

Инtranет в компании: его роль, функции, эффективность, необходимость

Что такое интранет и как он работает?

В начале XXI века случилось то, о чем так много говорили ученые в веке двадцатом — мир пришел к так называемой системе «информационного общества». Сегодня практически каждый житель, даже из самого удаленного уголка планеты, может узнать обо всем, что случилось в мире накануне, а также непосредственно о том, что происходит в данный момент. Это стало возможно благодаря интернету — только ленивый в наши дни не знаком с интернет-технологиями и ни разу не заглядывал в Сеть. Нередко человек осведомлен о последних мировых событиях лучше, чем о том, что происходит на предприятии, где он работает, а работники компаний с коллегами из-за океана общаются чаще, чем с сотрудниками из соседнего отдела.

Это и понятно — чтобы быть в курсе мировых новостей, достаточно зайти на нужный сайт и прочитать все, что тебя интересует. В то же время, грамотная координация деятельности нескольких отделов компании требует регулярного обмена документами, а иногда — утомительных консультаций и длительных совещаний.

Если у компании несколько филиалов и их офисы расположены далеко друг от друга, то процесс общения становится еще более сложным: не все вопросы можно решить по телефону, а значит, приходится сканировать многостраничные материалы, отправлять электронные письма и факсы, а зачастую — посылать курьера или отправляться в утомительную поездку. Все это отнимает очень много времени, которое ни одна компания, которая хочет добиться успеха, не может позволить себе тратить попусту.

Ответы на эти и подобные вопросы, а также многие дополнительные возможности, может дать интранет. Интранет совместно с закрытой частью сайта компании может упростить непосредственное управление, реализовать новые формы коммуникаций, сплотить коллектив, сэкономить время сотрудников и средства компании, создать дополнительные способы поддержки клиентов и облегчить внесение корректив в развитие компании.

Как и большинство IT-решений, сам по себе интранет – всего лишь инструмент, требующий для эффективной работы плотной интеграции с жизнью компании – внедрения. При этом технический аспект уходит на второй план – интранет может быть как одним целым решением, так и интеграцией нескольких программных продуктов. В каждом отдельном случае выбор зависит от многих факторов – размеров компании, планов на будущее, бюджета на IT и так далее. Причем, то, насколько эта компания мала или велика, имеет маленькое значение. Свои интранет-порталы создают и фирмы, насчитывающие не более десятка сотрудников, и крупные корпорации, имеющие филиалы по всему миру. Если же компания, начиная с малого, постепенно набирает обороты, завоевывая все новые и новые позиции и расширяя сферу влияния на рынке, вместе с ней может расти и ее интранет-портал, который можно разрабатывать поэтапно, сначала внедряя лишь функции первостепенной важности и постепенно наращивая дополнительные.

Самые распространённые решения для интранетов базируются на двух важных для развивающейся компании факторах – корпоративной культуре и обмене информацией.

Так что такое интранет в компании? Это единое коммуникационное поле компании, действенное средство для автоматизации бизнес-процессов или просто модное веяние? Какую роль играет интранет в системе корпоративного управления? Как заставить интранет работать на себя и оценить его реальную эффективность? Нужен ли он вообще?

Зачем нужен Интранет

В первую очередь, интранет – это инструмент, пригодный для использования как в целях оптимизации бизнес-процессов, так и для развития корпоративной культуры и укрепления корпоративного духа внутри компании. С помощью интранета могут решаться десятки задач, перечень которых целиком зависит от специфики бизнеса.

Однако существует и целый ряд задач, общих для любого вида бизнеса. Такие задачи делятся на две группы: задачи бизнеса, к которым относятся коммуникационные задачи – HR и PR, управленческие задачи и задачи по автоматизации стандартных и рутинных бизнес-процедур, таких как инфраструктурные задачи и сфера IT.

Коммуникации между сотрудниками

Для здоровой культуры внутри компании очень важна сплоченность коллектива – такой коллектив работает на общее дело развития фирмы, не занимается интригами, а старается помочь эффективно выполнению обязанностей. А как можно сплотить коллектив, если сотрудники из невзаимосвязанных отделов знают друг друга только в лицо, а то и вообще, ни разу в жизни не встречались?

Форумы и личные страницы сотрудников, с заметками о жизни и отношении к событиям помогут единомышленникам найти общие интересы, заочное общение облегчит взаимодействие при возникающих контактах по работе. Подобное единое сообщество компании позволяет существенно улучшить лояльность сотрудников.

