



סיכום מפגש שולחן-עגול

סוגיות בתחום פורטל ארגוני וניהול ידע

מנחה

עינת שמעוני

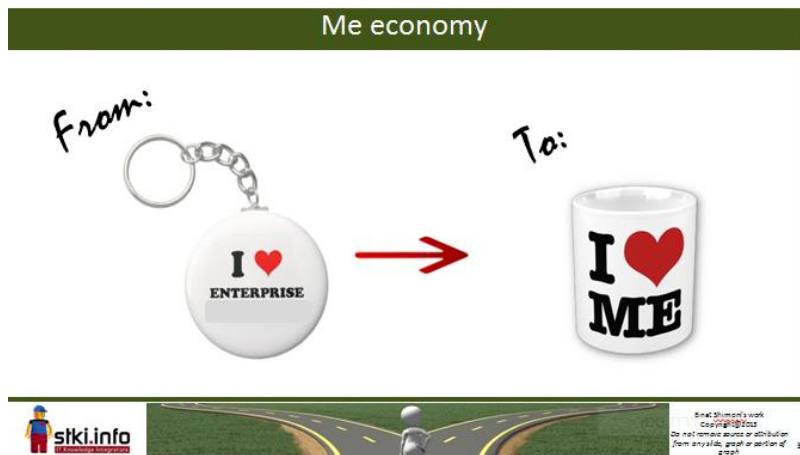
לקוחות נכבדים שלום,

תודה על השתתפותכם במפגש שולחן עגול Round Table בנושא סוגיות בתחום פורטל ארגוני.

מה חדש בעולם הפורטלים הארגוניים? שאלה שאנו מקבלים מדי פעם מארגונים אשר כבר יישמו פורטל פנים ארגוני (חלקם כבר לפני שנים) ותוהים כיצד להמשיך ולפתח אותו, להפוך אותו ליותר שמיש ופעיל, ולמשוך משתמשים להיכנס ולהשתמש. לא מעט ארגונים מספרים לנו שהפורטל הארגוני הופך עם הזמן להיות "פיל לבן", בעוד שבארגונים אחרים הפעילות בפורטל כל הזמן מתרחבת. מה הופך פורטל להיות יותר פעיל? איזה יכולות ושירותים כדאי לכלול בפורטל?

כיצד מתמודדים עם התחרות החיצונית שלאחרונה צצה למחלקת ה-IT בתחומי ניהול ושיתוף ידע ארגוני, תחרות כדוגמת פייסבוק, Whatsapp, ואפליקציות אחרות מהתחום הצרכני שלעובדים מסוימים בהחלט מספקים ו"אין שום צורך בכלים נוספים, תודה רבה"?

במפגש זה הוצגו תחילה מספר מגמות בתחום ניהול ידע, פורטל ארגוני, רשתות חברתיות וחיפוש. אחת ממגמות-העל אשר הוצגו, שמשתתפי הדיון התייחסו אליה בהמשך, הנה ה "Me economy" – המעבר מראייה קולקטיבית בארגון (העובד רואה את טובת הארגון כמטרה עליונה) לראייה אינדיבידואלית ואף "אנוכית" (העובד בוחן כל דבר בשאלה – "מה יוצא לי מזה?").



בהמשך, נערך דיון פתוח בין משתתפי המפגש – מנהלי ידע, מנהלי תחום פורטל ארגוני, ניהול תוכן, תקשורת ארגונית ועוד; מכמה עשרות ארגונים גדולים בסקטורים השונים.

ארגונים סיפרו מה הם עושים כיום בפורטל, מהם האתגרים המרכזיים, שיטות העבודה, תכניות להמשך ועוד.

כמעט בכל הארגונים שנכחו בדיון כבר פועל פורטל ארגוני (ברובם הגדול כבר לא מעט שנים). וכמעט בכולם סביבת הפורטל הקיימת כיום הנה Sharepoint בגרסת 2010. כמחצית נערכים לקראת שדרוג.

בין הסוגיות שעלו בדיון:

- השאלה המרכזית שעלתה שוב ושוב – כיצד לגרום לעובדים להיכנס ולהשתמש בפורטל? כיצד למנוע מהפורטל/ים להיות בבחינת "פיל לבן" ולהשאיר אותו דינמי ומותאם לצרכיו המשתנים של הארגון?
- הרחבות הפורטל – חיפוש ארגוני (רוב הארגונים לא היו מרוצים מהחיפוש שיש להם כרגע והציגו תכניות להרחיבו), יישום רשת חברתית, ניהול תהליכים ברמת הפורטל – שילוב עם כלי ניהול תהליכים
- במפגש עלו כמה דוגמאות מעניינות לשימושים (לדוגמה, תהליכי ניהול חדשנות בפורטל)
- שדרוגי גרסה (ספציפית, שדרוג ל SPS 2013)
- יישומי פורטל ארגוני רחבי (שנראה כי הולך ופוחת) אל מול פורטלים תפעוליים ממוקדי תהליך (בעלייה). דוגמאות ודגשים

מצ"ב סיכום עיקרי הדברים שעלו במהלך המפגש. במפגש עלו נושאים מהותיים שתומצתו בסיכום כפי שעלו. אין בסיכום זה המלצה גורפת ללקוחות אלא מתן פרספקטיבה והצגה של ההתלבטויות שעלו במפגש, כלומר "מהשטח".

קריאה מהנה,

בברכה, עינת שמעוני.

