

IBM Connections: opłacalna droga do biznesu społecznościowego

Pięć przykładowych projektów



Warto inwestować w pogłębianie relacji międzyludzkich

Sukces w biznesie zależy od ludzi — ludzi nawiązujących kontakty, ludzi wymieniających się pomysłami i ludzi budujących zaufanie. Pracownik wpada na pomysł, jak usprawnić jakiś proces, i mówi o tym swojemu przełożonemu. Projektant produktu zbiera opinie od klientów i przekazuje je pozostałym członkom zespołu projektowego. Konsument identyfikuje się z marką i kupuje produkt. W ten sposób, krok po kroku, nawiązywane są i pogłębiane relacje, które stają się fundamentem stabilnego wzrostu i zyskowej działalności.

Coraz częściej przewagę nad konkurencją uzyskują te organizacje, które potrafią z powodzeniem zastosować narzędzia nowej generacji wspomagające komunikację i współpracę w przedsiębiorstwie — a tym samym sprzyjające budowaniu i podtrzymywaniu takich relacji. Organizacje, w których wdrażany jest model najlepiej sprawdzający się we współczesnym, globalnym i mobilnym środowisku — model biznesu społecznościowego. Wśród korzyści biznesowych, jakie się z tym wiążą, wymienić należy większą efektywność pracy, szybsze wdrażanie innowacji i pogłębienie relacji z klientami.

Zmieniające się oczekiwania i potrzeby

Społecznościowe narzędzia i techniki szybko utorowały sobie drogę do świata korporacyjnej komunikacji i pracy zespołowej, stając się zarówno przyczyną, jak i skutkiem fundamentalnych zmian w sposobie prowadzenia biznesu. Pracownicy, klienci, partnerzy i inwestorzy oczekują, że interakcje i transakcje na rynku będą jednocześnie wartościowymi, pozytywnymi i ciekawymi doświadczeniami natury społecznej. Co więcej, wszystko dziś musi dziać się „natychmiast”. Telefon, poczta elektroniczna i inne tradycyjne narzędzia komunikacyjne są przeciążone i dlatego równoległe do nich stosować trzeba nowocześniejsze formy współpracy.

Ponadto w miarę, jak upowszechnia się praca w zespołach rozproszonych geograficznie, a bariery między czasem pracy a czasem wolnym coraz bardziej się zacierają, ludzie na całym świecie potrzebują bardziej efektywnych sposobów wymiany informacji i dzielenia się pomysłami. Muszą mieć możliwość swobodnego organizowania spotkań, wymiany spostrzeżeń, dokonywania uzgodnień i kupowania towarów — w dowolnym momencie, z dowolnego miejsca, za pośrednictwem dowolnie wybranych urządzeń i interfejsów.



Rysunek 1: „Punkt wyjścia” do wdrożenia modelu biznesu społecznościowego bywa różny w różnych przedsiębiorstwach, jednak wartość każdego biznesu społecznościowego przejawia się w większej efektywności, elastyczności i bezpośredniości komunikacji oraz współpracy.

Korzyści z przekształcenia w biznes społecznościowy

Biznes społecznościowy transformuje sam siebie, aktywizując sieci kontaktów między ludźmi. Za pośrednictwem serwisów społecznościowych i konferencji internetowych, obszarów zespołów, blogów, serwisów wiki, profili i innych narzędzi ludzie mogą budować swoje sieci i korzystać z nich bez ograniczeń narzucanych przez tradycyjne struktury organizacyjne lub środki komunikacji. Również informacje stają się bardziej przejrzyste i łatwiej dostępne, co prowadzi do otwarcia nowych źródeł wiedzy i doświadczenia.

W efekcie ludzie mogą bardziej efektywnie wykonywać swoje zadania, a interakcje międzyludzkie są bardziej dynamiczne, autentyczne i naturalne. Organizacja jako całość działa sprawniej, rośnie zaangażowanie i kreatywność.

Kluczem do udanej implementacji oprogramowania społecznościowego jest nakreślenie przejrzystych, realistycznych celów takiej inicjatywy, a także włączenie narzędzi społecznościowych w istniejące procesy oparte na rolach. Taka transformacja może i powinna doprowadzić do:

- Zwiększenia efektywności pracy personelu: lepsze narzędzia do pozyskiwania wiedzy, ułatwiony kontakt z osobami posiadającymi wiedzę potrzebną w projektach i usprawnienie pracy zespołowej skutkuje większą produktywnością i satysfakcją z pracy w działach operacyjnych, kadrowych i w innych jednostkach organizacyjnych. Dodatkową korzyścią może być obniżenie kosztów podróży, szkoleń i telekonferencji.
- Szybsze wdrażanie innowacji: zespoły odpowiedzialne za badania i rozwój produktów mogą efektywniej dzielić się spostrzeżeniami i wynikami oraz zbierać opinie od najważniejszych klientów i partnerów, a w efekcie przekształcić cały proces kreowania idei oraz uzgadniania strategii.
- Pogłębienie relacji z klientami: mając szybszy i bardziej bezpośredni dostęp do treści i wiedzy specjalistycznej, konsultanci mogą pracować efektywniej i zapewnić klientom wyższą jakość obsługi. Zespoły marketingowe i sprzedażowe mogą z kolei poświęcić więcej czasu kontaktom z klientami i inicjatywom ukierunkowanym na klientów.

