



KELIAN LAB

Competere in rete nella società della conoscenza

Luca Tomassini
Amministratore delegato

Knowledge Box – Autumn 2002

Pesaro, 29 novembre 2002

KELIAN LAB **Agenda**



Competere in rete nella società della conoscenza



- Problematiche organizzative
- Gestione dei contenuti informativi
- Automazione dei flussi di lavoro
- Collaborazione
- Gestione della conoscenza



Competere in rete nella società della conoscenza



Sulla conoscenza

Per la Filosofia classica la conoscenza era fondata:

- sui sensi (Eraclito e in parte Aristotele)
- sulla ragione (Parmenide e Platone)

Medioevo temi di dibattito:

- razionalismo
- empirismo

Novecento:

- la teoria della conoscenza cede il posto alla metodologia delle scienze
- validità delle procedure effettive usate per l'accertamento dell'oggetto

Oggi si parla:

- Knowledge Management



Competere in rete nella società della conoscenza



La conoscenza, nuova risorsa

Industria basata su:

Capitale fisico	Conoscenza
Standardizzazione, Specializzazione, Lavoro per mansione, Gerarchia,....	Creatività, Conoscenza, Competenza, Lavoro di gruppo, Affermazione della propria individualità, Lavoro per obiettivi, Modello "a matrice", Integrazione dei processi Motivazione,...



Dalla specializzazione alla creatività



Pagati per pensare

Con l'Industria basata sulla "Creatività" cambiano anche i metodi, gli strumenti e le politiche di valorizzazione delle risorse umane

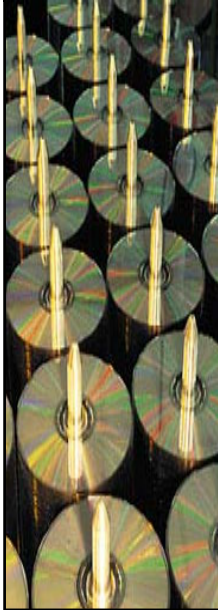
Il lavoratore non più "dipendente" ma "risorsa umana" portatore di conoscenza, di professionalità, di capacità di iniziativa, di esigenze, di aspirazioni

La "risorsa umana" come "cliente interno": necessità di strategie di marketing, a cominciare dall'ascolto delle loro aspettative e della loro percezione dell'azienda e dei cambiamenti in atto



Competere in rete nella società della conoscenza





Le informazioni: come gestirle?

Le informazioni sono il patrimonio fondamentale della società della conoscenza

Il vantaggio competitivo sta nella capacità di filtrare, selezionare e comunicare le informazioni necessarie per svolgere il proprio business e trasformarle in processi, in prodotti, in servizi che consentano di cogliere le nuove opportunità offerte dal continuo cambiamento del mercato



Il successo delle imprese è sempre più legato alla capacità di trasformare le conoscenze e i saperi dei singoli in un patrimonio a cui tutta la collettività aziendale può attingere



Competere in rete nella società della conoscenza





Dal power all'empowerment

Power

Il capo è uno che sa farsi obbedire



Empowerment

Il capo è un leader capace di attivare un gioco di squadra vincente

Un leader in grado di trasferire potere, di avere consapevolezza delle potenzialità degli esseri umani, di aiutare le persone ad accrescere la loro autostima professionale, la loro autonomia, ad assumere responsabilità, a saper leggere la realtà che li circonda individuando condizionamenti, minacce, occasioni favorevoli



L'organizzazione che apprende, ovvero la gestione della complessità

Il nuovo manager deve saper gestire la complessità: incertezze, nuovi valori, cambiamento... ed innovazioni

La *learning organization* è una vera e propria rivoluzione che capovolge il concetto stesso di organizzazione, tradizionalmente considerata come il punto di riferimento centrale a cui tutta la realtà aziendale doveva adeguarsi

La nuova impresa esige una nuova cultura manageriale, capace di coinvolgere la collettività aziendale nei processi di cambiamento in cui è indispensabile l'apporto creativo delle risorse umane per superare criticità, risolvere problemi, anticipare soluzioni



Competere in rete nella società della conoscenza



Comunicazione e consenso

Piccole aziende	Grandi imprese
le informazioni circolano, le persone si conoscono, obiettivi e valori aziendali sono conosciuti e condivisi, criticità, punti di forza e di debolezza vengono percepiti con tempestività a tutti i livelli	la comunicazione è più complessa e richiede una gestione efficace per evitare che i vari messaggi e la percezione stessa dell'azienda giungano falsati ai destinatari

Il consenso presuppone il riavvicinamento di valori e culture che la società industriale ha separato: i valori personali, i valori sociali, i valori del tempo libero, i valori del lavoro



L'identificazione di questi valori è un fattore importante per il successo del business



La comunicazione creativa

Le “*knowledge-creating companies*” fondano il proprio punto di forza sulla conoscenza e sulla capacità di mutare i dati in informazioni e il sapere dei singoli in esperienza condivisa e accessibile, per la crescita dell'intera organizzazione

La comunicazione creativa cerca di favorire occasioni di scambio e di dialogo, sia verticale sia orizzontale, dove il sapere si trasferisce e si crea, spesso in modo informale

Le relazioni che si instaurano tra i vari interlocutori sono di cooperazione professionale piuttosto che di tipo gerarchico



Competere in rete nella società della conoscenza



**La valorizzazione delle risorse umane**

Nelle aziende *brainpower* il vantaggio competitivo è rappresentato dalla creazione e dalla capacità di applicazione delle conoscenze nei processi...