תוכן עניינים

5	תמונת מצב - תצורת הפורטל הרווחת כיום:
7	שדרוגים ל- SPS 2013
7	חיפוש בפורטל
7	רשת חברתית ארגונית:
8	מובייל פורטל
8	תהליך עבודה של מפתחי הפורטל מול משתמשים
8	איך מתמודדים עם הקלות הבלתי נסבלת של דור ה Y "להסתדר" בלי IT?
8	כיצד למנוע מהפורטל להפוך ל"פיל לבן"?
10	יישומים מעניינים וחדשים
11	לסיכום:
12	נספח – תגובות ספקים ויועצים לסיכום המפגש:

תמונת מצב - תצורת הפורטל הרווחת כיום:

כמעט בכל הארגונים שנכחו בדיון קיימים 2-3 סוגי יישומי פורטל:

- **פורטל כללי רוחבי לכל הארגון** (האינטר-נט) – המכנה המשותף הרחב של העובדים. בחלק מהארגונים זהו ה homepage אליו נכנסים בכל בוקר. הודעות כלליות לכולם, אלפון ארגוני, הודעות, לוח מכירה, ימי הולדת, מידע על אירועים וכד'. צוין כסוג היישום הבעייתי ביותר – כללי מדי, גם אם מחייבים עובדים להיכנס זה עדיין לא אומר שמשתמשים, אין משהו שגורם להם להישאר, מה שעבד בעבר כבר לא עובד כיום (לדוגמה, אלפון ארגוני – כבר פחות צריך)
- **פורטלים ממוקדים יותר** אך עדיין כלליים – לפי חברות בת/אזורים גיאוגרפיים. גם כן צוין כיישום בעייתי. אם הפורטל הוא מכיל בעיקר מידע "PR" על החברה אין בו ערך של ממש והוא יגווע עם הזמן וייעלם.
- **פורטלים תהליכיים** – אלה צוינו כפורטלים האפקטיביים ביותר, אליהם נכנסים ומשתמשים הכי הרבה. אלה מעין איים שלרוב הנם נפרדים, אך כנראה מספקים מענה אמיתי לצרכים אמיתיים של עובדים. הם גם מנוהלים מטבע הדברים בצורה פחות ריכוזית – כלומר על ידי בעלי עניין שונים שקשורים לאותה מחלקה / תהליך. לדוגמה, קהילה מקצועית של רופאים; פורטל ייעודי להגשת בקשות ייעוץ; פורטל ייעודי לתהליך של תמיכה: מחפשים בעיה דומה – מקבלים פתרונות שאנשים כבר מצאו, חוסך להם זמן. וכשהם מסיימים – מתעדים. דוגמה נוספת לפורטל ורטיקלי הוא פורטל המיועד לאנשי מכירות, אחד הארגונים כעת עסוק בחשיבה כיצד מנגישים לאיש המכירות את המידע הרלוונטי עבורו.
- **פורטלים אישיים:** ארגונים אחדים דיברו על רצון לאפשר לכל עובד להגדיר "mysite" משלו, כאשר יהיו לו webparts מהם הוא יוכל לבחור (חלקם יהיו mandatory), בדומה למעין App store של רכיבי פורטל.

התארגנות כוח אדם בתחום הפורטלים

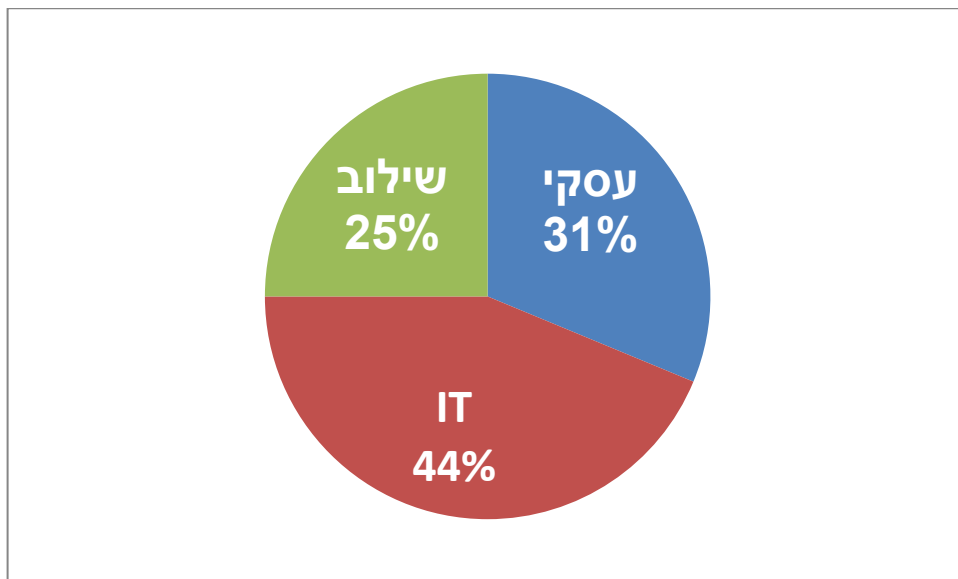
במפגש ערכנו סקר לגבי נתוני כ"א והתארגנות מחלקת הפורטל הארגוני.

מספר העובדים במחלקה זו נע ברוב הארגונים היה בסביבות 5 עובדים (אך נע בין 0.5 עובד לכמה עשרות).

