



The Future of Work:

MEETING OPTIMIZER

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

Dato: 17. marts 2023

Samlet antal af anslag: 16.832

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 produktdesign. 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

1.1 INTRODUKTION	4
------------------	---

DISCOVER

1.2 5 x HVORFOR	6
-----------------	---

1.3 PROBLEMOMRÅDE	7
-------------------	---

1.4 PROBLEMFORMULERING OG UNDERSØGELSESSPØRGSMÅL	8
---	---

1.5 HYPOTESER	9
---------------	---

1.6 AFGRÆNSNING	10
-----------------	----

1.7 METODEAFSNIT	11
------------------	----

1.8 ANALYSER	12
--------------	----

- MÅLGRUPPEANALYSE
- PERSONAS
- SWOT OG TOWS
- GARTNERS HYPE CYCLE

DEFINE

1.9 KONKLUSION OG ANBEFALING	18
------------------------------	----

2.1 REFERENCELISTE	19
--------------------	----

2.2 BILAG	20
-----------	----

1.1 INTRODUKTION

Vi har fået præsenteret en case af GN Store Nord A/S (GN), som er en dansk virksomhed, der bl.a. producerer høreapparater under datterselskabet GN Hearing og headsets under datterselskabet GN Audio. De arbejder inden for flere forretningsområder, herunder medicinsk karakter hvor de producerer høreteknologi i form af høreapparater. GN vægter også professionelt samarbejde højt og udvikler i den forbindelse enterprise headset og video kommunikationsløsninger. Derudover producerer de produkter, der er målrettet spil, opkald og medier. Disse produkter har henblik på forbrugerne og omfatter hovedtelefoner, ørepropper eller gaming udstyr. GN's primære virksomhedsværdier er at lytte, udfordre og transformere til både brugerne, hinanden og markedet.

Vi har valgt at arbejde med case 1, som centrerer sig omkring problematikkerne i mødelokalet for den hybride medarbejder. Vi har valgt denne case, da vi så potentiale og muligheder, som vi ønskede at undersøge yderligere. Derudover kender vi selv udfordringerne, der følger med gennem egen deltagelse i utallige online møder under corona-pandemien. Til slut mener vi, at denne case er interessant, da vi ønsker at løse en problematik, som vi anser som eksponentielt voksen-

de grundet digitaliseringen, globaliseringen og behovet for mobilitet på arbejdspladsen. Denne problematik ønsker vi at løse gennem et reelt digitalt koncept.

I denne indsigtsrapport vil vi se nærmere på nogle af de udfordringer, der kan opstå i forhold til mødelokalet og kommunikationen med den hybride medarbejder. Vi indleder vores løsning af case 1 ved at anvende den første del af Double Diamond-modellen, discover. I den sammenhæng vil vi benytte forskellige metoder for research for at forstå GN og de problematikker, der forekommer i mødelokalet, både for den hybride medarbejder og den almene medarbejder. Vi vil ved hjælp af hypoteser og en specificering af problemområdet finde frem til det reelle problem, som vi ønsker at løse. Desuden vil der blive udført et større analysearbejde for at undersøge de forskellige udfordringer og finde den bedste løsning til at løse det pågældende problem.

Vi ønsker gennem denne rapport at lægge et vidensfundament, så vi kan bevæge os videre i double diamond-modellen og dermed svare på vores fundne problemformulering i define-delen. Denne indsigtsrapport skal give os viden om målgruppen og problematikken, så vi i løsningsdiamanten kan have dem i fokus.

DISCOVER

1.2 5 x HVORFOR

For at forstå og afdække udfordringen, så indledte vi med gøre brug af de 5 x hvorfor.

Problem: Hvorfor er det vigtigt at udvikle en digital løsning med fokus på mødelokalet og den hybride medarbejder?

Hvorfor?

.. Fordi at flere møder bliver afholdt virtuelt, og at der efter corona-pandemien, digitaliseringen og globaliseringen er en stigende efterspørgsel ift. at kunne arbejde remote.

Hvorfor?

.. Fordi at flere har opdaget, at en hybrid arbejdsmodel optimerer deres hverdag og arbejdsindsats, samtidig med at den sparer virksomheden ressourcer og gør det lettere at komme i kontakt med personer på tværs af geografiske distancer.

