besøgt 22.03.2023]

Sirisha Rella N., 2022

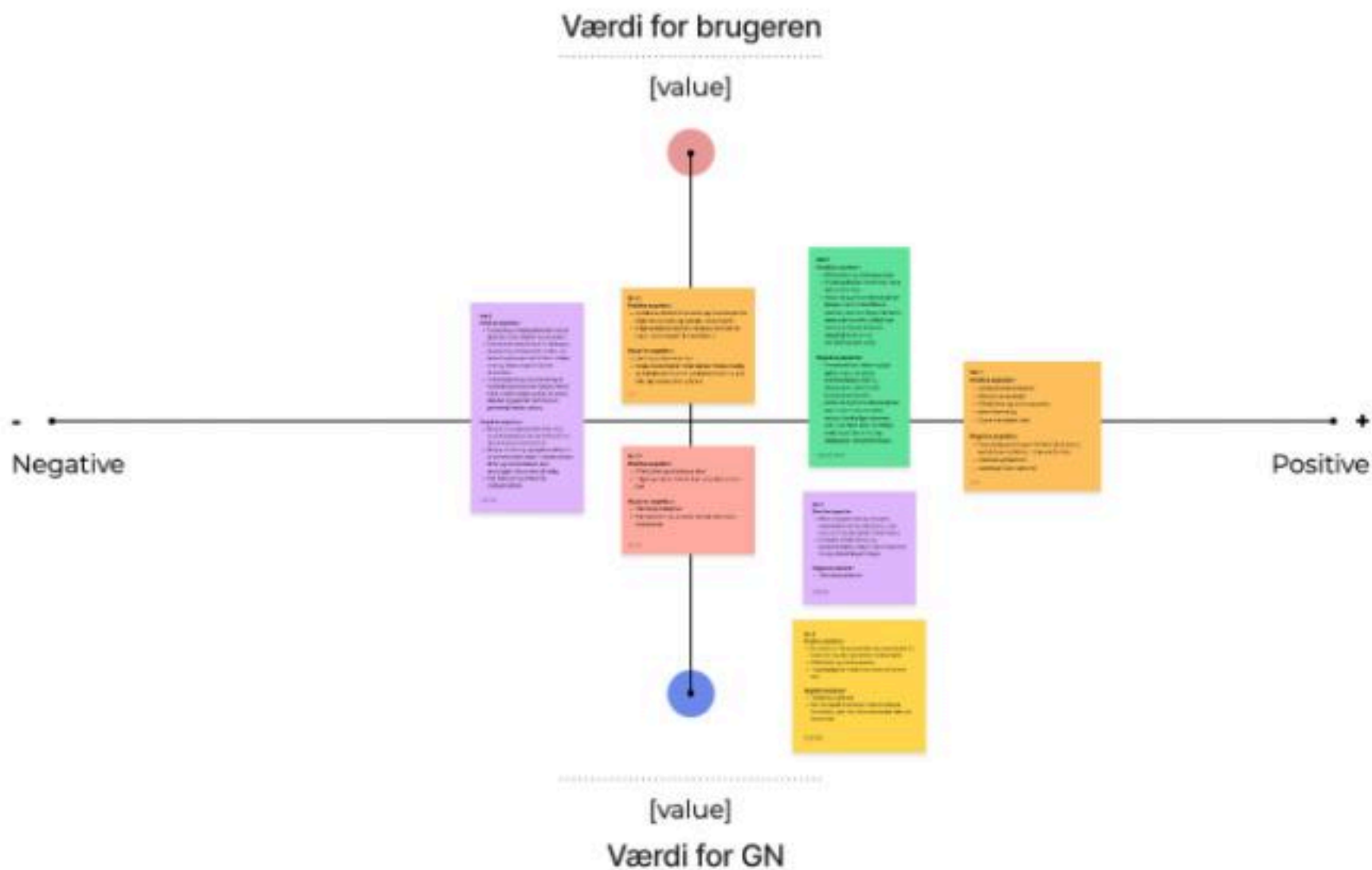
<https://developer.nvidia.com/blog/essential-guide-to-automatic-speech-recognition-technology/> [Besøgt 22.03.2023]