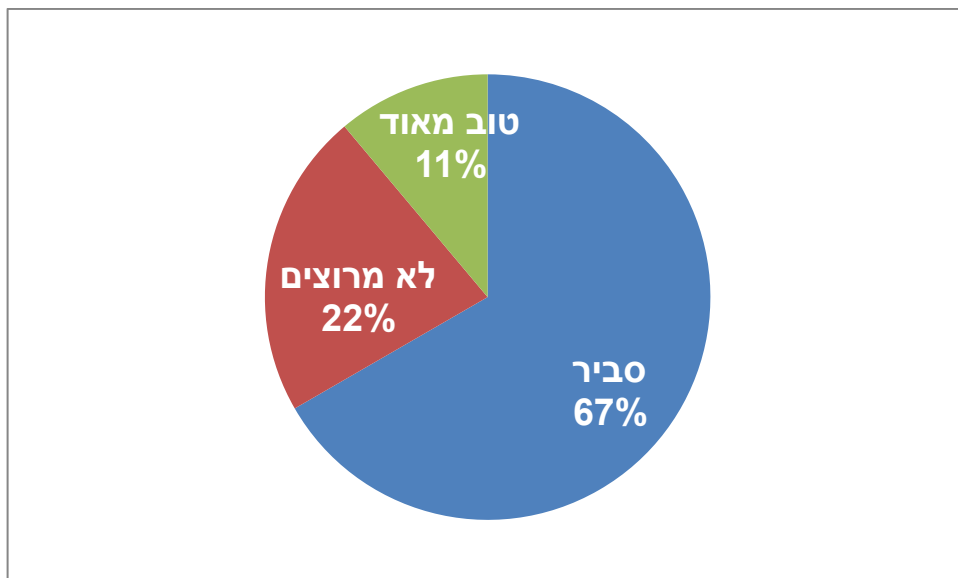
אחוז העובדים בתחום הפורטל בארגון מתוך כלל עובדי ה IT עמד בממוצע על 5.3%

(כלומר כ-5% מעובדי אגף מערכות מידע עוסק בתחום הפורטל הארגוני).

האם תחום הפורטל הארגוני יושב תחת אגף ה-IT או תחת אגף/מחלקה עסקית בארגון?



בנושא שביעות הרצון מתחום ניהול הידע והפורטל הארגוני בארגון, המצב הוא עגום. רק ארגון אחד ציין ששביעות הרצון בארגון מתחום זה היא "טובה מאוד". כל השאר "סביר" או "לא מרוצים":



מבין התועלות השונות לתחום זה, "שימור ידע" ו"התייעלות" צוינו כשתי תועלות מרכזיות שעשויות להיות לפרויקטים בתחום הפורטל הארגוני. תועלות נוספות שצוינו לצד אלה – שימוש חוזר בתובנות של העובדים, רגולציה, וחיזוק הקשר בין העובד לארגון ולקבוצה.

התחומים העתידיים להשקעה אותם ציינו משתתפי הדיון – בעיקר שיפור החיפוש בפורטל; שדרוג; ניהול מסמכים; מספר משתתפים ציינו כוונה להיכנס לתחום רשת חברתית; מימוש תפיסת "שולחן עבודה" לעובד – בניית אזורי עבודה ואזורים אישיים.

שדרוגים ל- SPS 2013

כמחצית מהארגונים סיפרו על רצונם לשדרג לגרסת 2013 של שרפוינט. ארגונים שמחכים עם השדרוג הם ארגונים שרק עתה עלו עם 2010.

ארגונים אשר נמצאים בתוך התהליך סיפרו על השקעה בצד החשיבתי על התכנים, אחד הארגונים מתלבט בעיקר בתמהיל שבין תקשורת פנים ארגונית לניהול ידע עסקי/ מקצועי בפורטל.

רק 2 ארגונים (גלובליים באופיים) דיברו על מימוש של מודל ענן בהקשר של הפורטל הארגוני (לצד מימוש של תיבות דואר בענן ורכיבים נוספים). אחד מהם ציין כי יכולת של דוחות שימושיות מאוד מינורי ב SPS אונליין (לעומת גרסת ה ON PREMISE). ארגון זה רכש מוצר צד שלישי לצורך ניתוח שימושיות ב SPS בענן - AVPOINT.

חיפוש בפורטל

ארגונים דיברו על רצונם להרחיב את נושא החיפוש הארגוני ברמת הפורטל. אחד הארגונים דיבר החזון של הפורטל העתידי מבחינתו: מעין דף "גוגל" כדף הבית, שמופיעה בו רק שורת חיפוש אחת. בשורת החיפוש העובדים יוכלו לחפש כל מה שהם רוצים (מידע / שירות / תהליך), מבלי לחשוב היכן נמצא כל דבר.

כיום רוב הארגונים שמימשו חיפוש ברמת הפורטל חיברו אותו רק לתכני הפורטל – כלומר, מנוע החיפוש מאנדקס אך ורק את תכני הפורטל והמסמכים המועלים אליו, ולא אפליקציות ארגוניות, BI וכד'. אך רובם כן שואפים להגיע למצב זה בעתיד. אחד הארגונים סיפר שכבר התחיל להתקדם בכיוון זה, כאשר פיתח כבר קונקטורים למערכות מידע שונות, אחת מהן – מערכת מעקב משימות אקשנבייס, אשר מנוע החיפוש מאנדקס גם אותה.