Wiele organizacji, w tym IBM, wkroczyło już na drogę transformacji w biznes społecznościowy i odnosi w związku z tym wymierne korzyści. Pięć przykładowych projektów zaprezentowanych w niniejszym artykule to doskonały dowód na to, że strategiczna integracja nowego oprogramowania społecznościowego i narzędzi oraz towarzysząca jej zmiana w kulturze organizacyjnej może bardzo szybko przynieść prawdziwie imponujące rezultaty.

Projekt 1: Platforma społecznościowa pomaga poprawić wyniki sprzedaży i jakość obsługi klienta

Organizacja

Czołowe towarzystwo ubezpieczeń medycznych z milionami ubezpieczonych i ponad 3000 pracowników

Wyzwanie

Od ubezpieczycieli medycznych oczekuje się niezmiennie coraz wyższej jakości usług, większej produktywności pracy i skutecznego zdobywania nowych klientów. Jednak możliwość osiągnięcia oczekiwanych wyników zależy od efektywności realizowanych procesów oraz potencjału technologii informatycznych stosowanych do komunikacji, pracy zespołowej i zarządzania wiedzą. Ubezpieczyciel realizujący opisywany tutaj projekt wskazał właśnie te trzy obszary jako wymagające radykalnych zmian na lepsze.

Przedstawiciele handlowi tracili czas na żmudnym poszukiwaniu informacji i zdobywaniu niezbędnej wiedzy, przez co niewiele zostawało im go na kontakty z potencjalnymi klientami. W oczywisty sposób cierpiała na tym skuteczność sprzedaży. Również inni pracownicy, za biurkami, zamknięci w swoich działach, mieli utrudniony kontakt z ekspertami. Mnóstwo czasu i pieniędzy marnowano w wyniku dublowania się prac. Jak wspomina jeden z pracowników — „Gdy dowiadaliśmy się, że ktoś realizuje podobny projekt, zwykle było już za późno”. Podobnie jak w wielu innych organizacjach, od pracowników oczekiwano, że wykonają te same zadania, co do tej pory, mając do dyspozycji mniej zasobów. Ktoś ujął to zwięźle: „Nie było mowy o rekrutacji, a jedynie o nowych, wyższych normach”. Problemy te pogłębiało jeszcze swoiste uzależnienie organizacji od poczty elektronicznej — która była osią praktycznie wszystkich złożonych interakcji, całej komunikacji i wszelkich procesów zespołowych. „Od e-maili kręciło nam się już w głowie” — mówi jeden z pracowników.

Projekt

Aby rozwiązać wymienione wyżej problemy, które bezpośrednio wpływały na produktywność pracy, jakość obsługi i sprzedaż umów, ubezpieczyciel rozpoczął realizację projektu transformacji swojego intranetu w oparciu o oprogramowanie IBM. Punktem wyjścia do realizacji projektu była strategia obejmująca szczegółowy plan oraz analizę konsekwencji finansowych.

Zespół projektowy ocenił wpływ zintegrowania centralnego portalu intranetowego z oprogramowaniem społecznościowym IBM i funkcjami wspomagającymi pracę zespołową, takimi jak społeczności, obszary zespołów i komunikacja w czasie rzeczywistym. Centralnym komponentem środowiska online stało się oprogramowanie IBM Connections, dzięki któremu użytkownicy mają ułatwiony dostęp do informacji w dających się przeszukiwać zasobach społeczności, możliwość korzystania z miejsc spotkań, dostęp do odpowiedzi na często zadawane pytania i udostępnianych plików. Profile pracowników oraz funkcja wyszukiwania profili pomagają w nawiązywaniu kontaktów z ekspertami zatrudnionymi w organizacji — podobnie jak blogi, fora samoobsługowe oraz historie rozwiązanych problemów, które można przeszukiwać. Narzędzia do pracy zespołowej i komunikacji w czasie rzeczywistym łączą pracowników w biurze z osobami pracującymi zdalnie, zwiększając produktywność pracy zespołowej i indywidualnej.

Nowe rozwiązania są szczególnie korzystne z punktu widzenia pracowników odpowiedzialnych za obsługę klientów — teraz mają oni szybszy i wygodniejszy dostęp do informacji i wiedzy specjalistycznej potrzebnej przy rozpatrywaniu roszczeń i kwestii zdrowotnych. Ubezpieczyciel liczy, że wyższa jakość obsługi przyczyni się do większej lojalności klientów i skłoni ich, by polecali ofertę firmy swoim znajomym. Również zespoły sprzedażowe mogą pracować bardziej produktywnie, mając ułatwiony dostęp do informacji, ekspertów oraz dynamicznych, zintegrowanych narzędzi pracy zespołowej. Zarząd firmy oczekuje w związku z tym lepszych wyników sprzedaży.

Wyniki

Szacuje się, że udoskonalone środowisko WWW udostępnione pracownikom pionów sprzedaży, obsługi klienta i innych jednostek w ciągu trzech lat przyniesie korzyści finansowe na poziomie 12 milionów USD.