BILAG

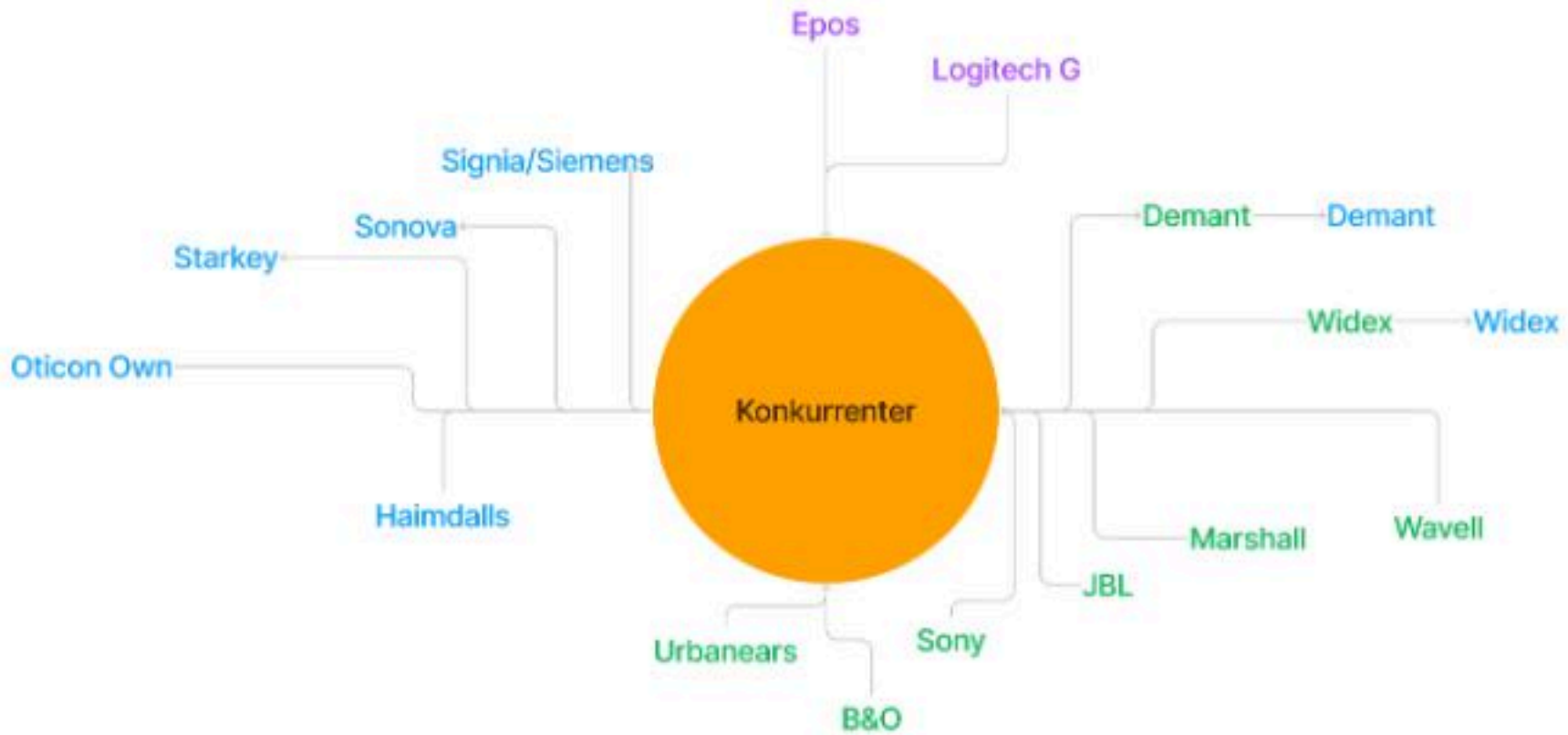
Bilag 1



Bilag 2



Bilag 3





SO Strengths / Opportunities

- S1/O2** - De kan blive ved med at være i frontlinjen ved at samarbejde globalt
- S2/O2** - Globale forretningsmuligheder giver mulighed for at samarbejde globalt
- S3/O3** - Mulighed for at vokse hurtigt og nemt, når der er stigende efterspørgsel
- S1/O6** - Fortæl i frontlinjen ved at have fokus på kunstig intelligens og maskinlæsning
- S2/O8** - Globale forretningsmuligheder giver et behov for at integrere og håndtere en masse data
- S6/O2** - Ved at fokusere på etrisk diversitet, så styrer man samarbejdet globalt i virksomheden



WO Weaknesses / Opportunities

- W1/O1** - Være relevant i den høje konkurrence ved at følge med tiden og teknologien
- W5/O2** - Udvide horisont ved at samarbejde globalt og behold vigtige medarbejdere og gøre plads til nye
- W4/O4** - Optimer digitale arbejdsprocesser og undgå dermed cyberkriminalitet
- W3/O4** - Bryd den traditionelle tænkning ved at optimere digitale arbejdsprocesser
- W10/O9** - Empati overfor ansatte kan føre til højere trivsel på arbejdspladsen















ST Strengths / Threats

- S1/T1** - Hvis man er i frontlinjen for teknologisk innovation så undgår man cyberkriminalitet
- S2/T3** - Hvis man samarbejder globalt, så holder man sig opdateret på skiftende teknologier
- S1/T4** - Tilpasse sig lovgivning og reguleringer
- S8/T8** - Unyttelse af høj efterspørgsel og høje lønninger til at tiltrække og fastholde medarbejdere, mens man samtidig adresserer den trussel, der kan opstå fra konkurrence fra andre lande
- S7/T2** - Den høje efterspørgsel efter IT og softwaremedarbejdere giver positiv konkurrence i virksomheder

WT Weaknesses / Threats

- W5/T3** - Vi sørger for at de vigtige medarbejdere ikke skal være af afgørende for at vi ikke kan følge med i skiftende teknologier
- W5/T2** - Vi skal beholde vigtige medarbejdere, når der er stor konkurrence og nye spillere på markedet
- W4/T3** - Vi skal tilpasse os skiftende teknologier og samtidig undgå at være mål for cyberkriminalitet

2023 DIGITAL INNOVATION KEY TECHNOLOGY AREAS

	ARTIFICIAL INTELLIGENCE HITTING THE PLATEAU OF PRODUCTIVITY	EXTENDED REALITY, BEYOND VR	LIVING ON THE EDGE	BIOINTERFACE AND HEALTH TEC	IOT EVERYWHERE – AND NOWARE	ENTER THE METAVERSE