Общение сотрудников с руководством

Следующая проблема фактора общения – общение сотрудников с руководством на несколько уровней выше и обратно. Часто сотрудники просто не представляют, какие цели компания ставит перед собой, какие задачи стоят в данный момент, и поэтому не могут в полную силу работать на общее развитие, а заняты только выполнением конкретных задач, поставленных непосредственным руководством.

В результате могут появляться непонимания и вопросы, на которые человеку сложно самому найти ответы. Возникают многочисленные цепочки вопросов вверх-вниз по управленческой вертикали компании, рабочее время тратится неэффективно. Регулярные планёрки, которые могли бы решить этот вопрос отнимают время и заставляют сотрудников и клиентов подстраиваться под их расписание.

Открытая и/или закрытая линия общения в форме вопрос-ответ или обсуждения насущных вопросов поможет сотрудникам разобраться, а что собственно, от них требуется. Кроме того, информация о решении того или иного вопроса останется в анналах информационной системы компании и новым или переведённым сотрудникам потребуются гораздо меньше времени для того, чтобы вникнуть в суть.

Полезна и обратная линия – от руководства – к сотрудникам. Когда люди видят, что о них заботятся, что руководство стремится сделать их жизнь лучше, наполнить работу смыслом – всё это влияет положительным образом на эффективность труда и лояльность.

Информационная система

Второе из самых распространённых использований интранета – информационная система предприятия. Руководители разных уровней в компании часто ограничиваются прямыми указаниями. Об обмене информацией, напрямую не касающейся рабочего взаимодействия между отделами и говорить не приходится. При этом забывается важность единого информационного поля компании. Информация, полученная одним сотрудником, например, подписание договора с какой-либо компанией или налаженный контакт, могут помочь другому работнику в заключении другого контракта, либо наоборот, позволят принять решение об отказе в сотрудничестве с неблагонадёжной компанией.

Как информационная система предприятия, интранет может содержать например следующие компоненты:

Лента событий компании может содержать различные внутренние новости, анонсы приказов и рекомендаций со ссылками в соответствующие разделы. Улучшить приверженность к компании поможет также информация о днях рождений клиентов и сотрудников, и поздравление их всем коллективом.

Электронная библиотека – различные электронные книги и справочники в помощь сотрудникам.

FAQ – Типичные затруднения и способы их решения – в форме «вопрос-ответ», сгруппированные по типам, например: ответы клиентам, проблемы с компьютером. Вторичное использование решений, найденных другими сотрудниками, позволит персоналу сосредоточиться на выполнении основных задач.

Разные отделы постоянно пользуются **типовыми документами** – стандартными бланками, типовыми договорами, актами и так далее. Все эти документы можно не хранить в папках на каждом компьютере, а создать централизованный доступ. Тогда постоянная проверка версий и внесённых изменений отпадут сами собой.

У многих сотрудников может возникать потребность в последних версиях элементов фирменного стиля, презентациях, рекламных материалах. **Медиа-библиотека** поможет собрать все подобные материалы в одном месте и обеспечить удобный выбор необходимых вариантов.

Пресс-центр, в котором будут собраны пресс-релизы компании и копии сообщений в СМИ позволят всем сотрудникам постоянно быть в курсе внешней политики фирмы и мнений «снаружи».

Раздел с распоряжениями руководства будет полезен всем сотрудникам компании. О приказах будут узнавать все, кому они предназначены сразу в момент их выхода.

В зависимости от направления компании, в информационной системе интранета могут также быть и другие разделы – например, **портфолио**, различные **отчёты**.

Автоматизация функций

Помимо постоянного доступа к информации и поддержки корпоративной культуры, интранет может служить частью системы автоматизации работы.

Например, если в компании не внедрена CRM-система, или доступ к ней имеют не все сотрудники, интранет может стать хорошим местом для хранения информации о клиентах – контактной и поведенческой.

Также в некоторых случаях интранет может выполнять и функции автоматизированных рабочих мест. Есть примеры из практики, когда интранет с интегрированной CRM-системой становится единственной рабочей средой для менеджеров. Это позволяет работать менеджерам на языке заказчика и клиента, а не на языке бухгалтерии, в которую данные попадают автоматически в нужном виде.

Помимо автоматизации прямых функциональных обязанностей сотрудников, интранет может автоматизировать необходимую внутреннюю бюрократию – workflow компании. Исключение или сведение к минимуму внутренних бумажных документов и переход на электронные резолюции позволяет резко увеличить скорость контроля решений разными инстанциями внутри компании и подготавливать исходящие документы гораздо быстрее.