רשת חברתית ארגונית:

הנושא באופן כללי מעניין את רוב הנוכחים בדיון, אך עדיין מוגדר כבעייתית: אי בהירות לגבי תועלות, חוסר יכולת להראות ROI ממשי, קושי בהגדרת מדיניות לגבי מה כן ומה לא לאפשר ברשת חברתית ארגונית (יש הנהלות של ארגונים שמאוד נרתעות מהכנסת האפקט הפייסבוקי לתוך הארגון מחשש לבזבז זמן של העובדים).

עבור חלק מהארגונים ששוקלים כניסה לנושא הרשת החברתית, סיבה זו מהווה מניע לשדרוג ל-SPS 2013 בשל השיפור ביכולות הרשת החברתית בגרסה זו.

אחד הארגונים שניסה לממש לאחרונה רשת חברתית סיפר על כישלון כואב – "לא היו מנהלים בכירים שדרשו את זה, זה לא היה קשור לתהליך עסקי כלשהוא, הנושא הלך וגווע מעצמו".

מובייל פורטל

אמנם לא תואר כצורך דחוף או קריטי, אך ארגונים כן סיפרו על רצון לאפשר גישה מוביילית מ-devices שונים לפורטל. כמו כן, ישנם כמה ארגונים אשר מבזרים באופיים, העובדים הנם עובדי שטח או כאלה שאין להם גישה למחשב רוב שעות היום, ולכן רוצים לאפשר התחברות מהבית, מה שבהחלט אפשרי אך דורש התארגנות מבחינת אבטחת מידע.

תהליך עבודה של מפתחי הפורטל מול משתמשים

אחד הדיונים המרכזיים במפגש היה הקושי שה IT (או מי שמפתח שירותי פורטל בארגון) חווה מול הצוותים העסקיים שמבקשים המון פיתוחים ובפועל לא משתמשים. במקרים רבים לאותו מפתח יש כבר ידע וניסיון רב שהוא יודע מראש להגיד באיזה פיתוח ישתמשו באמת ובאיזה לא, אז מה לעשות במקרה ומבקשים ממנו משהו כאשר הוא יודע בבירור שלא ישתמשו בו? לפעמים המשתמשים לא מספיק יודעים מה הם רוצים או לא יודעים להגדיר זאת בבירור. כאן הדעות היו מאוד חלוקות:

- גישה אחת היא גישה יותר "קשוחה": לדוגמה, לתת רק קצת "טעימה" ממה שיש out of the box ולאט לאט לשפר אם רואים שיש שימוש. עוד שיטה שהוזכרה כאן היא לבקש מהמשתמש לכתוב מסמך איפיון מפורט, מה שהרבה פעמים פשוט "מתיש" את המשתמש והוא שוכח מהעניין. או שהוא כן כותב ואז משקיע הרבה יותר מחשבה בדרישות.
- גישה שנייה היא יותר שיתופית כלפי המשתמש

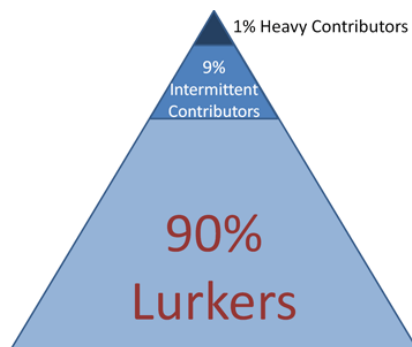
איך מתמודדים עם הקלות הבלתי נסבלת של דור ה Y "להסתדר" בלי IT?

באחד הארגונים הייתה קבוצה שהייתה צריכה להעביר מידע ביניהם – פשוט פתחו קבוצה ב whatsapp ושיתפו מידע. בפועל זה יצר בעיה של זליגת מידע רגיש של ארגונים.

כיצד למנוע מהפורטל להפוך ל"פיל לבן"?

משתמשים חזרו וציינו שאין כאן כלל בעיה טכנולוגית. הבעיות הן בכיוונים של תרבות ארגונית, שיטות עבודה, תהליכים, ולכן יותר חשוב להשקיע בשיווק וחשיבה ועטיפה מאשר בקטע הטכנולוגי.

אחת המשתתפות הזכירה את פירמידת השימוש בכלי שיתופיות: זה בסדר שרק % מסוים ישתף והשאר יאכלו מה שיתנו להם, זה טבעי ולא צריך להיבהל מזה. אי אפשר לדרוש מכולם לשתף מידע כל הזמן. יש אנשים שזה באופי שלהם לשתף, יש כאלה שפחות ויש כאלה שלא משנה כמה נשקיע, הם לא ישתפו מידע אבל כן יצרכו אותו.



פירמידת השיתוף – רק 1% משתפים "כבדים", כ-90% רק מנצלים את המידע

מקור: <http://www.nngroup.com/articles/participation-inequality>

משתמשים עסקיים הרבה פעמים לא יודעים מה הם רוצים, אלא מה הם לא רוצים. בעבר ארגונים השקיעו הרבה בפיתוח "סוכריות" – כל מיני דברים קטנים וחביבים שתופסים את העובדים, שבגללם עובדים נכנסים לפורטל (בארגון אחד זה יהיה "מה יש היום בקפיטריה", בארגון אחר "יד 2" של הארגון, בהרבה ארגונים פיתוח מידע שקשור לרווחה של עובדים עובד הכי טוב, אלפון ארגוני, לוח מודעות, תמונות מאירועי חברה, פיתוח של באגרים / כרזות, שליחה של חיוויים במייל ועוד ועוד).