TOPIC	 <p>Between the large tech companies and scores of start-ups with actual, deployable AI-driven solutions, the AI winter has official become glorious summer.</p>	 <p>While the form factor still remains a limiting factor, new solutions of VR, MR, and AR are launched constantly, with a huge potential for audio experiences</p>	 <p>With increased computational power in smart devices, and a growing need for real-time and private data processing, both B2B and consumer tech will see more Smart Edge</p>	 <p>While form factor remains a challenge, biointerfaces and health tec is an area in extreme growth, and one that resonates highly with users.</p>	 <p>With increased edge computational power, and rising industry standards, we'll see IOT become truly ubiquitous and integrated, at home and at work.</p>	 <p>The way we work, meet, and share is changing, driven by metaverse development and greater needs for flexibility from both companies and individuals.</p>
ACTIVITIES	<ul style="list-style-type: none"> • Test AI platforms in experiments • Built products/POCs based on new AI developments • Collaborate with several providers, both large-scale and startups/scale-ups. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explore the role of audio in mixed reality products • Build POC for audio-only mixed reality solution. • Monitor the trajectory of mixed reality 	<ul style="list-style-type: none"> • Test the capabilities and use cases for headset-based Edge • Explore hardware requirements for Edge-based solutions. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explore the start-up and scale-up sector for new developments and potential partners. • Test application for headsets in health-tec propositions. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explore solutions that allows for integration from home to work to everything in between. • Test integration protocols in relation to various use cases. 	<ul style="list-style-type: none"> • Develop and test solutions for metaverse collaboration • Explore use cases for metaverse in a business context.
MATURITY	 <p>GN Making Life Sound Better</p>					

