

Przedsiębiorstwo przetwórstwa żywności¹

Globalna firma zajmująca się przetwórstwem żywności z biurami w pięciu krajach i na trzech kontynentach nie miała możliwości systematycznego śledzenia typów i transferu wiedzy w odległych geograficznie zespołach. Bez pełnego zrozumienia istniejącej wiedzy i tego, gdzie można ją znaleźć, liderzy spędzali więcej czasu na podejmowaniu decyzji, przez co brakowało go, aby skutecznie zarządzać personelem. Wciąż występowały spowolnienia i niewydolność procesów, przez co cierpiało innowacyjność.

W celu rozwiązania tych problemów firma zastosowała “people analytics”, aby mapować przepływ informacji i pomysłów pomiędzy ludźmi, oznaczyć luki zakłócające ciągłość komunikacji oraz zidentyfikować i zlokalizować wiedzę posiadaną przez jednostki kluczowe w całej organizacji.

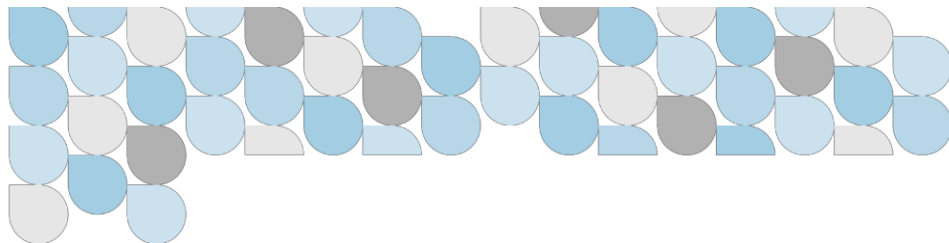
Zespół wdrożeniowy firmy w pierwszej kolejności zidentyfikował grupy organizacyjne wpływające na organizację: lokalizację, departament, organizację, wspólnotę działań, rolę. Po zakończeniu tej części firma zmierzyła nieformalne relacje między poszczególnymi pracownikami przy pomocy 5-minutowej ankiety WorkforceMap. Na końcu firma zebrała informacje i uwagi na temat wiedzy każdego pracownika przy pomocy Knowledge Management SentiMap.

Po zebraniu i analizie tych danych, firma odnalazła przynajmniej kilka przyczyn powodujących ospałą innowacyjność, niewydolność działań i luki w wiedzy, istnienie których nasz klient podejrzewał od samego początku.

W wyniku tych wysiłków i przy pomocy rekomendacji ludzi udało się zwiększyć skalę zmian i ulepszeń. Zaczęto się od zidentyfikowania i połączenia silosów organizacyjnych blokujących rozpowszechnianie wiedzy. Jednocześnie firma wytworzyła przejrzystą, wewnętrzną komunikację, która zmobilizowała różne lokacje i kraje wokół jednej centralnej misji i zestawu celów strategicznych.

Chociaż każdy krok poprawił zdolność firmy do osiągnięcia jej celów, najbardziej problematyczna okazała się podstawowa przyczyna tych trudności. Mimo, że firma miała utalentowanych, doskonałych pracowników o wartościowej wiedzy i różnorodnych umiejętnościach, nie uważali oni zarządzaniem wiedzą za istotne. Nastawienie to wykraczało poza indywidualne nastroje i odnosiło się również do istniejących systemów przechowywania i wymiany wiedzy. Dzięki tej pracy firma potrafiła określić priorytety i podejmować działania w celu poprawy, monitorowania i dostosowania praktyk

¹ Source: <https://www.synd.io/case-study-knowledge-management/>



zarządzania wiedzą w całej firmie, co doprowadziło do powstania silniejszej, bardziej innowacyjnej organizacji.