אחת המשתתפות אמרה שהיא כבר יודעת לזהות מראש מתי מבקשים ממנה לפתח פורטל/אתר שהולך להיות פיל לבן – כל האתרים ששמים בהם "PR" (כלומר מעין מידע "ברושורי" פרסומי על חטיבה / חברת בת/ מבנה ארגוני), יהפוך להיות במהרה לא רלוונטי עם מבנה ארגוני שכבר לא קיים.

בנוסף, חשוב לציין שבנושא הפורטל לא מספיק רק לפתח ולשחרר. צריך כל הזמן לדחוף, לפקח, לוודא ששיחות ומידע של אנשים לא זולגים למייל/ פייסבוק / whatsapp ולהחזיר אותם למקום המתאים במערכת. להיות כל הזמן בקשר עם השטח. להקשיב להצעות ייעול וליישם. בארגונים בהם אין מנהלי תוכן ייעודיים התהליך של הפיכת הפורטל לפיל לבן מואץ הרבה יותר, הפורטל מהר מאוד הופך ללא רלוונטי ורדום.

גם כאן הוזכר נושא ה Me economy. העובדה שהארגון פחות ופחות מעניין את העובדים, והם כל הזמן חושבים מה יוצא להם מלהשתמש בכלים שאנו נותנים להם הופכת את כל נושא מערכות ניהול הידע (שהן הרבה יותר "התנדבותיות" מאשר מערכות ארגוניות תפעוליות אחרות), במיוחד אם מדובר על ניהול ידע סמוי ולא גלוי, להרבה יותר מאתגר. דור ה-Y מהווים כיום כבר 40% מכוח העבודה.

אחת ההצעות הייתה ליישם משהו בסגנון "שכר עידוד" או תגמול חכם (שמתחשב לא רק בכמות התכנים שתורמת אלא גם באיכותם ומידת האפקטיביות שלהם עבור עובדים אחרים). דבר זה מתחבר למוטיבציה של עובדים כיום לייצר מידע כביכול "עבור הארגון".

בנוסף, כאשר מדובר ספציפית על ניהול מסמכים - חסרה הגדרה מאוד ברורה לגבי מתי מסמך עובר את הגבול ממסמך פרטי (שאני אשמור בתיקיות שלי) למסמך ציבורי (שאני צריך להעלות למערכת). צריך להגדיר את הקווים המנחים בצורה ברורה.

הצעה שאחת המשתתפות במפגש העלתה ומומשה בארגונה – כל דבר שמישהו עושה בפורטל מייד לתת איזשהו חיווי/ פידבק (מייל למי שעדכן / הודעה "תודה שעדכנת")...לתת תגובה מיידית. כל פתיחת קריאה או העלאת מידע – מייד מקבלים מייל "התקבל מידע".

כמעט כל הארגונים שהתנסו כבר כמה שנים בתחום ציינו שאם הרכיבים בפורטל אינם משולבים בתהליכים עסקיים בארגון, העובדים לא ייכנסו. נראה שארגונים שמימשו תהליכים שלמים דרך הפורטל (כולל גם חיבור למוצרי BPM שמריצים תהליכים אלה בפועל) הצליחו יותר להפוך את הפורטל למשהו חי ודינמי.

אחד המשתתפים ציין שמניסיונם - אם אין מנהל אתר שמאוד רוצה את זה ומוכן לשבת על האנשים שמתחזיו (אל תשלחו לי מייל אלא לינק) – זה לא יעבוד. אצלם יש חלק מהאתרים שעבדו והיו מאוד מוצלחים, חלק לא.

נקודה נוספת היא השקעת מחשבה בשימושיות, UX, UI. לדוגמה, ארגון שבנה WEB PARTS בהתאם כך שלא יצטרכו לגלול (בחנו את זה ברזולוציות שונות, הם יודעים בדיוק איזה יש באותו ארגון). וכמו כן, כמה שפחות קליקים – עוד עיקרון שמנחה אותם.

יישומים מעניינים וחדשים

בעבר רוב הארגונים פיתחו אלפון ארגוני (שכיום כבר פחות שימושי מכיוון שלכולם יש את המידע בסמארטפון / מערכות ה IP כיום כבר מייתרות צורך זה), הודעות לעובדים, לוח מודעות (מכירה – יד2) וכד'. חלק

מהארגונים במפגש סיפרו על פיתוחים חדשים נוספים שהם עושים בפורטל. אחד משימושים אלה לדוגמה הוא מימוש תהליך של קבלת רעיונות חדשים מהעובדים (ניהול "חדשנות" – idea management). לדוגמה,

אחד הארגונים סיפר על פרויקט של מעבדת חדשנות – הארגון ביקש מהעובדים לתת ולדרג רעיונות בתחום השירות. עובדים יכלו לעשות לייקים על הצעות אחרות. קיבלו מאות הצעות והיה מאוד מוצלח.

ארגון נוסף סיפר על הקמת אתר שאלות תשובות לקהילה מקצועית מסוימת – העובדים שולחים שאלות ויש צוות שעונה להם.

דוגמה נוספת היא הצעות ליעול ושיפור של העובדים. היה בעבר לפני הקמת האתר נוהל מאוד מסורבל של ועדות, הקימו אתר לכל הנוהל הזה, מחשבו את התהליך הזה (באמצעות טופס של ניטקס).