Бизнес-задачи:

Интранет помогает решить целый ряд HR-задач, таких как адаптация новых сотрудников, мотивация персонала и дистанционное обучение, что существенно сокращает затраты на обучение сотрудников в территориально удаленных офисах. Интранет облегчает обмен знаниями и способствует увеличению интеллектуального капитала компании. На коммуникационном уровне Интранет может участвовать в определении и распространении корпоративных ценностей внутри компании и в формировании в сознании сотрудников убеждения относительно того, что они являются – частью компании. Последние две задачи частично снимают ряд проблем внутрикорпоративного PR-отдела.

Для того, чтобы реализовать эти программы необходимо автоматизировать все управленческие процессы в области HR-технологий. К примеру, компания i-Free оформляет через интранет-портал командировки, принимает заявки на отпуска и информирует о том, кто из сотрудников находится на больничном. Такая система упрощает процесс администрирования бизнеса. У неё есть удобный интерфейс для подачи заявки, которая автоматически учитывается во всех системах компании. Все заявки сохраняются в Базах Данных с возможностью регулирования доступа к ним. Помимо этого доступна возможность дискуссии, запроса дополнительной информации, в том числе и различных документов и договоров».

Интранет может стать оперативным источником информации о компании, перед PR-отделом которой стоит задача сформировать актуальный и эксклюзивный информационный поток. С помощью интранета PR-отдел может своевременно пресекать любые слухи о компании как внешние, так и извне, выкладывая официальные релизы об организации.

В списке бизнес-задач особняком стоит управление проектами, включающее в себя совместную работу сотрудников разных отделов над проектами различного масштаба. Контроль работы проекта посредством оперативной корректировки бизнес-плана, индикации статуса проекта и своевременного извещения об этом сотрудников,

Интранет может стать хорошим инструментом для формирования мгновенной обратной связи и, хоть это и может показаться банальным, комфортная среда для общения между коллегами, которая крайне важна в среде современных офисов. Интранет может существенно снизить затраты на совместную работу персонала в компаниях с региональной сетью представительств.

На этот счет очень точно высказался Денис Сагайдак, консультант по бизнес-решениям компании Microsoft: «Сотрудники могут терять до четверти своего рабочего времени просто на поиск информации, и одним тем, что мы даём им возможность быстро найти необходимый документ, экономим часы работы и увеличиваем их мотивацию».

Инtranет прекрасно справляется с задачами по автоматизации рутинных повседневных процессов из разряда заказа канцелярии и оформления отпуска.

Инфраструктурные задачи:

Перед IT-группой стоят задачи по интеграции с основными бизнес-приложениями и сервисами, создание единой системы авторизации. В результате инtranет-портал превращается в единое унифицированное рабочее место. Кстати, это прекрасно решает проблемы работы сотрудника на своём компьютере с помощью удаленного доступа, например, если он находится в командировке.

Внедрение инtranет в компании. Как повысить готовность сотрудников к изменениям?

Внедрение инtranет-сайта в компании – это своего рода реформа или изменение в атмосфере всей компании. Соответственно, любая реформа вызывает у сотрудников компании страх. И этот страх поселяется и в головах сотрудников. Сотрудники не верят в идею изменений и от страха "блокируются", а изменения превращаются в тяжелый груз.

Любые эволюционные мероприятия по изменению культуры сродни строительству бренда. Начинают с ценностей. Разрабатывают тексты и логотипы, стиль. Символику, корпоративные бланки, инtranет.

Итак, как же руководители компании могут поддержать своих подчиненных и таким образом помочь им в изменениях и адаптации к нововведению в компании – инtranет-сайту? Когда сами руководители компании - сторонники изменений, то это, конечно, здорово, однако, тоже влечет за собой некоторые проблемы, а именно: организационные структуры в компании стремятся к получению статуса кво: то, что себя хорошо зарекомендовало в прошлом, не нужно менять. В этой фразе, впрочем, и заключается часть проблемы: сотрудник, который не хочет или не может участвовать в изменении с той же скоростью, что и вся остальная фирма. Генетическое строение человека вряд ли кардинально изменилось за последнее столетие, и это могло бы стать одной из причин того, почему многие люди оказываются не настолько гибкими, чтобы предусмотреть последствия новых условий и справиться с очевидным давлением изменением. Зато находится куча оправданий нежелания предпринимать изменения: "из этого никогда ничего не выйдет!", "изменения - это здорово, но только, пожалуйста, без меня".

