

# כשבונים פורטל - מתמקדים בחוויית המשתמש

מיטל הירשברג, בנק הפועלים: "חווית המשתמש מובילה את התפיסה שלנו לגבי איך בונים פורטל" ♦ "הפורטל של הבנק החליף עשרות אתרים ייעודיים שכל מנהל או יועץ בסניף היה צריך לתמוך ביניהם, ומביא להם את כל המידע במרוכז", אמרה הירשברג, ממנהלי הפורטל של בנק הפועלים ♦ היא ציינה, כי החידוש בפורטל הוא גישה אליו מתוך המערכת התפעולית, באמצעות טכנולוגיה של בבילון

אבי בליזובסקי

החשובים לידיעת 600 עובדי משאבי האנוש ב-60 סניפי החברה ברחבי העולם. מעבר לאתר זה, בכל מדינה מוצג חומר מקורי ממנה וכן חומרים מתורגמים מהפורטל הבינלאומי.

"הפורטל קם מתוך הבנה שמתמשים רוצים לעתים רק מעט מאוד, ומטרת הארגון היא לתת להם יותר ידע", אמרה. "אנחנו מעודדים את העובדים לקרוא. זה לא פשוט. אנחנו עושים זאת באמצעות ניוזלטר חודשי עם תכנים חדשים וחדשות מהקורה בארגון, מייל עם קישורים לאתר וטיזרים."

"חשיבות האתר הנובעת מגודלה של טבע בכל מדינה ומחוסר היכולת לקבל מענה מהיר ולהבטיח שקיפות גם כאשר הארגון גדל", הוסיפה גלמן.

## "חווית משתמש - מכלול של מחשבות, חושים ורגשות"

קן הראל מחברת ROM אמרה שחווית משתמש היא מכלול של מחשבות, חושים ורגשות שאנחנו חווים בהקשרים שונים.

בין היתר, היא המליצה למי שבונה פורטל ידע: אפשרו למשתמש לבטל פעולה שביצעו באתר בקלות ובאותו אופן שבו ביצעו את הפעולה המקורית; ארגנו את התכנים באתר כדי שמציאתם תהיה אינטואיטיבית למשתמש; השתמשו בארכיטקטורת המידע, שהינה תשתית קריטית להצלחת

כל פתרון ניהול ידע: עץ תכנים שיאפשר התמצאות; עצבו את המסכים וארגנו את התכנים נכון; זכרו את חשיבות התכנון לטווח רחוק והקושי בתחזוקת ארגון זה; נצלו את השטח היקר על המסך ותכננו את המסכים כך שיאפשרו גישה נוחה לתכנים ופעולות; הקלו על המשתמשים בתהליכי הזדהות עד כמה שניתן; התאימו את האתר למודל המנטאלי של המשתמש הממוצע; תכננו אתר נגיש; הציבו את המשתמש במרכז; העלו מידע מסווג הניתן להשלמה אוטומטית; הדגישו תכנים על ידי פופ-אפים; הנגישו מידע ב"מעבר עכבר"; בצעו תהליך לפי תסריט; ותנו משוּב על פעולות, כולל משוּב על זמן צפוי, אם הפעולה מתארכת.

"חווית המשתמש מובילה את התפיסה שלנו לגבי איך בונים פורטל", כך אמרה מיטל הירשברג, ממנהלי הפורטל של בנק הפועלים, במפגש פורום KMI של אנשים ומחשבים, שנערך במלון ליאונרדו ומת גן.

לדברי הירשברג, "לפי החלטת מנכ"ל הבנק מלפני כמה שנים, הפורטל הוא דף הבית שנפתח עם הדלקת כל מחשב בבנק. הוא מהווה לא רק את מרכז התקשורת הפנים ארגוני, אלא גם מרכז בינה, שמאפשר לכל עובד לקבל את המידע הדרוש לו במסגרת תפקידו - למשל, איך פותחים חשבון לקטין או מה הן הפעולות הנדרשות להחלטות באשר לכרטיסי אשראי."

היא הוסיפה, כי מלבד התשובות המובנות בפורטל לכל שאלה אפשרית, פועלים בו גם פורומים חיים שבהם עונים מומחים לשאלות רלוונטיות. כמו כן מציע הפורטל כלי שיתוף, חדרי צוות, המאפשרים לקבוצות עבודה ממחלקות שונות לעבוד ביחד, מרחב אישי ומרחב ארגוני, וכן אזור גדול של משאבי אנוש.

הירשברג אמרה, כי "הפורטל סייע לפתור פערי ידע, כאשר עובד הנתקל בשאלה של לקוח היה פונה לחבריו בסניף או בטלפון למישהו, ולא כולם היו מעודכנים. כעת התשובה בהישג יד."

"יש לפורטל גישה ישירה מתוך המערכת התפעולית של הבנק", ציינה. "לדוגמה, לחיצה על כרטיס אשראי מסוים מביאה לעדכונים על אודותיו שנפתחים בחלון נפרד באמצעות טכנולוגיה של בבילון, אלא שבמקום מונח מהמילון מופיע הידע מתוך הפורטל הבנקאי. בקרוב יידחק הידע ביישום לסמארטפונים ולטאבלטים, שבינתיים יפנה למנהלים."

## הפורטל של טבע

לאה גלמן ממחלקת תקשורת פנים ארגונית בחברת טבע הציגה את המורכבות הארגונית הנובעת מהגודל, מהגלובליות, מאופי הצמיחה דרך רכישות ומהאיזון מרכזי-ביזורי שבה. גלמן הציגה את פורטל משאבי האנוש הגלובלי, המכיל תכנים