Hvorfor?

.. Fordi at medarbejderne selv kan styre deres omgivelser og på den måde være der hvor at det er bedst for dem. Fordi det kan føre til større samarbejdsmuligheder og udvidelse af netværket.

Hvorfor?

.. Fordi at det formindsker stress da man f.eks. ikke skal tage stilling til transport. De får en billigere husleje, da de ikke behøver lige så mange kvadratmeter.

Hvorfor?

.. Fordi at du kan sove længere og dermed får din søvn og ikke er påvirket af myldretiden. De behøver ikke ligeså mange kvadratmeter, da flere og flere arbejder remote.

1.3 PROBLEMOMRÅDE

Vores problemområde drejer sig om mødelokalet og kommunikation med den hybride medarbejder. Mødelokalet har i mange år kun eksisteret som et fysisk rum, men efter corona-pandemien er det også blevet et digitalt rum. Derudover er det digitale møderum tidligere kun blevet benyttet, hvis der var store distancer mellem de deltagende, hvorimod det nu også er et rum for den medarbejder, som blot ønsker at arbejde hjemmefra. Før corona-pandemien var 14% af danske virksomheders møder online, mens det i dag, efter pandemien, er 26% (Convinced, 2020).

I takt med at flere og flere arbejdspladser går over til en hybrid arbejdsmodel, hvor medarbejderne både arbejder hjemmefra og på kontoret, bliver det vigtigere at sikre en effektiv kommunikation og samarbejde. En stor del af denne kommunikation sker naturligvis i mødelokalet, hvor både de fysiske og de virtuelle medarbejdere skal kunne deltage aktivt og effektivt. Dog medfører denne arbejdsmodel også nogle problemer i forhold til teknikaliteter, som kan svække kommunikationen og effektiviteten af mødet.

Ifølge en undersøgelse fra Bizzabo oplevede 77% af de adspurgte mødedeltagere tekniske problemer under virtuelle møder, og de mest almindelige problemer inkluderede dårlig lyd- eller billedkvalitet og forbindelsesproblemer (Forbes, 2021).

Desuden vurderes den gennemsnitlige koncentrationsevne i fysiske møder til 84%, mens koncentrationsevnen kun er 74% i online-møderne, hvilket vil sige et tab af koncentrationsevne på 10% blandt på grund af teknikaliteter (Convinced, 2020).

1.4 **PROBLEMFORMULERING OG UNDERSØGELSESSPØRGSMÅL**

Problemformulering:

Hvordan kan vi udvikle et digitalt koncept, der optimerer arbejdsindsatsen og effektiviteten for både hybride og fysiske medarbejdere, samtidig med at vi øger tilstedeværelsen og engagementet i mødelokalet?

Undersøgelsesspørgsmål:

- Hvilke forskelle er der på den hybride og den almene medarbejder?
- Hvad er medarbejdernes opfattelse af online møder?
- Hvilke teknologiske initiativer kan løse dette problem?
- Hvordan oplever den "almene" medarbejder den hybride medarbejder og omvendt?
- Hvilke fordele og ulemper er der ved online møder?
- Hvordan ser den primære målgruppe ud?
- Hvilke tendenser har målgruppen ift. online møder?

1.5 HYPOTESER

Hypotese 1:

Det er besværligt holde et møde, hvis der er en høj sprogbarriere.

Hypotese 2:

Det er træls, når man ikke kan nå det skrive noter ned fra en tavle fordi at de bliver visket ud eller at det går for hurtigt.

Hypotese 3:

Baggrundsstøj kan være forstyrrende, og det kan være svært at høre hvad hinanden siger

Hypotese 4:

Hvis man sidder i et møde og nogle af de deltagende er med fra f.eks. teams kan de, for dem som sidder sammen, virke fjerne og langt væk fra mødet.

Hypotese 5:

Man kan hurtigt miste overblikket og tit gå glip af hvad, der bliver sagt, fordi man skriver ned eller fokuserer på noget andet.

Hypotese 6:

Møder trækker ud og tit bliver folks engagement og deltagelse forringet. Det kan resultere i forværring af produktivitet og kvalitet.