מה שמשותף ליישומים חדשים אלה הוא הניסיון לקדם את השכבה היותר סמויה של ניהול ידע – להוציא ידע ותובנות מהעובדים, תוך הניסיון להתחבר לצורך האמיתי שלהם ולמוטיבציה שלהם.

בארגון גדול אחר משתפים עובדים בכל מיני תהליכים באמצעות הרצת סקר – איזה מתנה נותנים לחג? באירוע חברה – מי יהיה האמן?

ארגון גדול שבו עובדים נוסעים הרבה לחו"ל מפרסם בפורטל גם מידע על ארצות שונות – מה לעשות שם, מסעדות, המלצות וכד'.

לסיכום:

הכלל שעלה כל הזמן בדיון וארגונים ציינו אותו בבחינת best practice: רק מה שמחובר לצורך עסקי יצליח. אנשים עסוקים בתפקידים שלהם, פחות מעדכנים את הפורטל כי זה לא התפקיד שלהם. אנשים ייכנסו לפורטל / שירות מסוים שבו רק אם זה נותן להם ערך ספציפי – עונה על צורך מסוים שיש להם (ולא כי "זה טוב לארגון"), ורק אם הדבר מהווה חלק טבעי בתוך תהליך עבודה שלהם.

2 ארגונים סיפרו על מימוש ערוץ YOUTUBE והעלאת תכני וידיאו. לדוגמה, סרטוני פרסומת של אותה חברה מועלים לאותו ערוץ כדי שעובדים יראו אותם לפני שהם מתפרסמים לכלל הציבור.

חברה מסוימת העלתה אתר ייעודי לפני שעברה תהליך הפרטה – כדי לאפשר לעובדים לשאול שאלות. כלומר, מנסים להתחבר לצורך של העובד – מה יעניין אותו ויגרום לו להיכנס.

נספח – תגובות ספקים ויועצים לסיכום המפגש:

תגובת חברת מיקרוסופט ישראל:

Many of the key investments in SharePoint 2013, touch exactly on needs and trends mentioned at Portal Round Table summary.

Therefore we encourage our customers to upgrade to this latest version, and to Sharepoint Online (cloud) in particular.

These capabilities include:

- A user centric, rather than document centric Sharepoint, which organizes information and alerts to information changes in a user specific manner, reducing the user's need to go find that knowledge or change of info.
- Powerful in-built search capabilities - FAST is no longer a separate product and therefore easier to implement.
- SkyDrive Pro, a personalized and simple to use document sharing service that makes it simpler to share inside the enterprise with SharePoint, than with consumer tools.
- Mobile applications for many capabilities including support for the most popular mobile ecosystems.
- Leading enterprise social engine, that reflects users' needs to collaborate in informal and more consumer ways.
- HTML5 driven, drag and drop capabilities for sharing documents between desktop and SharePoint.
- Self-service BI, that brings analytics capabilities to every employee, in the best understood analytical tool (i.e. Excel in web format with many intuitive visual data exploration functionalities)

SharePoint 2013 capabilities can provide the required business value for both the organization and the employee.

Contact details:

Shelly Hozias | Office products Marketing Manager | mob. +972 54 3233094 | Microsoft Israel

תגובת חברת יעל

התייחסות יעל תוכנה לסיכום שולחן עגול בנושא פורטל ארגוני

מהניסיון שלנו ביישום SharePoint:

- אכן פורטלים אשר מכילים בעיקר מידע שיווקי על החברה באמת יהפכו לפילים לבנים.
- אם הפורטל מהווה תשתית לאינטראקציה חברתית, היא צריכה להיות קשורה לעבודה בדרך כזו או אחרת (גם אם מדובר בלוח טרמפים לעבודה וחזרה).
- שימוש ב-SharePoint כתשתית ליצירת מערכות תומכות אחרות הוכח כשימושי ופשוט במספר מקומות בהם ביצענו יישום. דף הבית יכול להיות המקום שמאגד את הקישורים לכל המערכות האלה (ובכך להגדיל את מספר הכניסות לדף).
- יצירת אתרים לצוותים/מחלקות בהם ניתן לשמור מידע וקבצים - זאת בעצם מטרתו של ה-SharePoint, ובהינתן שמתחזקים אותו כראוי (גיבויים, שדרוגים וכד') ניתן להבטיח שהקבצים מגובים ונגישים כל הזמן. כמו כן, ניתן לשלוט באופן אוטומטי על ההרשאות לפי קבוצות משתמשים שהוגדרו מראש.

לגבי החיפוש ב-SharePoint :

