

Kenniseconomie vraagt om visie op sociale informatie

Ook in meer traditionele branches komt informatie door de hele keten heen digitaal beschikbaar. Dat biedt organisaties in die branches kansen om hun processen efficiënter in te richten, om klanten sneller te bedienen en om innovatiever te worden. Combineer deze trend met de opkomst van alle mobiele devices en de mogelijkheden worden nog veel groter. Het slim gebruik maken van digitale informatie vergt wel een bredere blik dan alleen de juiste ICT-systemen in huis halen. Het vraagt allereerst om een visie op informatiemanagement. En dat is in minder kennisintensieve sectoren niet altijd vanzelfsprekend. Laat staan een visie op 'social' informatie. Wil als organisatie altijd en snel toegang bieden tot de juiste expertise en informatie, dan is het meenemen van 'social' in het informatiemanagement een must.



medewerkers worden kenniswerkers

Het woord social noemen we hier niet zomaar. Als we het hebben over informatie en kennis, dan denken we vaak eerst aan documenten. Maar kennis ligt niet alleen maar vast in documenten. Juist in de hoofden van medewerkers zit de grootste hoeveelheid kennis, ervaringen en meningen (zo'n 80% volgens (Von Krogh et al., 2000)) – ,een belangrijke *asset van de organisatie* die vaak wordt vergeten. Om deze kennis bereikbaar en toepasbaar te maken en zodoende bedrijfsprocessen optimaal met ICT te ondersteunen, is een 'social' informatiemodel dat alle soorten bedrijfsinformatie bevat onmisbaar.

samenwerken over grenzen heen

In informatie-intensieve sectoren zoals banken en verzekeraars is informatiemanagement al langer gemeengoed en meestal goed belegd. Maar ook branches zoals de zorg, (scheeps)bouw, industrie en tuinbouw kunnen én moeten steeds meer beschikken over digitale informatie, onder meer door de invoering van het elektronisch patiëntendossier, het Bouw Informatie Model (BIM) en het toenemend gebruik van CAD-systemen. Om ook in die branches de bedrijfsprocessen met de juiste ICT-voorzieningen te kunnen ondersteunen, is een strategische visie nodig op informatievoorziening en neemt het belang van informatiemanagement snel toe.

De toename van digitaal beschikbare informatie stimuleert de online samenwerking via sociale netwerken. Een digital workspace met mogelijkheden voor messaging, blogs, wiki's, profielen en forums faciliteert en ondersteunt deze samenwerking. Het maakt het mogelijk om ongestructureerde kennis per onderwerp te bundelen, documenten te delen, sociale netwerken op te bouwen en te onderhouden en uit te vinden wie bepaalde expertise heeft. De juiste informatie op het juiste moment bij de juiste persoon kan immers een grote verbetering van de bedrijfsprocessen opleveren. Kennis en kunde wordt beter toegankelijk gemaakt voor collega's dat leidt tot een efficiëntere samenwerking. Kenniswerkers besteden gemiddeld zo'n 15% - 35% van hun tijd aan het zoeken naar kennis en informatie.

hoger verloop

Tot slot neemt het belang van informatiemanagement toe doordat de komende jaren een groot aantal werknemers met pensioen gaat. Hun vertrek mag uiteraard niet leiden tot verlies van opgebouwde kennis en ervaring. Nu medewerkers regelmatig van werkgever wisselen en 'jonge mensen' niet hun hele carrière bij één werkgever blijven, wordt het des te belangrijker om gemakkelijk te kunnen uitvinden wie in de organisatie welke kennis of expertise heeft. Zo kunnen nieuwe medewerkers zich sneller inwerken.

opkomst mobiele devices

De opkomst van mobiele devices – laptops, tablets, smartphones – brengt met zich mee dat medewerkers altijd en overal toegang willen tot bedrijfsinformatie. Dus niet alleen binnen de



kantooromgeving, maar ook op locaties zoals de polikliniek, de werkplaats of de bouwplaats. Waar eerst alleen de desktop een toegang vormde voor bedrijfsinformatie verschuift dat nu naar een divers en meer versnipperd landschap van devices die informatie kunnen ontsluiten. Social Business software is uitermate geschikt voor het ontsluiten van bedrijfssystemen op mobiele devices en het voorkomt dat essentiële bedrijfsinformatie en -documenten terecht komen in allerlei onveilige cloudoplossingen voor dataopslag en -uitwisseling. Maar het gebruik