Hypotese 7:

Hvis man er den, som altid er fysisk tilstede på arbejdet, kan det virke frustrerende, hvis andre medarbejdere arbejder hjemmefra, fordi kommunikationen bliver mere fjern, og man kan ikke læse deres kropssprog.

Hypotese 8:

Hvis man arbejder hjemmefra, kan man hurtigt bliver fristet til at vaske tøj eller lave andre ting, som ikke er relevante ift. sit arbejde.

Hypotese 9:

Det er ensomt at arbejde hjemmefra og påvirker det sociale på arbejdspladsen.

Hypotese 10:

Flere medarbejdere får deltaget i alle møder, fordi de har muligheden for at tage mødet online.

1.6 **AFGRÆNSNING**

I vores casearbejde har vi valgt at afgrænse vores projekt til en enkelt branche eftersom at vi på baggrund af vores desk research har fundet ud af, at problematikken omkring den hybride medarbejder og mødelokalet spænder utrolig bredt. Efter mange snakke og en stor brainstorming fandt vi frem til at vores projekt til at have fokus på IT og software industrien på det internationale marked. Denne branche har vi valgt, eftersom at den har store elementer fra globaliseringen og digitaliseringen ift. deres praktiske arbejde men også i deres generelle kommunikation (bilag 1).

1.7 METODEAFSNIT

Vi har anvendt forskellige metoder for at undersøge problemstillingen.

Desk Research

Med Desk Research finder vi en masse eksisterende viden om vores emne. Vi har arbejdet kvantitativt i vores Desk Research, da vi har indsamlet og analyseret data fra allerede eksisterende kilder såsom relevante artikler, rapporter og statistikker. Tidligere forskning og indsamling af data kan blandt andet bruges til at understøtte vores hypoteser. Ikke mindst har vi undersøgt GN som virksomhed for at øge vores viden om deres identitet, værdier og principper.

Målgruppeanalyse- og interviews.

Vi har valgt at kigge på målgruppeanalyse for at fastslå vores primære målgruppe og beskrive deres egenskaber, adfærd og interesser. Ved at beskrive målgruppens livsstil og ønsker, så kan vi senere skabe en brugervenlig og fleksibel løsning, der opfylder deres behov.

Vi har valgt at lave en kvalitativ undersøgelse i form af et struktureret interview (bilag 2). Med interviewet får vi en dybere forståelse af målgruppen og deres behov, ønsker og adfærd, som der skal tages højde for i vores løsning. Ved at inddrage målgruppen øger vi chancerne for at vores nye koncept vil blive brugt af målgruppen.

SWOT og TOWS

SWOT og TOWS bruges til at analysere en virksomheds interne og eksterne faktorer. Vi udvikler en strategi for at udnytte de styrker og muligheder, som der nu kan være, mens der samtidig tages hånd om virksomhedens svagheder og trusler.

1.8 ANALYSE

Målgruppeanalyse

Eftersom at vi har afgrænset vores projekt til at omhandle IT og software industrien, er vores målgruppe centreret deromkring. Vores målgruppe har et højt uddannelsesniveau, som typisk indebærer en bachelor- eller kandidatgrad inden for IT, softwareudvikling eller relaterede fagområder.

Målgruppen befinder sig primært i aldersgruppen 25 til 45, eftersom at det er dem som kommer fra den generation, hvor IT og software industrien har haft den største udvikling. Denne gruppe er hovedsageligt bosat i storbyer, da der her er et større antal af IT- og softwarevirksomheder. Dog er der i denne industri flere og flere hybride medarbejdere, da denne branche hovedsageligt arbejder online.

Vores målgruppe er beskæftiget inden for arbejdsområder såsom; softwareudvikling, systemadministration, datalogi, netværk og infrastruktur, projektledelse, og andre relaterede tekniske funktioner. Indenfor denne branche er arbejdsmiljøet karakteriseret af et højt tempo og krævende arbejdsbyrde med deadlines og projekter, der ofte kræver kreativ tænkning, problemløsning og samarbejde.

Målgruppen interesserer sig for generel teknologi, softwareudvikling, open-source-projekter og gaming. Denne målgruppe prioriterer en fleksibel livsstil med fleksible arbejdstider, der giver mulighed for at balancere arbejde og fritid, og ofte har et stærkt ønske om at arbejde med projekter.