- נושא החיפוש בפורטלים ארגוניים, כפי שעלה במפגש, כבעיה מרכזית אשר גורמת לנטישה ומחזקת סוגיית ה"פיל הלבן" שהפורטל הופך להיות, מוכרת לנו היטב.
 - המענה המיטבי להבנתנו הינו שימוש פנים ארגוני בטכנולוגיה של Google. מדובר ב-GSA - Google Search Appliance המקנה בעצם 'Google in a box', יכולות חיפוש ולימוד של Google.com בתוך הארגון.
 - ה-GSA יכול לחפש ולאנדקס כל מקור מידע פופולרי ולהציג את תוצאות החיפוש ישירות בתוך הפורטל (ניתן להחליף את בר החיפוש של SharePoint בבר של GSA, בתוך SharePoint) או מחוצה לו. לחלופין, ניתן להשתמש ב-GSA לחיפוש בכל התוכן שב-SharePoint ישירות מממשק המשתמש לחיפוש של SharePoint.
 - ניתן גם לבנות דף 'גוגלי', רק עם שורת חיפוש, ולהציג שם את תוצאות החיפוש הארגוני.
 - GSA יכולות למידת שימוש ודירוג, כמו Google.com. הלקוחות (משתמשים) מגיעים לחומר הרלוונטי יותר בקלות ובמהירות, ובכך מגדילים את ההנאה שלהם מהפורטל ואת הפרודקטיביות שלהם.
 - GSA גם יכולות קידום תוצאות על ידי מנהלי הפורטל, אפשרות לעניין יותר את העובדים במתרחש בחברה.
 - עם ה-GSA ישנה יכולת עיצוב ושליפה בתצוגות שונות של 'קופסאות מידע' - כולל חיפוש אישים וקבלת פרטים בתצורה מעוצבת – (לדוגמה - חפשו בגוגל bill gates).
 - ה-GSA מתממשק בצורה שקופה לפורטלים ארגוניים ומסייע בחיפוש וארגון המידע המשותף והפרטי (ניתן להגדיר רמות שונות של הרשאות). ל-GSA מחברים שנבנו מראש עבור SharePoint (כמו גם עבור Lotus Notes, Documentum, FileNet ועוד ועוד).
- ליעל תוכנה ניסיון וידע עשירים בעולם ניהול הידע, ובתחום החיפוש בפרט. יעל תוכנה הינה נציגת Google לפתרונות לארגונים ומשווקת ומיישמת את פתרונות החיפוש של Google, כולל לסביבת פורטלים ו-SharePoint.

פרטי קשר: יעל תכנה - חגי אופיר, 052-3958910

תגובת חברת אורקל

- הנקודות שעלו במפגש מרתקות ומעלות נקודה מאוד מעניינת של "ביצה ותרנגולת" – אם לא יהיה מידע מעניין/חשוב/רלוונטי בפורטל, משתמשים לא יגלשו אליו. מצד שני, אם משתמשים לא יבקרו בפורטל, מאיפה יגיע התוכן המעניין והרלוונטי? ניתן גם להבין שמרבית הפורטלים המוצלחים היו אלו ששילבו תהליכים ואפשרו לבצע פעולות.
- אנו בכוונה עושים שימוש במונח "משתמשים" ולא "עובדים", מכיוון שהתפישה ב Oracle היא כזו שרואה בעובדים כסוג נוסף של משתמשים במערכות החברה, שמגיע להם לקבל חווית שימוש מצוינת – החל בתהליכים וכלה בעיצוב וממשק המשתמש (UX).
- אחת הדרכים בהן Oracle מנסה לתקוף את הבעיה של פורטלים לא פעילים היא לשלב את הפורטל ומערכת ניהול הידע בתוך המערכות התפעוליות, ולא להפך. דוגמה לכך היא שילוב הפורטל ומערכת ניהול הידע בתוך מערכת ה CRM הארגונית. שילוב זה יוצר מצב של win-win: מצד אחד המשתמשים בכל מקרה נמצאים במערכת התפעולית ולכן נחשפים לתכנים, ומצד שני הם עובדים עם מערכת אחת בלבד ולא עם מספר מערכות מנותקות שלא מתקשרות אחת עם השנייה. כך, לדוגמה, כאשר משתמש רוצה לתרום ידע חדש, הוא עושה זאת בלחיצת כפתור מתוך המערכת התפעולית ולא צריך לנסות לאתר את המקום המדויק בו ניתן "לתרום ידע".
- דרך נוספת בה Oracle מעודדת "תרומת ידע" הוא באמצעות Gamification (או משחוק, בעברית) – בכל פעם בה עובד תורם ידע ("ע"י דרוג, הערה או יצירת ידע חדש) אנו מעניקים לו נקודות. הנקודות יכולות לשמש לתחרויות נושאות פרסים או "לקניית" הטבות מהחברה.
- אורקל רואה את תחום פורטל הידע הארגוני כחלק מתפיסה רחבה יותר של חווית הלקוח מול הארגון (CX – Customer Experience), ומה שאורקל עשתה בשנתיים האחרונות הוא לחבר את פתרון Oracle Knowledge לפלטפורמת ה CX – שלה (חיבור למערכות ה CRM, לפתרונות ה Mobile – ו Web). אורקל מציעה שירות ייחודי, ללא תשלום, לכל אחד מהארגונים שהשתתפו בשולחן העגול - במסגרתו ננתח את הצרכים, נבין את הדרישות, ונראה לכם כיצד ניתן לשלב פורטל ידע ארגוני במערכות התפעוליות של הארגון, ובכך להפוך את פורטל הידע הארגוני למערכת רלוונטית ועדכנית. ניתן להזמין שרות זה בטלפון: 052-4535200

תגובת חברת מוביסק טכנולוגיות בע"מ

אחד הנושאים שהועלה במסגרת המפגש היה נושא של נגישות מהמובייל לפורטל הארגוני ואנחנו מבקשים להרחיב את הנושא. ארגונים רבים בוחנים בימים אלו את האפשרות של שיתוף ידע בעולם הניידות העסקית. על הארגונים לבחון את הנושא במספר מימדים:

1. הערך העסקי-כלכלי של ניהול הידע הארגוני על גבי מכשירים ניידים במישור העסקי, התדמית ופרודוקטיביות העובד.
2. סיכוני אבטחת המידע הנובעים משיתוף הידע בניידות העסקית וגידורם.
3. מדיניות ניהול המכשירים באופן שתאפשר ניהול אוטומטי ככל הניתן המבוסס על תשתיות המחשוב הארגוניות כגון Active Directory, SharePoint ועוד..