- Oszczędności wynoszące 3,9 miliona USD wynikają z obniżenia kosztów szkoleń, połączeń telefonicznych, obsług konferencji WWW, dojazdów na spotkania oraz drukowania i dystrybucji fizycznych dokumentów.
- Dodatkowe oszczędności w kwocie 8,1 miliona USD wynikać będą z poprawy wyników sprzedaży oraz zwiększenia produktywności pracy dzięki szybszemu dostępowi do informacji i bardziej efektywnej pracy zespołowej.

Szacowany zwrot z inwestycji w Projekt nr 1: około 12 milionów USD w okresie trzech lat

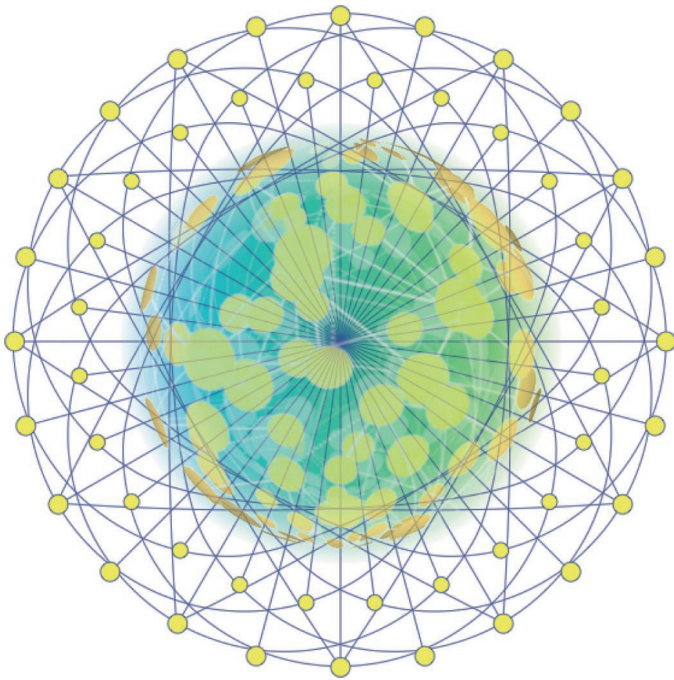
Projekt 2: Przyspieszenie prac badawczo-rozwojowych w branży artykułów konsumpcyjnych

Organizacja

Duży, globalny producent artykułów konsumpcyjnych zatrudniający ponad 10 000 osób w ogólnosiwiatowym pionie badań i rozwoju.

Wyzwanie

W przedsiębiorstwie rozpoznano trzy obszary potencjalnych udoskonalień: skrócenie cyklu prac badawczo-rozwojowych, optymalizacja pracy personelu i promowanie innowacji. Do najważniejszych barier utrudniających realizację tych celów należały trudności we współpracy w zespołach rozproszonych geograficznie. Jak zauważył jeden z pracowników — „Po jednej z naszych comiesięcznych telekonferencji spędziłem cztery-pięć godzin na udzielaniu odpowiedzi na pytania, jakie spływały do mnie pocztą elektroniczną; i często te same pytania powtarzały się po kilka razy”. Ktoś inny powiedział: „Gdy brak narzędzi społecznościowych, automatycznie stosowanym narzędziem komunikacji pozostaje telefon”. W dodatku ośrodki badawczo-rozwojowe i poszczególni eksperci nie zawsze utrzymują ze sobą nawzajem stały kontakt, przez co nie wymieniają się sprawdzonymi procedurami, a nawet sprzętem. „Musimy skrócić cykl pracy nad nowymi produktami” — powiedział jeden z pracowników. „Gdy jeden ośrodek rozwija pomysły i wyniki prac innego, powstają naprawdę wartościowe rzeczy”.



Projekt

Przedstawiciele przedsiębiorstwa z pomocą specjalistów IBM ocenili, na ile wdrożenie rozwiązania IBM Connections mogłoby przyczynić się do stymulowania innowacyjności w pionie badawczo-rozwojowym, usprawnienia prac projektowych i szybszego wprowadzania nowych produktów na rynek. W ramach oceny wartości biznesowej analizowano przypadki użycia rozwiązania w kontekście działań zespołowych oraz oszacowano wpływ finansowy wdrożenia na działalność ośrodków badawczo-rozwojowych firmy na całym świecie.

IBM Connections otwiera pracownikom ośrodków badawczo-rozwojowych drogę do budowania społeczności i trwałych relacji między jednostkami — ponad podziałami geograficznymi, inicjowania dialogu i szybszego znajdowania wiedzy specjalistycznej. Na listach działań zebrane są wszystkie wiadomości, dokumenty i ogłoszenia potrzebne do dalszych prac nad konkretnymi zadaniami. Gdy pojawia się problem, można przeszukać bazę profilów i odszukać właściwego eksperta. Przynosi to oszczędność czasu i sprzyja wykorzystaniu wiedzy zgromadzonej w organizacji oraz sprawdzonych procedur. Sieć kontaktów z wiarygodnymi współpracownikami sprawia, że pracownicy stają się bardziej zaangażowani, a praca daje im więcej satysfakcji.