Personas

For at bedre kunne forstå hvem vores målgruppe er samt deres behov og ønsker, har vi lavet to personas, som hver især repræsenterer enten den hybride medarbejder eller den fysiske medarbejder.

Personaerne er fiktive personligheder, som repræsenterer virkelige brugere eller kunder, og som beskriver deres adfærd, behov, mål og udfordringer. Personaer er blevet gennem analyse af data om eksisterende brugere, ved at udføre markedsundersøgelser og ved at foretage brugerinterviews.

Personaer hjælper os med at fokusere vores indsats på at skabe et produkt, der opfylder kundernes behov og ønsker. Ved at have en dybere forståelse af kunderne kan vi skabe mere effektive og målrettede løsninger, der øger kundetilfredsheden og forbedrer brugeroplevelsen. Personaer hjælper også med at prioritere funktioner og funktionaliteter, der er mest relevante for kunderne og kan reducere risikoen for at spilde tid og ressourcer på funktioner, der ikke er nødvendige.

ALDER 27
STILLING Freelancer
STATUS Single
BOPL. København

Olivia **Christina** **Lisebeth**



Olivia

PERSONLIGHEDSTYPE

Indover Ekstrovert

Fokus Relationsorienteret

Vurderende Impulsiv

Spil Serios

MÅL

- At kunne fortælle mere bedre med historier
- Forståge med til mindre detaljer
- Få og være af sine hybridkolleger
- Undgå nye løsninger

FRUSTRATIONER

- Få en hurtig svarstid
- Få en hybrid kolleger ikke forstået
- Kan ikke finde at information fra andre med

ALDER 35
STILLING Softwareudvikler
STATUS Gift og har 2 børn
BOPL. København Ø

Mark **Henrik** **Lisebeth**



Mark

PERSONLIGHEDSTYPE

Indover Ekstrovert

Fokus Relationsorienteret

Vurderende Impulsiv

Spil Serios

MÅL

- Undgå at være omkring IT
- Lære fra sine medarbejdere
- At få sig selv og sin af sine kolleger
- Have kontrol til sine børn

FRUSTRATIONER

- Aflytter under andre møder
- Har mange ting at skulle have styr på
- Målkommunikation

SOCIALE MEDIER & NETVÆRK

- LinkedIn
- Instagram
- Facebook
- Messenger
- Snapchat
- Following

APPS & BRANDS



BIOGRAFI

Olivia er en 27-årig kvinde fra Danmark, som elsker at udfordre sig selv og sine kolleger. Hun er en kreativ person, der altid gider finde løsninger på de problemer, som kommer op. Hun er gift og har to børn og arbejder som softwareudvikler på et IT selskab med mange IT kolleger og et stort team af kolleger.

SOCIALE MEDIER & NETVÆRK

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- Teams
- LinkedIn
- Facebook for børnene

APPS & BRANDS



BIOGRAFI

Mark er en 35-årig mand fra Danmark, der er gift og har to børn, som han elsker at bruge sin fritid med. Mark er en erfaren softwareudvikler og leder af et team af kolleger. Han er gift og har to børn og arbejder som softwareudvikler på et IT selskab med mange IT kolleger og et stort team af kolleger.

SWOT og TOWS-analyse

I vores SWOT-analyse (bilag 3) har vi kigget på hvilke styrker, svagheder, muligheder og trusler der kan være inden for IT og software industrien. På baggrund af dette har vi udarbejdet en TOWS-matrix, hvor vi har fundet frem til en række handlingsforslag. Når vi kiggede på styrker og trusler, tænkte vi på vigtigheden af globalt samarbejde, for at følge med de skiftende teknologier og på at holde sig relevant i en konkurrencepræget branche. Ved at undersøge styrker og muligheder fandt vi blandt andet frem til, at det er muligt at vokse hurtigt og nemt, når der er stigende efterspørgsel på bestemte teknologier. Derfor valgte vi at undersøge Gartners Hype Cycle for at evaluere teknologiers succes på markedet.