... ma come impedire la “fuga” dei migliori verso altre aziende?

con l’attenzione, la “cura” delle risorse umane... dove la “Direzione del personale” diventa un servizio a disposizione del business

Il supporto delle tecnologie dell’informazione permette di intervenire in modo integrato in tutte le funzioni: dalla ricerca, selezione, valutazione, retribuzione, ai percorsi di carriera, alle relazioni organizzative, fino ai programmi di formazione e aggiornamento

**La circolazione delle informazioni, fattore di successo**

Nell’organizzazione tradizionale anche la comunicazione organizzativa era fondata su procedure precise, gerarchie chiare. Per migliorare l’immagine interna, molte aziende attuavano forme opzionali di comunicazione più “calda” sia attraverso periodici aziendali, sia con appuntamenti e incontri più o meno formali con i lavoratori e le loro famiglie (cene, gite,...)

Nei nuovi scenari, il vecchio modello di comunicazione non funziona più



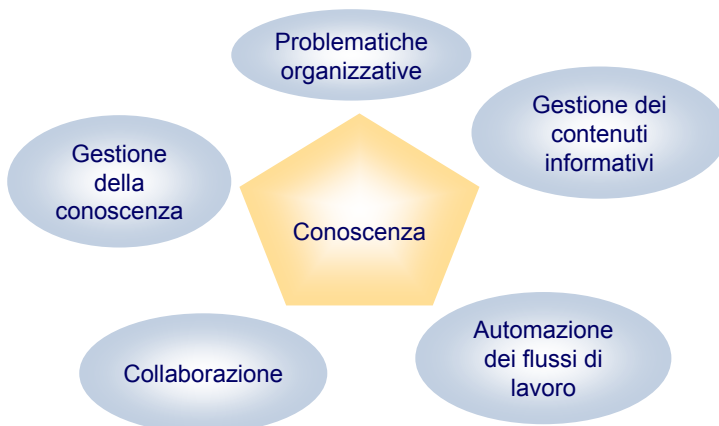
Ora il successo è legato alla capacità di trasformare le conoscenze dei singoli in un patrimonio condivisibile

**Comunicare, cioè "mettere in comune"**

La comunicazione organizzativa integra l'organizzazione tradizionale e si rivolge contemporaneamente a una molteplicità di pubblici: i dipendenti anzitutto, soprattutto in periodi di forti cambiamenti, i clienti, il pubblico in generale, gli enti locali, i gruppi influenti, i media, il mondo della politica, dell'economia, della finanza, risparmiatori e azionisti

Non è qualcosa che può essere delegato ai soli addetti ai lavori ma diventa una funzione di tutto il management

"Comunicare" – dal trasmettere informazioni (o, più spesso, ordini) dall'alto verso il basso – al "mettere in comune", in un grande gioco di squadra, missione, visione, saperi, esperienze, capacità, intelligenze, creatività, obiettivi, strategie, risultati, rischi e benefici

**Competere in rete nella società della conoscenza**

KELIAN LAB

KELYAN LAB Web Site - Microsoft Internet Explorer

Indirizzo: <http://www.kelyanlab.com/>

20 novembre 2002

HOME | CONTATTI | UFFICIO STAMPA | OPPORTUNITA' DI LAVORO | PARTNER

benvenuti in Kelyan Lab

ARENDIA
Chi Siamo
Il Gruppo

SERVIZI
Mobile
Telecommunications
Consulting
Outsourcing

PRODOTTI E SOLUZIONI
Mobile
Business Mobile
Applications
Wireless
Wifi applications
Wireless products

WIRELESS PURSE

EXTRANT CLIENTI

23.10.02 Kelyan Lab a SMAU 2002 stand T31

16.10.02 Kelyan Lab a Telecom Italia per i servizi ASP

11.09.02 Telecom Italia Lab - Intervista a Luca Tomassini

04.09.02 Kelyan Lab e Materna Informatica S. Communications: Soluzioni evolute per applicazioni MMS su reti mobile

24.07.02 Kelyan Lab e n. Consult: una partnership verso il futuro del Knowledge Management

11.07.02 Kelyan Lab e Empower Interactive: Soluzioni evolute per il messaging multimediale su reti mobile

Partnership

WIRELESS COMPETENCE CENTER

Videomessaging
video demo

Empower Interactive Group

BUSINESS MOBILE APPLICATIONS
Business Mobile Applications
Soluzioni che integrano il business in phone
funziona ovunque e' la mobilita' al vertice

WIRELESS
Liberta' in movimento
Servizi, progetti e soluzioni per reti di telecomunicazioni mobile wireless

TELECOMMUNICATIONS
Mobile Telecommunications
Servizi di consulenza, progettazione e sviluppo di soluzioni per network data

numero verde
800.371.2310

© 2002 - Kelyan Lab - All rights reserved - ovale | note legali | privacy

Operazione completata

Luca Tomassini

www.lucatomassini.com

www.kelyanlab.it