Oto przykładowa sytuacja: Robert, nowy szef projektu badawczego w Australii, znajduje informacje o emulsyfikacji materiałów, zapoznając się z dokumentami umieszczonymi na serwerze przez inżyniera z Teksasu. Do dokumentów tych dociera, poszukując informacji na podstawie słów kluczowych. Robert dowiaduje się także o istnieniu „społeczności specjalistów od emulsyfikacji”, w której może zadawać pytania i czytać porady na forach dyskusyjnych. W miarę postępów swoich prac Robert udostępnia społeczności także swoje własne wyniki. Jeśli dzięki IBM Connections z tego typu udogodnień korzystać będą tysiące pracowników prowadzących badania, można spodziewać się konkretnych, wymiernych korzyści dla całego przedsiębiorstwa.

Sytuacje podobne do opisanej powyżej mogą niezwykle korzystnie wpłynąć na efektywność i jakość prac badawczo-rozwojowych w skali globalnej. Ułatwienia w dostępie do wiedzy specjalistycznej i dzieleniu się tą wiedzą sprzyjają innowacyjności. Organizacja działa bardziej efektywnie, gdy jej pracownicy wykorzystują nawiązane relacje, by zdobywać informacje, ograniczać niepotrzebne powielanie prac i szybciej realizować zadania. Sieć kontaktów, w której można wykorzystać talenty współpracowników, a jednocześnie aktywnie wносить swój wkład w zasoby organizacji, sprzyja zaangażowaniu pracowników i sprawia, że czerpią oni większą satysfakcję ze swej pracy.

Wyniki

Wyniki oszacowania wskazują, że łączne korzyści wynikające z ograniczenia kosztów i wzrostu przychodów generowanych pośrednio przez globalne prace badawczo-rozwojowe powinny wynieść 14,1 miliona USD.

- Oszczędności na poziomie 7,8 miliona USD możliwe są dzięki bardziej efektywnemu wykorzystaniu sprzętu i materiałów.
- Szacowany wzrost przychodów o 6,3 miliona USD wynikać będzie z większej innowacyjności i efektywności pionu badawczo-rozwojowego.

Szacowany zwrot z inwestycji w Projekt nr 2: 14,1 miliona USD jako wynik redukcji kosztów i wzrostu przychodów

Projekt 3: Sieciowe kontakty społeczne w korporacji, czyli jak sprawić, by załoga była zadowolona z pracy

Organizacja

Operator sieci elektroenergetycznej zatrudniający ponad 10 000 osób i obsługujący ponad 10 milionów ludzi.

Wyzwanie

Wizja przedsiębiorstwa zakłada prowadzenie działalności w sposób bardziej inteligentny i przyjazny dla środowiska, co ma wynikać z większej elastyczności oraz sprawnego zarządzania zmianami procesów i procedur. Kluczowe znaczenie dla realizacji tych celów ma zdolność do budowania i utrzymania stabilnej, produktywnej, elastycznej i zadowolonej załogi.

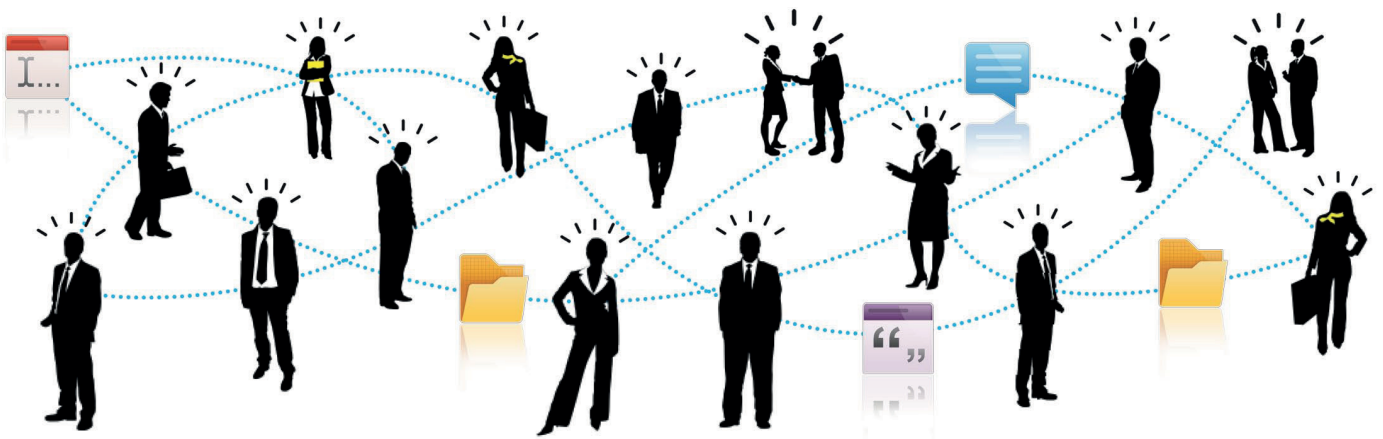
Obecnie produktywność pracy nie jest tak wysoka, jak mogłaby być, ponieważ osoby uzyskujące najlepsze wyniki nie mają wielu okazji i sposobów, by podzielić się swoimi sprawdzonymi rozwiązaniami z całą organizacją. Duża rotacja pracowników w powiązaniu z licznymi odejściami na emeryturę prowadzi do powstawania luk w strukturze kadrowej i kompetencyjnej, a zapewnienie tysięcy wolnych stanowisk w najbliższych latach może być utrudnione. Doświadczonym pracownikom, i tak mocno obciążonym pracą, powierza się czasochłonne szkolenia i opiekę nad nowo przyjętymi. W praktyce nie ma jak sięgać po utalentowanych pracowników z innych jednostek organizacji. Nie funkcjonują też procesy wewnętrznego „łowienia” talentów na potrzeby konkretnych projektów lub zastępstw.