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
- S2/O3** - Mulighed for at vokse hurtigt og nemt, når der er stigende efterspørgsel
- S1/O5** - Forblive i frontlinjen ved at have fokus på kunstig intelligens og maskinlæring
- S2/O6** - Globale forretningsmuligheder giver et behov for at integrere og håndtere en masse data
- S6/O2** - Ved at fokusere på etnisk diversitet, så styrker 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
- W8/O4** - Bryd den traditionelle tænkning ved at optimere digitale arbejdsprocesser
- W10/O5** - 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** - Udnyttelse 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 afsluttende for at vi ikke kan følge med i skiftende teknologier
- W8/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

Gartners Hype Cycle (GHC)

Vi har valgt at benytte GHC, eftersom at vi gennem den kan få et indblik i fremtidige teknologiers succes på bruger markedet (Resonate, 2019).

Ifølge Gartners egne undersøgelser bør virksomheder stræbe efter hybrid/fleksible arbejdsmiljøer. Ledere på arbejdspladser skal imødekomme og tage hånd om medarbejderes forskellige behov. Medarbejdere bør ses som mennesker og individer i stedet for blot et værktøj for virksomheden. Hybride arbejdspladser med en empatisk og menneskeorienteret tilgang har en lavere grad af træthed blandt deres medarbejdere og generelt øget produktivitet (Waller G., 2022). Fremtidens arbejdspladser spår større fokus på virtuelt samarbejde, bedre integration af AI værktøjer, større fleksibilitet og omsorg.

Med udgangspunkt i "Hype Cycle for the Digital Workplace 2020" kan vi se hvilke digitale produkter og midler, der bliver en nødvendighed for alle velfungerende arbejdspladser. På Gartners Hype Cycle har vi udvalgt nogle koncepter som giver mening ind for rammerne af GN's brief

Enterprise social networking applications: Sociale medier for virksomheder bruges som et kommunikations- og samarbejdsværktøj for at optimere arbejdet internt. Slack er et godt eksempel på et fungerende værktøj, som mange virksomheder bruger (Curry D., 2023).

Workstream Collaboration: Teams er et godt eksempel på workstream collaboration. Det giver brugere mulighed for at have flere tråde i chat-funktionen, video-konferencer, fildeling og meget mere. Produkter som Teams giver brugerne mulighed for at forholde sig til færre flader.

Ambient virtual meetings: Møder i det virtuelle. AVM (Ambient Virtual Meetings) er ideen om, at det virtuelle møde skal være en fordybende oplevelse. Ved at bruge VR giver man brugerne mulighed for at være sammen i et virtuelt rum i stedet for at være adskilt af en skærm.

Intranet as a service: Dækker over mange af de ovennævnte aspekter. Intranet er et system, der giver virksomheder mulighed for at have alt på ét sted. Her kan de tilbyde medarbejdere adgang til virksomhedsoplysninger, kommunikere med hinanden, samarbejde om projekter og administrere opgaver overalt, fordi intranettet er et cloud-baseret produkt.

Cloud office: Cloud office er en Software-as-a-Service (SaaS)-værktøj til samarbejde og kommunikation, som inkluderer e-mail, fil-delning, instant messaging, konferencer og funktioner til håndtering og søgning. Office 365 er et godt eksempel på en cloud office.

Chatbots: Mange virksomheder er allerede begyndt at fokusere mere på chatbots, som f.eks. Meta er begyndt at udvikle deres egen AI-chatbot til deres forskellige produkter (Barinka A. & Bloomberg, 2023). Man havde ikke forventet, at hypen over chatbots ville vare længe, men efter OpenAI har vist mulighederne med ChatGPT, er der større efterspørgsel efter den slags AI.

Hype Cycle for the Digital Workplace, 2020



gartner.com/SmarterWithGartner

Gartner.

DEFINE

1.9 KONKLUSION OG ANBEFALING

Med en stigning i globaliserede arbejdspladser og en øget vilje til at arbejde hjemmefra efter pandemien, er der behov for nye strategier for at imødekomme hybrid-ansatte. Vi anbefaler at inkludere anerkendte og innovative digitale trends og teknologier i den næste fase, som kan give den hybride medarbejder en bedre oplevelse af møder med online deltagelse, så det føles mere som et fysisk møde for alle deltagere.

