



אנחנו בתחילתו של עשור, וידינו מלאות עבודה, אך גם מלאות ציפייה. יש לאן להתקדם, יש איך לתרום. ניהול הידע הפך להיות משמעותי לעולם העסקי, וחיבורו למדיה החברתית כמו גם לסלולר יכול לסייע בהגשמת החלומות שאנו חולמים כבר תקופה ארוכה

ומה עם הארגונים האחרים, שגם לא בשלים ליישום מלא של רכיבים ואפילו ממוקדים (ואנחנו לא מתכוונים לעוד מילון מונחים שיושב בוויקיפדיה)? גם אלו יכולים ליהנות מתועלת המדיה החברתית ברמה מסוימת, ותוך שכך לסייע לארגונם בהבשלה. סטיב ג'ובס לימד אותנו על כוחו של העיצוב ועל משמעות היופי החיצוני של הפתרון כמעצם את תוכנו הפנימי. לקח לנו שנים להבין, שאנחנו באמת מתלהבים מהצד הרגשי, ורק אחר כך מסתכלים על הצד הרציונלי. שימוש בנראות של המדיה החברתית יכול לשרדג כל אתר, כל פורטל וכל פתרון ניהול ידע, גם אם אינו כולל שום מדיה חברתית ושיתופיות מעמיקה. הצגה נכונה של תמונות, קווי דמיון בין לוח הודעות ל"קיר" של הסטטוסים וגימיקים קטנים נוספים משפיעים לטובה על רמת השימוש בפתרונות ניהול הידע. יש

בארץ שמתחילים להבנות את כל הפורטלים והאתרים שלהם כרשת ענק של ידע, כאשר כל פתרון ניהול ידע מוגדר כצומת. כך אפשר לקבץ כל תת קבוצה של אתרים/פתרונות ניהול ידע על פי חתך שמעניין אותנו כעת (נושא מקצועי, קבוצת משתתפים, סוג פתרון וכו') ולהכיר בקלות בין פריטים שנוהלו בעבר כל אחד בנפרד, על פי סוגי הקשרים השונים. על בסיס אותה תפיסה קיימים יישומים מסוגים שונים. באחד מארגוני ההיי-טק הגדולים, למשל, מגבשים תפיסה זו לניהול מאגר חדש של כל הפרויקטים, כאשר אפשר יהיה לקשר בין הפרויקטים (צמתים ברשת) בכל מיני הקשרים, ואפילו לבצע LIKE לפרויקט או לקטגוריה, וכך ללמוד על שינויים בפרויקט מסוים, או בפרויקטים הדומים לשלי, בתחום ענייני בהתכנים שונים של טכנולוגיה, מגזר, שפה ועוד.

ארגונים אחרים, שבשלו פחות, מתחילים לממש רכיבים של מדיה חברתית: מקימים פתרונות של יישומי מדיה חברתית ספציפית בהקשר פנים ארגוני מסוים, באופן שתומך באחד הצרכים העסקיים של אותו ארגון. משרד החוץ האמריקני, לדוגמה, החל להשתמש בבלוגים ככלי של השגרירים והנספחים לעדכון פגישות באופן קל ומהיר, תוך תיוגן של הפגישות לפי הקשרים הרלוונטיים (מסחר, ביטחון וכו'); מדינות; רמת פגישה ועוד). במוקד מענה טלפוני של שירות לקוחות של אחת האוניברסיטאות בארץ החלו להשתמש בחיפוש משולב ענן תגיות כדי להתמצא בו זמנית באתר החיצוני, בפורטל הפנימי ובמידעונים, ותוך כך למקד את נציגי השירות בתשובה המתאימה ביותר לפונה. במשרד ממשלתי גדול בארץ עברו לתעד את כל הידע של המומחים הפורשים באמצעות דפי WIKI, כאשר יהיה אפשר לקשר בין הדפים על פי מומחה או נושא, ובכך לתת מענה אידיאלי לצורך של רשת הכוללת גם קשרים חזקים, גם קשרים חלשים, וגם חללים ריקים בין לבין. והדוגמאות עוד רבות.

* ד"ר מוריה לוי, מנכ"לית ROM Knowledgeware



חברת ROM Knowledgeware הינה חברה שקיימת כבר 13 שנים, ומובילה את תחום ניהול הידע בישראל. בחברה 25 יועצים העוסקים בניהול ידע ומסייעים לארגונים לקדם את יעדיהם העסקיים תוך שימוש בכלי ניהול ידע, דוגמת הפתרונות שהוזכרו לעיל. בראש החברה עומדת ד"ר מוריה לוי, המשמשת גם כיו"ר פורום ניהול הידע בישראל ויו"ר ועדת המומחים לניהול ידע מטעם מכון התקנים. ROM מעמידה לרשות קהילת ניהול הידע והמחשוב בישראל את הפורטל הגדול בעולם לנושא מתודולוגיות ניהול ידע, בכתובת www.kmrom.com.