Konieczność korzystania z narzędzi do pracy grupowej i procesów, które nie są wystarczająco efektywne wobec dzisiejszych potrzeb, dodatkowo pogarsza produktywność pracy i podkopuje morale załogi. Wymiana dokumentów między pracownikami zbyt często odbywa się wyłącznie za pomocą poczty elektronicznej. W przesyłanych tą drogą materiałach trudno jest odkryć nowe informacje potencjalnie przydatne przy podejmowaniu decyzji. Kultura liczących i długich zebrań, na które pracownicy muszą dojeżdżać osobiście, jest źródłem olbrzymiego marnotrawstwa czasu, energii, kosztów, a nawet fizycznego ryzyka związanego z podróżami. Te i inne czynniki pogarszające efektywność pracy są jedną z przyczyn dużej rotacji pracowników — która największa jest w grupie osób zatrudnionych nie dłużej niż trzy lata.

Projekt

Kluczowym składnikiem wdrożenia zaprojektowanego we współpracy z Partnerem Handlowym IBM jest oprogramowanie IBM Connections uzupełnione o dodatkowe rozwiązania IBM do komunikacji w czasie rzeczywistym, pracy grupowej i zarządzania treścią.

Usprawnienia dotyczyć będą takich obszarów, jak dokumentowanie i gromadzenie wiedzy, wyszukiwanie ekspertów i innych źródeł wiedzy specjalistycznej oraz produktywna praca zespołowa w środowisku kontekstowym. Mechanizmy komunikacji w czasie rzeczywistym oraz lepsze narzędzia pracy grupowej wyeliminują szereg spotkań osobistych, zebrań i rozmów telefonicznych. Pomieszczenia zespołów i biblioteki treści usprawnią współużytkowanie



Rysunek 2: Narzędzia społecznościowe pomagają w inteligentnej współpracy. Stwarzając warunki do wymiany wiedzy i pomysłów ponad podziałami organizacyjnymi, biznes społecznościowy może przyczynić się do eksplozji innowacyjności, większej produktywności oraz większego zadowolenia z pracy.

treści istotnych dla realizacji projektów oraz zadań całych zespołów i poszczególnych osób. Profile pomogą pracownikom w znajdowaniu ludzi o potrzebnych kompetencjach i nawiązywaniu kontaktów. Społeczności zbudowane wokół wspólnych zainteresowań umożliwią pracownikom wymianę informacji, wdrażanie innowacji i efektywną współpracę. Zaś interaktywne repozytoria informacji, takie jak serwisy wiki i szablony działań, mogą stanowić dopełnienie, a nawet substytut formalnych szkoleń.

Wyniki

Analiza finansowa wykazuje, że „obudzenie” potencjału obecnej załogi przedsiębiorstwa poprzez wdrożenie oprogramowania społecznościowego IBM przyniesie zarówno bezpośrednie, jak i pośrednie korzyści finansowe.

- Szacuje się, że koszty dojazdów na spotkania i zebrania można ograniczyć o 8 milionów USD dzięki takim funkcjom, jak: wyszukiwanie wiedzy specjalistycznej i ekspertów w sieci; komentowanie, wiadomości i aktualizacje statusu w kontekście projektów; zarządzanie wiedzą przy użyciu serwisów wiki, blogów, forów dyskusyjnych i wspólnych zakładek.
- Koszty szkolenia pracowników można zmniejszyć o 1,6 miliona USD, a dodatkową korzyścią będzie szybsze przygotowywanie nowych pracowników do ich zadań oraz większe zaangażowanie i zadowolenie załogi skutkujące mniejszą rotacją.
- Wydatki na telekonferencje można zmniejszyć o 700 000 USD.
- Oszczędności wynikające z mniejszej objętości przechowywanej poczty elektronicznej szacuje się na 88 000 USD.

Suma tych korzyści bezpośrednich wynosi 10,4 miliona USD, natomiast korzyści pośrednie szacuje się na dodatkowe 18,5 miliona USD w okresie pięciu lat. Najważniejsze źródła tych korzyści to większa produktywność pracy, szybsze wdrażanie nowych pracowników w ich zadania oraz mniejsza rotacja pracowników.

Sumę korzyści finansowych z zastosowania oprogramowania społecznościowego IBM szacuje się na 28,9 miliona USD, z czego już 1 milion USD pojawić się powinien w pierwszym roku.

Szacowany zwrot z inwestycji w Projekt nr 3: łączne korzyści finansowe z wdrożenia oprogramowania społecznościowego IBM szacuje się na 28,9 miliona USD.