Baseret på vores forskning og indsamlede indsigt, vil vi anbefale at arbejde på et software koncept, som kan forbedre oplevelsen i både det fysiske og digitale mødelokale. En cloud-baseret samarbejdsplatform, som kan facilitere virtuelle videomøder, digitale samarbejdsrum, fildeling, og samtidig tage højde for den øgede efterspørgsel efter datasikkerhed og privatlivspolitik.

Ved at inddrage AI-teknologi, såsom ChatBots, kan der udvikles forskellige assistance-værktøjer, som kan lave referater af notater og vigtige sagte informationer og pointer, der bliver sagt under video-mødet. Dette vil sikre, at ingen går glip af vigtige detaljer på grund af tekniske problemer eller

forstyrrelser som lyd- eller netværksproblemer. AI-teknologi kan også bruges til at mindske sprogbarrierer i mange internationale IT-virksomheder, da den kan registrere, hvad der bliver sagt, og direkte oversætte det til modtagerens ønskede sprog i form af undertekster.

Fremtidens mødelokaler er under forandring, og måden, som mennesker arbejder på, ændrer sig også. Derfor skal arbejdsmiljøet løbende optimeres for at imødekomme de nye behov og samtidig sikre, at de, der foretrækker den konventionelle arbejds måde, ikke bliver glemt. Det er teknologiens opgave at følge med forandringerne, og med vores indsigter vil det føre den i den rigtige retning.

2.1 REFERENCELISTE

2.deloitte, 2021

<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/tech-trends/2021/future-of-digital-workplace.html> [Besøgt 13.03.2023 kl. 09:45]

Convinced, 2020

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://convinced.dk/wp-content/uploads/2020/06/060620-Online-m%C3%B8der-f%C3%B8r_under_efter-corona.pdf [Besøgt 13.03.2023 kl. 13:24]

Danskindustri business, 2021

<https://www.danskindustri.dk/di-business/arkiv/nyheder/2021/3/trat-af-onlinemoder-her-er-forklaringen-og-losningen/> [Besøgt 14.03.23 kl. 11:34]

Altinget, 2020

<https://www.alinget.dk/civilsamfundetsvidenscenter/artikel/saadan-faciliterer-du-det-gode-virtuelle-moede> [Besøgt 13.03.2023 kl. 10:02]

GN, 2023

www.gn.com [Besøgt d. 13.03.2023 kl. 09:45]

Gartner, 2023

<https://www.gartner.com/en/insights/future-of-work> [Besøgt 15.03.23 kl. 10:50]

<https://www.gartner.com/en/articles/think-hybrid-work-doesnt-work-the-data-disagrees> [Besøgt 15.03.23 kl. 10:50]

Resonate, 2019

<https://resources.resonate-ucc.com/gartners-new-hype-cycle-the-digital-workplace-roller-coaster> [Besøgt 15.03.23 kl. 11:21]

Proventeq, 2020

<https://www.proventeq.com/blog/cloud-office-and-its-business-benefits> [Besøgt 15.03.23 kl. 14:43]

Fortune, 2023

<https://fortune.com/2023/02/27/mark-zuckerberg-chatgpt-chatbot-ai-team-meta-facebook/> [Besøgt 15.03.23 kl. 12:44]

Meta, 2023

<https://about.meta.com/> [Besøgt 14.03.23 kl. 15:11]

Bussiness of apps, David Curry, 2023

<https://www.businessofapps.com/data/slack-statistics/> [Besøgt 16.03.23 kl. 14:26]

2.2 BILAG

Bilag 1: FigJam

<https://www.figma.com/file/06nXFyarBR4QaogulkVyNA/Research?node-id=0%3A1&t=uXiGrqzRXnv4a7Ot-1>



Bilag 2: Interview:

Fortæl lidt om dig selv, din baggrund og alder:

Jeg hedder Helle, 42 år og er kommunikationsansvarlig hos HKI

Hvad er HKI?

HKI er en fond der hjælper mennesker der er røget ud af arbejdsmarkedet grundet sygdom og hjerneskader

Hvor tit sidder du i møde?

Jeg sidder i møde hver dag, både med interne kollegaer men også med eksterne samarbejdspartnere

Hvor ofte er disse møder online?

Jeg er personligt sjældent på fra computeren, men jeg sidder ofte i et mødelokale hvor andre deltager fra Teams.