Bilag 6

Customer journey map

Gruppe 8 | Jabra OA



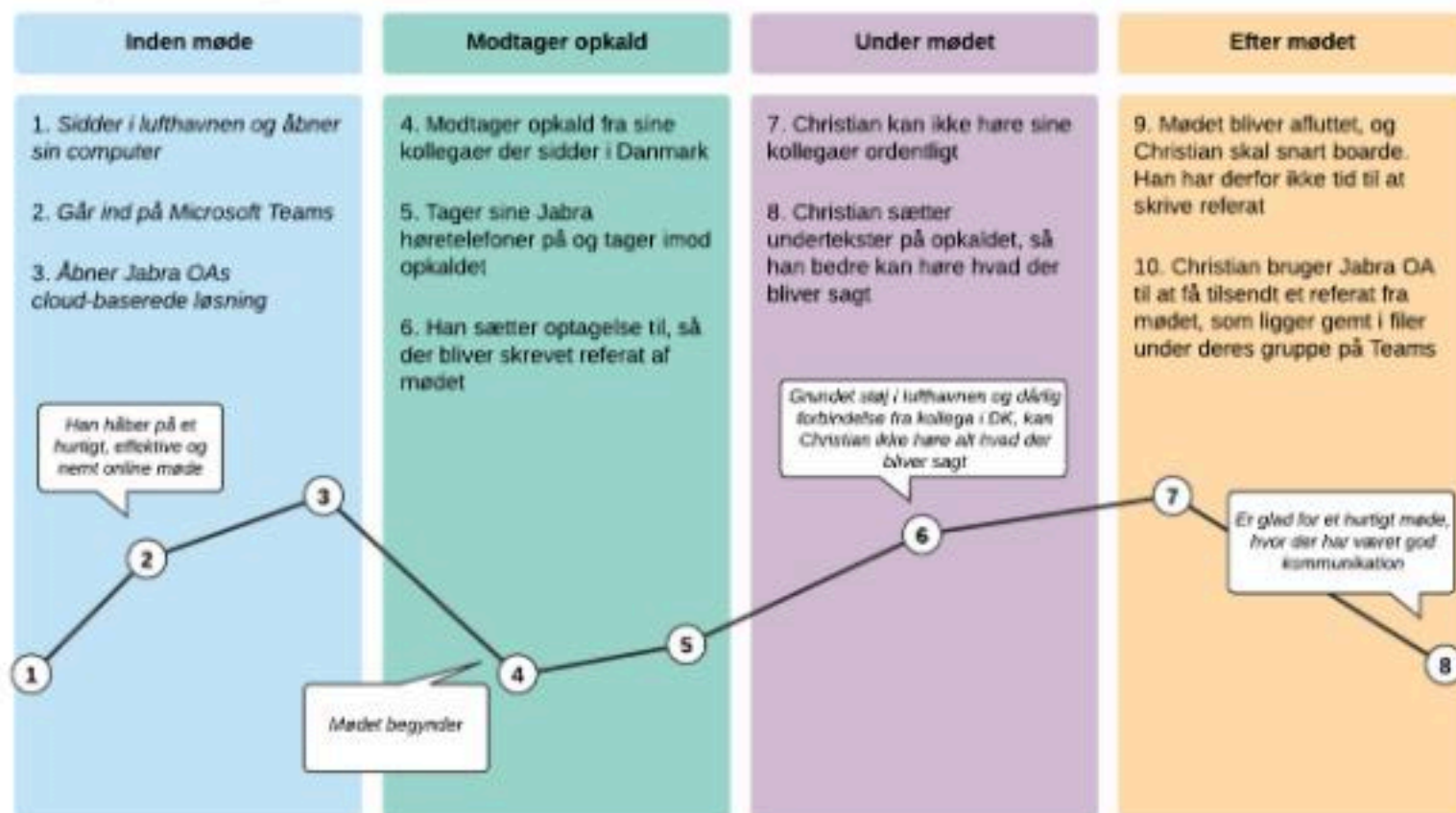
Christian

Scenarie