Projekt 4: Dobre pomysły z całego świata

Organizacja

Jeden z czołowych dostawców materiałów budowlanych na świecie, zatrudniający ponad 12 000 pracowników w różnych krajach

Wyzwanie

W minionych latach model biznesowy firmy zakładał scentralizowaną kontrolę nad rozproszonymi jednostkami operacyjnymi, które obsługiwały konkretne rynki. Pracownicy czuli się wyizolowani w swoich odrębnych jednostkach, a komórki obsługujące podobne rynki były niepotrzebnie powielane w różnych krajach. W przedsiębiorstwie poszukiwano zatem sposobów na usunięcie barier między zespołami i pracownikami oraz stworzenie warunków sprzyjających innowacyjności, a w konsekwencji wprowadzaniu na rynek nowych produktów zgodnych z oczekiwaniami klientów, a nawet je wyprzedzających.

Projekt

Pod koniec 2009 roku w firmie rozpoczęto wdrażanie wewnętrznej platformy pracy grupowej wykorzystującej techniki społecznościowe. Społecznościowa praca zespołowa umożliwić miała stosowanie sprawdzonych procedur we wszystkich procesach i pionach biznesowych — wszystkim pracownikom i grupom, niezależnie od lokalizacji. Ostatecznym celem było stworzenie kultury otwartego, sprawnego i efektywnego współdziałania, która doprowadziłaby do skrócenia prac nad nowymi produktami i stymulowała innowacyjność.

Platforma powinna uwzględniać kluczowe technologie społecznościowe i integrować je, udostępniając użytkownikom spójne środowisko online. Miała być również na tyle elastyczna, by w razie potrzeby możliwe było wdrażanie nowych metod i technik współpracy. Aby stworzyć platformę spełniającą te wymagania, wybrano oprogramowanie IBM Connections. To znakomite rozwiązanie w jednym interfejsie integruje narzędzia społecznościowe z systemem przesyłania wiadomości i komunikacji konwergentnej, a przy tym jest otwarte na nowe funkcje, które zostaną dopiero opracowane. Korzystny wpływ IBM Connections na jakość i wydajność pracy wynika z możliwości wykorzystania sieciowych kontaktów społecznych oraz z globalnej widoczności każdego pracownika i jego wkładu w zasoby organizacji.

Wokół wspólnych zainteresowań można szybko budować społeczności, dzięki którym łatwiejsze będzie rozwiązywanie problemów wspólnych dla różnych rynków, lokalizacji i zespołów. Baza profili pracowników ułatwia nawiązywanie kontaktów, znajomości oraz wzajemne rekomendacje. Serwisy wiki i blogi pomagają w dzieleniu się wiedzą i doświadczeniem oraz zbieraniu opinii i komentarzy. Fora stwarzają warunki do dyskusji na temat problemów istotnych dla funkcjonowania firmy. Dzięki informacjom o statusie umieszczanym w profilach oraz listom podejmowanych działań pracownicy — dotąd zamknięci i „odcięci od świata” w swoich komórkach organizacyjnych — wiedzą, czym zajmują się ich koledzy o podobnych zainteresowaniach zawodowych. Mogą też dzielić się swoimi osiągnięciami i problemami. Znaczniki, zakładki społecznościowe i udostępnianie plików to techniki ułatwiające docieranie do potrzebnej wiedzy i sprawdzonych procedur.

Wyniki

Statystyki wykorzystania oprogramowania potwierdzają, że firmie udaje się skutecznie promować kulturę otwartego współdziałania.

- Utworzono około 400 społeczności.
- Prawie 10 000 pracowników pracuje w ramach inicjatyw regionalnych.
- Ponad 1600 pracowników działa w globalnych społecznościach, wdrażając innowacyjne rozwiązania, takie jak udoskonalenia w procesach, nowe praktyki środowiskowe, nowe produkty i pomysły marketingowe.
- Inżynierowie produktów, dotychczas odseparowani w swoich lokalizacjach geograficznych, mogą teraz dzielić się sprawdzonymi rozwiązaniami ponad granicami regionów i rynków — na przykład inżynier z Brazylii może współpracować bezpośrednio ze swoim odpowiednikiem w Niemczech. W rezultacie znacznie ułatwione jest dostosowywanie produktów lokalnych do potrzeb rynków globalnych i wchodzenie na nowe rynki, z korzyścią dla globalnej wielkości sprzedaży.

Ciekawym przykładem jest jedna ze społeczności, dzięki której nowa globalna marka w kluczowej linii produktów została wprowadzona na rynek w niecałe 4 miesiące — podczas gdy w przeszłości podobne projekty trwały średnio po 12 miesięcy. Dzięki usprawnieniu działania firma oszczędza już rocznie ponad 1 milion USD, a inwestycja w rozwiązanie społecznościowe zwróciła się w ciągu pierwszego roku.

„Naprawdę wierzę, że to ma przyszłość” — powiedział członek zarządu odpowiedzialny za innowacje. „Ułatwiając pracownikom wzajemne kontakty sprawiamy, że duża korporacja jest przez nich postrzegana niczym przyjazna, mała firma. W efekcie mamy sprawnie działające, wydajne i globalnie zintegrowane przedsiębiorstwo”.