В этом случае можно обратиться непосредственно к управлению изменениями и таким образом спланировать его процессы и на личном и корпоративном уровне. Для управления изменениями необходимо некое ответственное действующее лицо, агент изменений - им может быть как руководитель компании, который станет неким мотором готовности к изменениям, или любой другой руководитель, который возьмет на себя стратегическую задачу "подготовки почвы". К задачам управления изменениями относится и вот что: на различных мастерских, собраниях и заседаниях команды всячески способствовать изменениям.

Акцент на успехе

Для того, чтобы обеспечить такой акцент, руководители отделов продвигают процессы изменения и заботятся о достаточно частом переживании успеха. На очередном совещании они

могут отметить то, что "сработало" за прошедшие несколько недель. Руководитель отдела в этом случае берет на себя роль модератора и фиксирует выдержки из докладов.

Затем каждый из пунктов встречи обсуждается в свете следующего аспекта: "можем ли мы использовать идеи или опыт своих коллег для развития портала. Таким образом, усилится вера всей команды в собственные силы, так что каждый сможет сделать свой собственный вклад в развитие.

Похвала и признание - важнейшие инструменты "агента изменений": даже небольшие шаги вперед в процессе изменений необходимо каким-то образом отмечать - возможно, и в материальном плане. В личных беседах нужно усугубить необходимость процесса изменений, описать его положительные последствия для компании, отдела, отдельного сотрудника. Определенной поддержкой для процесса могла бы стать ежемесячная рассылка, распространяемая в Интранете, которая содержала бы отчет о работе, и, кроме всего прочего, "истории успеха".

Иницируйте успехи изменений

Некоторые компании реагируют на изменения различными сопровождающими тренингами, так как иногда оказывается необходимым дать сотрудникам различные новые компетенции, навыки, знания. Именно при трансфере новых знаний в рабочую практику положительная обратная связь обеспечивает готовность к изменениям. Потому можно также предложить сотрудникам тренинги.

Если же применение новых навыков проходит не так гладко, можно интерпретировать каждую неудачу просто как сопровождение действительно важных инновационных изменений. И все же: там, где это возможно и оправданно, старайтесь концентрироваться на положительных моментах. Это, как известно, имеет и психологическое обоснование.

Больше позитива!

Изменения на организационном и личном уровне не рекомендуется проводить второпях, однако они предполагают "взлом" привычного образа действия и мышления, а также отказ от прежней модели поведения. К тому же, желателен индивидуальный подход к каждому сотруднику. Дело в том, что тогда как один из них воспринимает изменения как возможность дальнейшего развития, другой, прежде всего, видит риски и опасности изменения - причем по опыту вторя группа оказывается более многочисленной.

Многие люди испытывают при изменениях прежде всего отрицательные эмоции. Они боятся неизвестности, воспринимают ситуацию как дополнительную нагрузку, в их чувствах преобладают практически парализующие страхи.

Изменению - уверенное "да"!

Коммуникация и информация по изменениям должна идти постоянным потоком - чтобы оптимизировать атмосферу для инноваций, можно провести обсуждение. Таким образом, у сотрудников появится возможность активно принять участие в процессе создания и развития интранет-сайта.

Все эти меры приводят к тому, что сотрудники взаимно мотивируют друг друга, эмоционально участвуют в процессе изменений и вообще готовы к процессу изменений.

Как начать интеграцию интранета в компании?

В первую очередь, руководство фирмы может разместить на нем различные документы для общего доступа — таким образом, значительно облегчается доступ к ним сотрудников. Вся информация упорядочена по темам или видам, а по реквизитам документов может производиться быстрый поиск.

Кроме того, несколько разделов портала, как правило, посвящены справочной информации (списки внутренних телефонов компании и электронных адресов сотрудников, перечень внутренних вакансий, дни рождения сотрудников и даты корпоративных праздников). Многие фирмы «выкладывают» в интранет полную статистику по клиентам (клиентские базы данных, отчеты о встречах) — обращаться к ней и дополнять ее могут работники всех подразделений, каждый из которых будет иметь доступ только к той информации, которая ему открыта. Система позволяет разделять права доступа сотрудников, что позволяет ограничить доступ к различной информации.

На интранет-портале, как и в глобальной Сети, могут быть размещены не только текстовые материалы. Аналитическую информацию (оборот компании, динамику объемов продаж, изменение уровня расходов) можно отображать в виде графиков, а финансовые данные — в форме электронных таблиц.