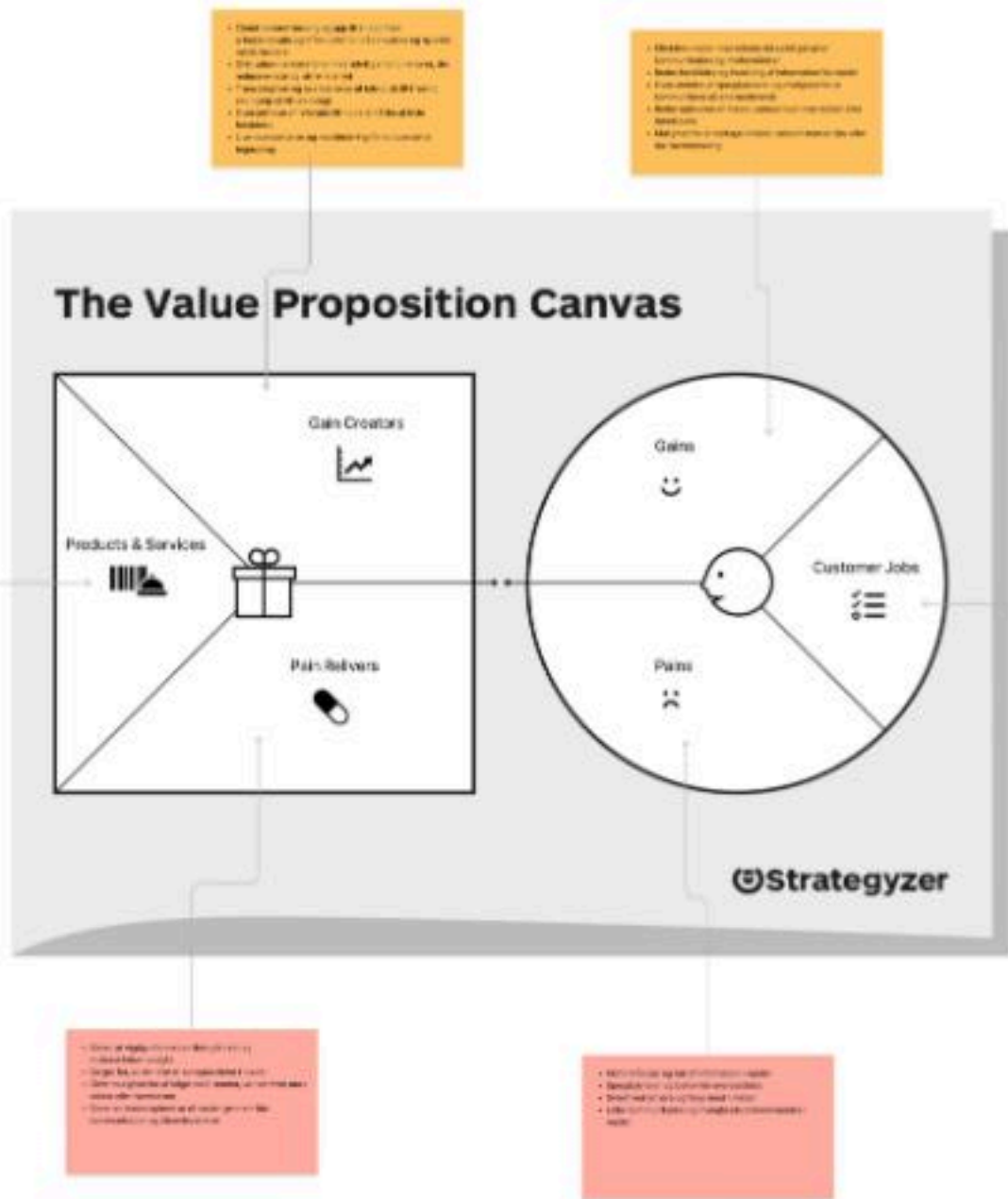
Christian sidder i Singapores lufthavn, og skal have et møde med hans medarbejdere hjemme i Danmark inden flytgang