Oplever du nogen problemer ved at sidde i et mødelokale med folk som er online, når du ikke selv er?

Ja, jeg oplever tit at jeg er nødt til at gentage mig selv, hvis jeg sidder for langt væk i lokalet. Jeg oplever også, at jeg føler at personen er langt væk. Derudover driller teknikken også og det bruger vi lang tid på. F.eks. når de ikke kan høre hvad jeg siger så skal vi bruge tid på at flytte rundt på computeren.

Oplever du nogle problemer de gange, du har været den som sad og var med fra teams?

Ja, jeg oplever ofte at jeg ikke kan fokusere på den som taler - særligt hvis de sikker langt væk. Hvis jeg mister fokus kommer jeg tit til at kigge på min telefon eller tjekke mails. Jeg oplevede engang, at jeg var til en møde hvor at de skrev en masse noter på tavlen, og jeg kunne ikke se hvad der stod - hvilket betød at jeg ikke kunne skrive mine egne noter.

Hvordan tænker du at man kan optimere møde-oplevelsen?

Det kunne være fedt, hvis man kunne gøre online-oplevelsen mindre fjern, så jeg ikke føler mig ligeså langt væk. Så tror jeg ikke at jeg bedre ville kunne holde fokus.

Bilag 3: SWOT-ANALYSE:



STRENGTHS

- S1: Ofte i frontlinjen for teknologisk innovation
- S2: Globale forretningsmuligheder
- S3: Mulighed for at vokse hurtigt og nemt, når der er stigende efterspørgsel
- S4: Arbejdet kan være fleksibelt for medarbejderne
- S5: Kommunikationen er stærk og god mellem den hybride og fysiske medarbejder
- S6: Etnisk diversitet
- S7: Høj efterspørgsel efter IT- og softwaremedarbejdere
- S8: Høje lønninger og fordelagtige ansættelsesvilkår
- S9: Arbejdet er ofte varieret og udfordrende, hvilket kan være motiverende



WEAKNESSES

- W1: Høj konkurrence
- W2: Hurtige ændringer i teknologien - overhaling af konkurrencer
- W3: Høje investeringer
- W4: Ofte mål for cyberkriminalitet
- W5: Vigtige medarbejdere der kan forlade virksomheden
- W6: Høj konkurrence om de bedste kandidater, hvilket kan føre til høje rekrutteringsomkostninger og vanskeligheder med at tiltrække og fastholde medarbejdere
- W7: Konstant teknologisk udvikling kræver vedvarende uddannelse og opdatering af færdigheder, som kan være udfordrende for nogle medarbejdere
- W8: Virksomheder kan være for forbundet i traditionel tankegang
- W9: Mangel på mangfoldighed og inklusion i branchen, som kan føre til et ensidigt perspektiv og en mindre effektiv arbejdsstyrke
- W10: Arbejds miljøet kan være præget af lange arbejdstider og høje arbejdsbyrder, hvilket kan føre til stress og udbrændthed



OPPORTUNITIES

- O1: Følge med tiden og teknologien og dermed opfinde nye løsninger
- O2: Samarbejde globalt
- O3: Handle og tilbyde services på tværs af landegrænser
- O4: Mulighed for at optimere og digitalisere arbejdsprocesser og efterspørgsel af virksomheder
- O5: Skabe løsninger med kunstig intelligens og maskinlæring
- O6: Behov for at integrere og håndtere en masse data
- O7: Cloud computing giver mulighed for fleksible og skalerbare løsninger, hvilket kan være en stor fordel for både virksomheder og slutbrugere
- O8: Digitaliseringen af samfundet fortsætter, og der er et stigende behov for IT- og softwareløsninger i mange sektorer
- O9: Fokus på ansattes mentale helbred



THREATS

- T1: Cyberkriminalitet og sikkerhedstrusler
- T2: Konkurrence fra et stort antal virksomheder og nye spillere på markedet
- T3: Manglende innovation kan føre til, at virksomheder falder bagud i forhold til konkurrenterne og mister markedsandel
- T4: Lovgivning og regulering inden for datasikkerhed og beskyttelse af privatlivets fred
- T5: Økonomisk ustabilitet kan føre til reducerede investeringer og færre muligheder for vækst