Впрочем, интранет-портал используется не только для хранения данных, но и как современное средство коммуникации. В онлайн-режиме на форумах сотрудники компании могут обмениваться информацией и идеями, мнениями о заказчиках или продуктах, обсуждать конкретные проекты. Если руководитель фирмы распространяет материалы в печатном виде или рассылает их по электронной почте, он не может определить, читают ли их сотрудники. Если же они опубликованы на сервере интрасети, всегда есть возможность узнать, сколько пользователей прочли тот или иной материал и какие документы пользуются наибольшей популярностью, а также обсудить документ большим количеством участников. Сами сотрудники могут размещать в разделах портала как служебные документы (например, отчеты о командировках или о проделанной работе), так и свои рабочие проекты.

Для руководителя существует возможность проведения социологических опросов сотрудников. Их проведение в традиционной форме требует затрат средств и времени — фирме нужно обращаться в агентство, которое специализируется на исследованиях подобного рода. Специалисты агентства анкетируют всех сотрудников, а затем обрабатывают полученную информацию. Как правило, эти услуги достаточно дорогостоящие. С помощью интранета подобный опрос можно провести в самый кратчайший срок — сотрудники заполняют электронные анкеты, размещенные на портале, а их обработкой займется программа. Как показывает практика, такие внутренние исследования, если они проводятся регулярно, позволяют обнаружить слабые места в отношениях между руководством и подчиненными, а иногда и наметить стратегические планы развития компании.

Очень удобны интранет-порталы для фирм, работники которых ездят в командировки, — возможность удаленного доступа к информации позволяет менеджеру, который находится в другом городе или даже за рубежом, беспрепятственно заходить на сайт, пользоваться внутренними документами и работать с аналитической и финансовой информацией. Кроме того, он может общаться со своими коллегами, которые работают в офисе — отчитываться и получать консультации.

Еще одна категория активных пользователей интранет-портала компании — ее дилеры. Здесь они могут узнавать регулярно обновляющуюся информацию об ассортименте продукции, а также о ценах и скидках. Эти же данные будут интересны и корпоративным клиентам — в интересах компании обеспечить доступ постоянных клиентов к своему интранет-порталу.

Особых проблем с внедрением интранета на предприятии, как правило, не возникает — компании не приходится отказываться от уже имеющейся информационной инфраструктуры. Интранет просто объединяет разрозненные источники информации в единую систему. Основные расходы — это оплата услуг компании-подрядчика, которая будет анализировать требования заказчика, разрабатывать и внедрять интранет-портал. Эти затраты относительно малы, по сравнению с затратами на обеспечение сложных систем документооборота, управления информацией, принятия решений. К тому же, практически любой современный пользователь умеет работать с веб-приложениями, а это значит, что организации, установившей у себя интранет-портал, понадобится минимум дополнительных средств и времени для того, чтобы обучить сотрудников им пользоваться. При дальнейшем развитии системы сотрудникам не придется переучиваться, и увеличение ее функций при сохранении единого интерфейса не вызывает сложностей. Результат же внедрения интранета становится заметен практически сразу — у руководства появляется возможность лучше координировать деятельность всех отделов и подразделений, а у сотрудников появится серьезный помощник, и, следовательно, повысится эффективность работы компании.

Модные фишки

Итак, интранет действительно полезен и нужен бизнесу, но остаются вопросы: как привлечь к нему внимание рядовых сотрудников, обычно загруженных текущей работой? Как заставить их прийти на портал? Как повысить лояльность персонала по отношению к новому «рабочему месту»? Каждая компания ищет свои подходы. Вот несколько типовых идей:

Спроси босса

Один из самых популярных привлекающих маневров – создание раздела, где каждый сотрудник, вне зависимости от своего статуса, сможет задать любой вопрос генеральному директору или другому топ-менеджеру. Страница генерального директора портала компании РУСАЛ высоко посещаемая и востребована. Сотрудники ждут и читают ответы на свои вопросы. Эта форма коммуникации реально работает. С одной стороны, это частично разрушает стену между рядовыми сотрудниками и высшим руководством, устанавливая обратную связь и формируя позитивный образ руководства, с другой, позволяет получить реальные ответы на реальные вопросы и оперативно решить некоторые насущные проблемы, которые чаще всего очень сложно или вовсе невозможно донести до высшего руководства в силу непроходимости вертикали власти.