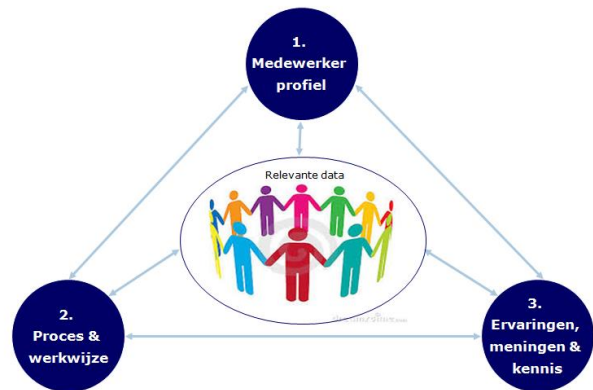
ervan beperkt zich vaak tot het implementeren van een nieuw intranet en/of document management, waardoor andere soorten bedrijfsinformatie en de context van die informatie niet worden meegenomen. Gevolg hiervan is dat medewerkers andere manieren zoeken om de voor hen belangrijke informatie alsnog te ontsluiten of te verrijken via hun (privé) mobiele devices.

digital workspace

Om in te spelen op deze ontwikkelingen werken veel organisaties aan (vernieuwing van) hun digital workspace: de plek waar medewerkers optimaal kunnen samenwerken met als resultaat verbeterde kennisuitwisseling en innovatie, omdat zij daar toegang hebben tot alle voor hen relevante bedrijfsinformatie, kennis en expertise. Die informatie is echter vaak enorm versnipperd in allerlei bedrijfssystemen, devices, clouddiensten en hoofden van medewerkers. Een goed informatiemodel geeft duidelijkheid over wat de belangrijkste informatie binnen een organisatie is, hoe je dit op een goede manier structureert en terugvindt.

het 'social' informatiemodel van e-office

De meeste informatiemodellen beperken zich tot gestandaardiseerde en gestructureerde kennis: de processen en procedures die vastliggen in documenten en de financiële en HR-informatie in allerlei systemen (bol 2 in de afbeelding). In termen van het yellow&blue model¹ van e-office is dat de 'blauwe' kennis van een organisatie. Om in te spelen op de hierboven beschreven trends moet het informatiemodel daarnaast ook contextuele – 'gele' – kennis beschrijven (bol 3), zoals de meningen, ideeën en ervaringen van medewerkers met betrekking tot de blauwe kennis: wat werkt wel in de praktijken wat niet. Tot slot moet het informatiemodel ook inzicht bieden in een derde soort informatie: mensen en hun expertise (bol 1).



afbeelding: een 'social' informatiemodel

Een informatiemodel dat deze drie vormen van bedrijfsinformatie bevat noemt e-office een 'social' informatiemodel. Onderdeel hiervan is ook het ontwikkelen van een taxonomie: labels die gebruikers aan informatie kunnen meegeven zodat deze – ook door anderen – vindbaar is. Naast deze voorgeschreven labels voor de blauwe informatie moeten gebruikers ook zelfgekozen labels kunnen toevoegen aan hun gele informatie. Daarnaast is het belangrijk aandacht te besteden aan de levenscyclus van informatie en de relevantie van kennis.

Om het vastleggen en vinden van kennis een eenvoudig onderdeel te laten worden van het dagelijks werk en dit te implementeren in een digital workspace is een strategische visie nodig op (sociale) informatievoorziening. In de praktijk is informatiemanagement vaak ondergebracht bij de ICT-afdeling en vindt de strategische aansturing plaats door de ICT-manager. Die is daarmee zowel verantwoordelijk voor het leveren van ICT-voorzieningen om de bedrijfsprocessen optimaal te ondersteunen, als voor een stabiele en beheersbare ICT-omgeving. Alleen iemand met een onafhankelijke positie ten opzichte van zowel business als ICT kan een brug slaan tussen deze conflicterende belangen en ervoor zorgen dat in de behoeften van beide optimaal wordt voorzien.

e-office

Nu steeds meer informatie digitaal beschikbaar komt en kennisdeling en innovatie natuurlijke onderdelen van het dagelijks werk worden, is hernieuwde aandacht nodig voor informatiemanagement, het ontwikkelen van een strategische visie op informatievoorziening en de positie van de informatiemanager in de organisatie. e-office heeft de expertise en de ervaring om het ontwikkelen van zo'n visie en van een 'social' informatiemodel te ondersteunen.

¹ link naar www.slideshare.net/humansoftware/white-paper-yellowblue

over de auteurs



Bastiaan Boerkamp

business consultant

Met een achtergrond in communicatie en organisatiewetenschappen richt Bastiaan zich als business consultant op vraagstukken waarbij platform denken, informatiebeheersing, usability en mobile devices centraal staan. Hierbij combineert hij een conceptuele denkwijze met een pragmatische aanpak.



Annemieke Sonneveld

senior projectmanager en business consultant

Complexe vraagstukken van de klant vertalen naar een concrete aanpak, dat is Annemiekes specialiteit. Door projectmanagement en verandermanagement, stuurt zij op resultaat.

bronvermelding:

Krogh, G., von, Ichijo, K., & Nonaka, I. (2000). Enabling Knowledge Creation: How to Unlock the Mystery of Tacit Knowledge and Release the Power of Innovation. Oxford University Press.

Feldman, S. (2004). The high cost of not finding information. KMWorld, 13(3).