



ceo suite

Gestire la conoscenza

Oggi, per le aziende è prioritario poter disporre di una struttura organizzativa e di processi flessibili per poter reagire in tempo reale agli stimoli del mercato. Questo comporta anche saper capire quali sono le leve tecnologiche abilitanti il business stesso. Serve supportare organizzazione e processi con sistemi informativi in grado di fare una sintesi congruente dell'enorme mole di dati, strutturati e non, che le investe ogni giorno, permettendo al management di prendere decisioni rapide e vincenti sempre e dovunque. Serve in sostanza gestire la conoscenza.

I più avanzati studi sulle performance aziendali evidenziano che è proprio la gestione della conoscenza uno degli elementi fondamentali da cui deriva l'incremento della redditività delle imprese. Cresce allora l'importanza di strumenti e procedure per la gestione delle informazioni.

La tecnologia supporta questa esigenza con soluzioni che rendono più facile e meno dispendiosa la ricerca di informazioni, abbattendo le barriere spazio-temporali e facilitando la comunicazione, formale e informale, dentro e fuori l'azienda, a tutti i livelli.

Il patrimonio della conoscenza, governato da sistemi informativi di ultima generazione, è uno scrigno di competenze ed esperienze, di nozioni e informazioni che possono essere trasmesse dai singoli all'intera struttura, e viceversa.

Il fatto che la tecnologia abbia superato le barriere fisiche dell'azienda - ormai si parla di azienda estesa - rende inoltre indispensabile incrementare la collaborazione lungo tutta la filiera d'appartenenza grazie a soluzioni e tecnologie basate sui paradigmi del Web 2.0, vale a dire unified communication & collaboration, enterprise content management, social networking, senza dimenticare la mobility, fenomeno che ormai sta entrando prepotentemente nel mondo enterprise e che richiede una capacità di analisi e sintesi ancora maggiore, visto che su smartphone e tablet devono arrivare, al momento giusto, solo le informazioni che servono.

Per esempio, Gartner ha rilevato che gli strumenti standard di business intelligence sono utilizzati da meno del 30% degli utenti potenziali. Questo perché i metodi tradizionali di BI sono spesso difficili da usare e forniscono risposte lente o contenuti di scarsa rilevanza. Da questo punto di vista, la diffusione di tecnologie e strumenti mobile e tecnologie BYOD permette alla BI di emergere raggiungendo un numero maggiore di utenti. Facilita inoltre l'accesso a dati ben integrati e l'analisi delle informazioni per gestire prestazioni e assumere decisioni.

La vera *intelligence* quindi - soprattutto nel mobile - è la capacità di sintesi. Una qualità che consiste nel mettere a disposizione indicatori di business velocemente e facilmente utilizzabili.

Ecco allora, che un'efficace strategia mobile diventa il motore che permette la circolazione, da una parte di informazioni molto strutturate - all'interno di una BI di massima sintesi - e dall'altra di informazioni destrutturate, che fanno riferimento a strumenti di content management mobile.

Emerge - però - quanto sia importante interpretare al meglio le esigenze di ogni singola azienda, solo così è possibile implementare KPI sintetici e significativi. Per raggiungere la necessaria capacità di sintesi sono necessarie competenze non facilmente reperibili sul mercato: specialisti in grado di affiancare la conoscenza approfondita del business del cliente, le informazioni e la capacità di dominare le applicazioni più aggiornate e innovative presenti sul mercato.

Paola Pomi, direttore generale Sinfo One