Еще одной особенностью интранет-сайта компании РУСАЛ является Мастер подсказок. Роль мастера играет нарисованный мальчик, похожий на буратино, расхаживающий по страницам интранет-портала и выдающий советы и подсказки: «вышел новый номер корпоративного журнала», «сегодня последний день регистрации участников викторины» или «обрати внимание на новый сервис». От помощи Мастера можно тактично отказаться, не показывая вовсе или же прочитать все советы с помощью одного клика.

Банк Идей

Роль этого функционала - «стимулирование инноваций в компании и помощь в поиске, сохранении и воплощении лучших идей». Методология работы банка такова: ключевую роль в

его работе играют эксперты, отвечающие за направления, рассматривающие и оценивающие идеи, которые предлагают сотрудники компании. Информационная система, включает идеи, отобранные экспертами в базу данных, классифицируя их. Именно здесь сотрудник в состоянии «творческого кризиса» может кинуть клич о поиске идеи для своего отдела, другой может, напротив, поделиться идеей с коллегой для его бизнес-направления. За идею сотрудники могут получать бонусы, которые можно использовать в зависимости от стратегии компании.

Инtranет-банкинг

Инtranет-банкинг – это скорее крайне полезная, чем модная, фишка. Не покидая «рабочее место» сотрудник может просмотреть состояние своего счета, расплатиться за коммунальные услуги или оплатить мобильный телефон. Безопасность и конфиденциальность любых транзакций гарантирована. Увеличение лояльности персонала, которое достигается с помощью этой услуги, стоит денег, затраченных на её интеграцию в инtranет-систему компании.

К списку мотивационных фишек можно также отнести конкурсы и форумы. При условии, что они лояльно модерируются, показатель востребованности портала будет расти.

Что важно в процессе проектирования инtranет-сайта?

Во-первых, необходимо создать проектную группу, не вваливая разработку портала на плечи одного специалиста. Во-вторых, верно расставить приоритеты и определить действительные цели портала в компании. В-третьих, определить масштаб платформы, выбрав его, исходя из реальных потребностей и размеров компании. Кому-то достаточно будет «коробочного» решения, а кому-то потребуется промышленная платформа.

В итоге компания должна добиться интеграции инtranет-портала со всеми основными приложениями; верно выбрать администрирующее подразделение и делегировать полномочия администраторов отдельных направлений компетентным людям. Портал должен строго контролироваться, но правила должны быть понятны и прозрачны. Информация на сайте должна быть действительно эксклюзивной, иначе инtranет не сможет привлечь пользователей. Наконец, администрация портала должна вести непрерывную работу на основе собранной статистики и пользовательских замечаний. Только в этом случае портал будет развиваться в верном направлении. Ну и, само собой, пользовательский интерфейс должен быть удобным, а дизайн современным.

Опасности в процессе проектирования

Будет опасно не учитывать существующей программной инфраструктуры компании при выборе платформы или экономить деньги на интеграции. Таким образом, вы можете только добавить в зоопарк IT-решений компании еще одного диковинного зверька. И опасно не суметь остановиться на половине неправильно выбранного пути, если уже пройдены первые этапы проекта, но появилось четкое понимание, что это неверное решение, то нужно начинать с нуля, не жалея потраченных ресурсов.

Ни в коем случае нельзя давать доступ к инtranету ограниченному числу сотрудников, или подключать к нему не все регионы, экономя деньги и энергетические ресурсы. Речь о таком раскладе может идти только в том случае, если вы имеете дело со специфическим инtranет-решением для отдельных проектных команд или топ-менеджмента.

Нельзя под давлением боязни глобальных перемен и неоднозначной реакции на эти переменные допускать задвоение каналов информации, совместной работы электронного документооборота и согласования документов, «по старинке».

Очень глупо задавать на портале сугубо деловой консервативный тон, лишая его интерактивности и преимуществ неофициального общения.

Как оценить эффективность интранет-портала

Можно вести и анализировать статистику, высвечивая слабые места и, напротив, наиболее востребованные разделы. Можно получать обратную связь и традиционными способами. Есть возможность потратить время и провести расчеты средств, сэкономленных за счёт автоматизации бизнес-процессов. Всё это – стандартные средства.

Есть и весьма оригинальный тест на эффективность, который предложил Эмзар Гугунишвили, директор по ИТ в Восточной Европе компании GlaxoSmithKline:

Если при возникновении потребности в информации у сотрудника первая его реакция – «надо посмотреть заглянуть в интранет», а при сбое интранета он начинает сразу звонить в службы поддержки, значит ваш интранет работает.

Источники: <http://www.business2business.ru/>

<http://www.conanima.ru/>

<http://www.akmr.ru/>

<http://www.hrm.by/>