Forventninger

- Kan tydeligt høre alt hvad der bliver sagt
- Kan forstå alle sine kollegaer
- Behøver ikke at bruge ekstra tid på at tage noter



Bilag 7



- The Value Proposition Canvas is a tool for developing, testing, and refining a value proposition.
- It is a framework for understanding the relationship between a company's offerings and the needs of its target market.
- The canvas is divided into three main sections: Gain Creators, Products & Services, and Pain Relievers.
- Gain Creators are the features and benefits of a product or service that create value for the customer.
- Products & Services are the offerings that a company provides to its customers.
- Pain Relievers are the features and benefits of a product or service that address the pain points of the customer.
- The canvas is used to identify the fit between a company's offerings and the needs of its target market.

- The Value Proposition Canvas is a tool for developing, testing, and refining a value proposition.
- It is a framework for understanding the relationship between a company's offerings and the needs of its target market.
- The canvas is divided into three main sections: Gain Creators, Products & Services, and Pain Relievers.
- Gain Creators are the features and benefits of a product or service that create value for the customer.
- Products & Services are the offerings that a company provides to its customers.
- Pain Relievers are the features and benefits of a product or service that address the pain points of the customer.
- The canvas is used to identify the fit between a company's offerings and the needs of its target market.

- The Value Proposition Canvas is a tool for developing, testing, and refining a value proposition.
- It is a framework for understanding the relationship between a company's offerings and the needs of its target market.
- The canvas is divided into three main sections: Gain Creators, Products & Services, and Pain Relievers.
- Gain Creators are the features and benefits of a product or service that create value for the customer.
- Products & Services are the offerings that a company provides to its customers.
- Pain Relievers are the features and benefits of a product or service that address the pain points of the customer.
- The canvas is used to identify the fit between a company's offerings and the needs of its target market.

- The Value Proposition Canvas is a tool for developing, testing, and refining a value proposition.
- It is a framework for understanding the relationship between a company's offerings and the needs of its target market.
- The canvas is divided into three main sections: Gain Creators, Products & Services, and Pain Relievers.
- Gain Creators are the features and benefits of a product or service that create value for the customer.
- Products & Services are the offerings that a company provides to its customers.
- Pain Relievers are the features and benefits of a product or service that address the pain points of the customer.
- The canvas is used to identify the fit between a company's offerings and the needs of its target market.

- The Value Proposition Canvas is a tool for developing, testing, and refining a value proposition.
- It is a framework for understanding the relationship between a company's offerings and the needs of its target market.
- The canvas is divided into three main sections: Gain Creators, Products & Services, and Pain Relievers.
- Gain Creators are the features and benefits of a product or service that create value for the customer.
- Products & Services are the offerings that a company provides to its customers.
- Pain Relievers are the features and benefits of a product or service that address the pain points of the customer.
- The canvas is used to identify the fit between a company's offerings and the needs of its target market.

- The Value Proposition Canvas is a tool for developing, testing, and refining a value proposition.
- It is a framework for understanding the relationship between a company's offerings and the needs of its target market.
- The canvas is divided into three main sections: Gain Creators, Products & Services, and Pain Relievers.
- Gain Creators are the features and benefits of a product or service that create value for the customer.
- Products & Services are the offerings that a company provides to its customers.
- Pain Relievers are the features and benefits of a product or service that address the pain points of the customer.
- The canvas is used to identify the fit between a company's offerings and the needs of its target market.