Szacowany zwrot z inwestycji w Projekt nr 4: 1 milion USD oszczędności rocznie

Projekt 5: Sieciowe kontakty społeczne jako kontynuacja tradycyjnych szkoleń i seminariów

Organizacja

Instytut prowadzący szkolenia i seminaria specjalistyczne dla prawników, obsługujący ponad 100 000 klientów.

Wyzwanie

Władze instytutu, świadczącego wysokiej jakości usługi edukacyjne dla prawników, poszukiwały sposobu na umocnienie czołowej pozycji firmy i skuteczniejszą realizację jej misji poprzez wyjście poza sztywne ramy formalnych kursów i seminariów. Wdrożenie nowego modelu biznesowego wiązałoby się z koniecznością stworzenia internetowej „giełdy” aktualności, analiz prawnych i informacji dla prawników, która jednocześnie zapewniałaby uczestnikom bezpośredni dostęp do najlepszych ekspertów z różnych dziedzin prawa. Gdyby pomysł „wypalił”, uczestnicy szkoleń i seminariów chętniej korzystaliby ponownie z usług firmy. To przywiązanie do instytutu i zbudowanego wokół niego środowiska byłoby oczywiście korzystne także dla samych uczestników zainteresowanych rozwojem swoich kompetencji i karier.

Realizację tak nakreślonego celu instytut rozpoczął pod koniec 2007 roku od zdefiniowania wymagań wobec środowiska WWW. „Giełda” miałaby być zrealizowana jako obszar roboczy do publikacji wszelkich informacji związanych z seminarium i odsyłaczy do przeróżnych źródeł informacji na pokrewne tematy. Uczestnik miałby możliwość udostępnienia swojego profilu i nawiązywania kontaktów z innymi uczestnikami za pośrednictwem poczty elektronicznej i komunikatora. Potrzebny był także mechanizm zbierania opinii, dzięki którym instytut lepiej poznałby wymagania i potrzeby edukacyjne swoich klientów. Ponadto wymagane były funkcje pozwalające użytkownikom na zespołowe budowanie baz wiedzy.

Projekt

Oprogramowanie społecznościowe IBM doskonale odpowiadało wymaganiom, jakie postawiono przed rozwiązaniem. Wspólnie z Partnerem Handlowym IBM instytut stworzył środowisko WWW, w którym zintegrowane zostały narzędzia społecznościowe Web 2.0, funkcje wymiany informacji, zarządzania dokumentami i pracy zespołowej. Centralnym komponentem rozwiązania jest oprogramowanie IBM Connections, które zapewnia obsługę profili użytkowników, blogów, serwisów wiki, wspólnych zakładek i innych funkcji społecznościowych. Ich dopełnienie stanowią funkcje oferowane przez inne produkty IBM wspomagające społecznościową pracę zespołową — poczta elektroniczna, wiadomości błyskawiczne, zarządzanie dokumentami i konferencje WWW.

Użytkownicy, którzy mogą dołączać do sieci wyłącznie za zaproszeniem, są delikatnie zachęceni do wypełnienia swoich osobistych profili. Mogą wybrać sposób uczestnictwa i zakres informacji wyświetlanych w profilach oraz wskazać preferowane metody kontaktu. Każdy użytkownik jest następnie kierowany do „mikroserwisu” — społeczności utworzonej wokół określonego tematu i uczestników poświęconego mu seminarium. Każda społeczność powiązana z seminarium jest wyposażona w szereg narzędzi społecznościowych oraz kanały RSS, bibliotekę dokumentów i odsyłacze do blogów tematycznych. Uczestnicy seminariów mogą wchodzić w interakcje z innymi uczestnikami, pobierać materiały szkoleniowe, kierować pytania do prowadzących i prowadzić pogłębione poszukiwania informacji. Z kolei specjaliści prowadzący szkolenia i seminaria oraz układający programy nauczania mają dostęp do bazy profili uczestników, na podstawie której mogą w razie potrzeby modyfikować treść i zakres kursów.

Po zakończeniu kursu powiązana w nim społeczność funkcjonuje nadal. Dostępne są materiały pomocnicze, a uczestnicy za pośrednictwem ankiet mogą wpływać na program przyszłych kursów. Uczestnicy mogą dzielić się wiedzą i zdobywać ją w serwisach wiki i blogach. Mają także dobre warunki do pogłębiania nawiązanych kontaktów zawodowych.

Wyniki

Serwis dla społeczności prawniczej pomógł instytutowi w realizacji jego głównej misji w obszarze edukacji i rozwoju zawodowego. Z serwisu korzystają obecnie tysiące prawników, w tym wewnątrzni radcy prawni większości przedsiębiorstw z listy Fortune 1000, a także partnerzy i współpracownicy czołowych kancelarii prawnych.

Uczestnicy społeczności:

- Aktywnie w nich działają, regularnie powracając do serwisu.
- Wyszukują informacje specjalistyczne i uzyskują odpowiedzi na pytania.
- Rozpoznają nowe szanse zawodowe i promują własne kompetencje w środowisku zawodowym.