מוביסק טכנולוגיות מציעה מספר כלים לטיפול בסוגיית ניהול הידע במהלך הניידות העסקית:

1. פתרון ה EMM- Enterprise Mobility Management של חברת AirWatch, מובילת התחום בעולם נותן מענה לניהול המכשירים, ניהול ואכיפת מדיניות אבטחת המידע הארגונית, קישור ה SharePoint הארגוני לסביבה מוצפנת במכשיר החכם, הזדהות חזקה על גבי המכשיר ועוד יכולות רבות הנדרשות לשיתוף מידע ארגוני רגיש על גבי המכשירים החכמים
2. הפתרון של חברת WatchDox שהינו המקיף והרחב ביותר בתחום המאפשר לארגון לנהל, לשתף ולהפיץ מידע ארגוני רגיש באופן מאובטח וברמה גבוהה תוך שמירה על רמת שימושיות ופרודוקטיביות גבוהה של העובד. המערכת מאפשרת עבודה על כל סוגי הפלטפורמות הניידות כולל PC, סמארטפונים וטאבלטים, תוך הצגת מסמכי MS – Office | PDF בצורה מושלמת גם בטקסט משולב עברית/אנגלית (כולל על גבי iOS), עריכה חלקית או מלאה שלהם | Annotations.
3. הפתרון של חברת Skycure הנותן מענה חדשני ופורץ דרך באבטחת מידע ברמה גבוהה למכשירים ניידים (מערכות הפעלה נתמכות הינם iOS | Android).
4. שירותי הייעוץ של חברת מוביסק לבניית אסטרטגיה ארגונית בתחום המובייל, ניהול תהליכים עסקיים וניהול הידע הארגוני על גבי המכשירים הניידים.

אנחנו ממליצים לארגונים להתנסות בכניסה לעולם הידע הנייד כבר עתה, זו התנסות חשובה ויש טעם למקד אותה בתחומים מוגדרים, למשל לאנשי מכירות או למנהלים הנעים בין סניפים וכד'. הניסיון שיצטבר ישמש את הארגון בתכנון יישום רחב היקף של הידע בניידות העסקית והתאמתו לצרכים הארגוניים

לפרטים נוספים ניתן לפנות ל: מור, מנהלת המכירות, 074-701010, mor@mobisec.co.il

באתר האינטרנט שלנו יש מידע רב על כל אחד מהמוצרים www.mobisec.co.il

תגובת חברת Salesforce.com ובלאט-לפידות (שותפת זהב של Salesforce.com בישראל)

אנחנו רואים מניסיוננו בעולם שארגונים צריכים להתאים את עצמם לעולם החדש ולהיות הרבה יותר יעילים מבעבר. על מנת להצליח להשיג את המטרות האלו העובדים:

1. ממוקדים במשימות שלהם - כוח העבודה לא השתנה והסביבה העסקית מגיבה הרבה יותר מהר
2. מחפשים פשטות – כלים שיאפשרו תקשורת מהירה ונוחה
3. מיקוד בתהליכים עסקיים – בחינה מתמדת בעיקר של תהליכים מול הלקוח וערוצים בהם אנחנו מגיבים ללקוחות

כדי להשיג את מטרות הארגון, הנהלת הארגון נדרשת למצוא את כלי התקשורת המיטביים וכן חיבור העובדים כמה שיותר לתהליכים העסקיים. זוהי מטרתו החדשה של הפורטל הארגוני: דיון פנימי בנושאים עסקיים בהם העובדים צריכים להיות שותפים ולהביא מניסיונם / יצירתיות שלהם על מנת למקסם את מטרות הארגון. לכן הפורטל הארגוני החדש חייב להכיל את המרכיבים הבאים:

1. רשת חברתית ארגונית המחוברת לתהליכים העסקיים
 2. הגדרת שיטת התקשורת הפנים ארגוני – החל מהנהלה
 3. מתן מקום ליוזמות חדשניות
 4. מתן נגישות באמצעות מובייל
 5. יכולת שיתוף על נושא עסקי ספציפי
 6. יכולות חיפוש
 7. הפיכת המידע הלא מובנה למידע ארגוני
- הארגון צריך לבצע את ההחלטות הבאות לפני שמשנים את הפורטל הארגוני:

1. הגדרת מטרות של הרשת החברתית הפנימית
2. הגדרת הנושאים לדיון באמצעות רשת חברתית
3. החלטה צריכה להתבצע ברמת הנהלה
4. רתימת כל דרגות הניהול, במיוחד רתימת דרג ניהול ביניים

רק לאחר גיבוש נושאים אלו ניתן לבחור פתרון טכנולוגי. חשוב לזכור שהדיון הוא קודם עסקי ולאחר מכן טכנולוגי ולכן כל שדרוג ללא דיון זה לא נכון וישאיר את העובדים לעשות שימוש ב WHATS APP.

פרטי קשר:

נתן גביש, 050-4233746, natan.gavish@salesforce.com