

Egy élelmiszer-feldolgozó vállalat példája ¹

Egy globális élelmiszer-feldolgozó vállalat, mely öt országban, három földrészen tart fenn irodákat, nem rendelkezett olyan módszerrel, melynek segítségével szisztematikusan képes lett volna követni a földrajzilag szétszórta egységek által birtokolt tudást, és annak átadását. Mivel nem volt lehetőség a vállalat teljes meglévő tudásának megismerésére, és azt sem lehetett pontosan tudni, hol keressék az információkat, a vezetőknek több időre volt szükségük a döntések meghozásához, így kevesebb idejük jutott arra, hogy hatékonyan foglalkozzanak az embereikkel. A folyamatok gyakran fölöslegesen túl voltak bonyolítva, hatékonyságuk nem volt megfelelő, és nem működött az innováció.

Ezeknek a problémáknak a megoldására a vállalat analitikusokat szerződtetett, akiknek a feladata az emberek közti információcsere és az ötletek átadásának feltérképezése volt, de azt is ki kellett mutatniuk, hol lépnek fel olyan kommunikációs problémák, melyek megszakítják a csoportok közt a tudásáramlást, illetve meg kellett határozniuk, mely kulcsfontosságú szereplők birtokolják a tudást.

A vállalat megvalósító csapata először is azonosította a szervezeti csoportokat – helyszíneket, részlegeket, szervezeteket, gyakorlati közösségeket, szerepeket – minden olyan tényezőt, mely befolyásolja a dolgozók együttműködését. A szegmensek meghatározása után a vállalat az ötperces Workforce Map kapcsolati felmérés segítségével felmérte a nem formális kapcsolatokat az egyes alkalmazottak között. A cég végül a Knowledge Management SentiMap révén összegyűjtötte az egyes alkalmazottak tudására vonatkozó információkat.

Az adatok összegyűjtése és elemzése után a vállalat arra a következtetésre jutott, hogy számos tényező összjátéka miatt lassult le az innováció, ugyanezért rossz a folyamatok határfoka és ez okozza azt a tudáshiányt, melyet az ügyfél már a projekt megkezdése előtt sejtett.

A projekt eredményeként a vállalat az emberek konkrét ajánlásai nyomán képes volt beindítani a folyamatos fejlesztést. Ez azzal kezdődött, hogy azonosították és áthidalták azokat a szervezeti szakadékokat, melyek akadályozták a tudás átadást, főleg az egyes földrajzi helyszínek közt. Ezzel párhuzamosan a vállalat átlátható rendszert hozott létre a belső kommunikációra, ami a különböző irodákat egy központi küldetés és egy sor stratégiai prioritás köré szervezte.

¹ Syndio, Case studies: Food-processing company. <https://www.synd.io/case-study-knowledge-management/>



Miközben minden egyes lépés azt szolgálta, hogy a vállalat elérhesse céljait, az bizonyult a legnehezebb feladatnak, hogy megállapítsák, mi az oka a tudásmenedzsmentben jelentkező problémáknak. Bár a vállalatnál számos tehetséges, kiemelkedő alkalmazott dolgozott, akik értékes tudással és változatos készségekkel rendelkeztek, az emberek általánosságban nem tartották fontosnak a tudásmenedzsmentet – vagyis azt, amikor valaki a pillanatnyi érdekeken túllépve belép a tudás tárolásának és megosztásának egy meglévő rendszerébe. A projekt révén a cég meg tudta határozni a prioritásait, és vállalat-szerte intézkedéseket hozott a tudásmenedzsment javítására, nyomon követésére és módosítására, így a szervezet erősebb és innovatívabb lett.