Po wdrożeniu narzędzi społecznościowych IBM instytut dostrzega przyrost liczby klientów w tempie sięgającym 1,25 procenta dziennie. To zaś oznacza większą liczbę uczestników szkoleń i seminariów, bogatsze zasoby wiedzy w społecznościach online oraz większe możliwości nawiązywania kontaktów.

Jeden z uczestników społeczności zauważa: „Dzięki technologii Web 2.0 prawnicy mają tu do dyspozycji przyjazną, a jednocześnie zaawansowaną platformę, na której uczą się od siebie nawzajem, współpracują z kolegami i nawiązują oraz rozwijają relacje biznesowe”.

Wyniki Projektu nr 5: przyrost liczby klientów w tempie sięgającym 1,25 procenta dziennie.

Biznes społecznościowy — warto przejąć inicjatywę

Korzyści biznesowe, jakie spodziewają się uzyskać organizacje opisywane w niniejszym artykule, są konkretne i mają mierzalną wartość. Jednak żadna z tych firm nie stanie się biznesem społecznościowym z dnia na dzień. Transformacja w biznes społecznościowy to proces, a nie jednorazowe wydarzenie.

Jednak im wcześniej się rozpocznie, tym większą przewagę można dzięki niej uzyskać. Wdrażając oprogramowanie społecznościowe już dziś, organizacja zyskuje szansę na wyjście przed szereg konkurentów — czy to poprzez zbudowanie silniejszych relacji z klientami, czy przez promowanie innowacyjności i wzrost wydajności. W obecnych warunkach najbardziej ryzykowne jest bierne czekanie.

Dlaczego IBM?

Społecznościowa platforma pracy grupowej oferowana przez IBM udostępnia wyjątkowy zestaw funkcji i usług, dzięki którym każde przedsiębiorstwo może stać się biznesem społecznościowym. Oprogramowanie IBM Connections jest kluczowym składnikiem oferty rozwiązań wspomagających pracę zespołową, do których należy także oprogramowanie IBM Lotus® Quickr® i IBM Lotus Sametime®. Oferowane przez IBM narzędzia społecznościowe znajdują zastosowanie w całym spektrum interakcji zawodowych i rynkowych oraz mogą być integrowane z kluczowymi procesami biznesowymi lub wdrażane jako autonomiczne aplikacje. W razie potrzeby Klienci mogą korzystać z bogatej wiedzy branżowej i doświadczenia IBM w dziedzinie nadzoru i doradztwa, tak aby inwestycja w oprogramowanie okazała się jak najbardziej wartościowa.

Więcej informacji

Aby uzyskać więcej informacji o możliwości wykorzystania rozwiązań IBM Connections do transformacji przedsiębiorstwa w biznes społecznościowy, należy skontaktować się z lokalnym przedstawicielem handlowym IBM lub Partnerem Handlowym IBM albo odwiedzić serwis WWW: ibm.com/social



© Copyright IBM Corporation 2011

IBM Polska Sp. z o. o.
Software Group
ul. 1 Sierpnia 8
02-134 Warszawa
Polska

Wydrukowano w Polsce
Maj 2011 r.
Wszelkie prawa zastrzeżone

IBM, logo IBM, ibm.com i Lotus są znakami towarowymi International Business Machines Corp. zarejestrowanymi w wielu systemach prawnych na całym świecie. Nazwy innych produktów lub usług mogą być znakami towarowymi IBM lub innych podmiotów. Aktualna lista znaków towarowych IBM dostępna jest w serwisie WWW IBM, w sekcji „Copyright and trademark information” (Informacje o prawach autorskich i znakach towarowych), pod adresem ibm.com/legal/copytrade.shtml

Zawarte w niniejszej publikacji odniesienia do produktów lub usług firmy IBM nie oznaczają, że IBM zamierza udostępniać je we wszystkich krajach, w których działa.

Treść niniejszego dokumentu ma wyłącznie charakter informacyjny. Mimo że dołożono starań, aby zweryfikować kompletność i dokładność informacji zawartych w niniejszym dokumencie, dokument jest udostępniany w stanie, w jakim się znajduje („as is”) bez jakichkolwiek gwarancji wyraźnych lub domniemanych. Ponadto informacje te są oparte na aktualnych planach i strategii IBM co do produktów, które mogą zostać przez IBM zmienione bez powiadomienia. IBM nie będzie ponosić odpowiedzialności za jakiegokolwiek szkody wynikłe z użycia niniejszego lub innych dokumentów bądź w jakikolwiek inny sposób z nimi związane. Żadne z elementów treści niniejszego dokumentu nie ma w zamierzeniu stanowić ani nie stanowi gwarancji lub oświadczenia ze strony IBM (lub dostawców bądź licencjodawców IBM), ani też nie zmienia warunków stosownych umów licencyjnych określających warunki używania oprogramowania IBM.

Klienci IBM są odpowiedzialni za przestrzeganie przepisów prawnych. Do obowiązków Klienta należy uzyskanie porady kompetentnej kancelarii prawnej w zakresie wskazania odpowiednich przepisów i ich interpretacji, które mogą mieć wpływ na prowadzoną przez Klienta działalność. Klient jest również odpowiedzialny za wszelkie inne działania, które winien podjąć w celu zapewnienia takiej zgodności.

Papier należy przetworzyć wtórnice

