La conoscenza fa la differenza per le imprese nel mercato

Luca Tomassini
(Presidente e Amministratore Delegato - Kelyan Lab)

Aknowledgements: **si ringrazia www.lucatomassini.com e Kelyan Lab per la gentile concessione dell'articolo**

Nell'era della rete, lo sviluppo delle tecnologie informatiche e telematiche disegna una nuova struttura per le aziende e, in prospettiva, nuovi obiettivi per eccellere.

Nella società dell'informazione, la conoscenza diventa il fattore critico del successo, e la gestione della stessa, probabilmente, l'unico strumento utile per affrontare una transizione così radicale.

Le tecnologie informatiche e telematiche hanno permesso la proliferazione delle informazioni e hanno scatenato la necessità di rendere disponibili le informazioni giuste al momento opportuno. Ancora una volta si avverte il cambiamento: prima le aziende; poi l'uomo.

Era accaduto già durante la rivoluzione industriale, quando la nuova geometria dei mercati, sconvolgente per quanto inattesa, impose punti fissi nella necessità di acquisire risorse economiche e umane e di rendere disponibile l'energia. Allora come oggi: individuati i fattori critici di successo, alle aziende, a tutti i soggetti produttivi, serve raffinare tecniche di gestione degli stessi fattori, per aggredire i mercati, garantire un proprio posizionamento, convivere tra i concorrenti.

Nelle aziende esiste un immenso patrimonio. Sono dati e informazioni che non vengono sfruttati e che potrebbero aumentare la competitività dei soggetti produttivi nel mercato. E in un contesto dove la competizione è all'ordine del giorno, è necessario, prima di altro, avere la capacità per sfruttare tutti gli elementi che possono condurre l'azienda al successo.

Una delle caratteristiche dell'economia post industriale è la capacità di produrre innovazione. In questo, lo scambio di conoscenza è fattore di valore aggiunto e motivo di differenziazione per le imprese nel mercato.

Copyright 2002 – Reproduction is prohibited

Le persone, siano essi manager, siano essi impiegati, rappresentano la vera base del know how.

Proviamo a immaginare una situazione in cui la nostra società voglia ripetere il successo ottenuto per il lancio di un proprio prodotto o di un proprio servizio. Come potrà risalire al processo, eseguito allora, se non chiedendo alle persone direttamente responsabili di quel lancio? E se anche un solo membro di quel team, di quei responsabili coinvolti in quel successo, non lavorasse più per la nostra azienda?

Ecco perché è utile reperire, archiviare, accedere, analizzare, sfruttare l'esperienza aziendale.

Ma come è possibile gestire la conoscenza? Valutata l'importanza del proprio patrimonio intellettuale, l'azienda di successo ha bisogno di affinare tecniche e metodologie che scardinino le strutture e le gerarchie ormai obsolete.

In tal senso, non si intende mettere in discussione il ruolo della leadership e la posizione dei punti di forza, del fattore umano, dei livelli e delle responsabilità soggettive del personale aziendale. Valorizzare la conoscenza individuale non significa stravolgere gli organigrammi.

Tuttavia, l'organigramma deve necessariamente diventare un personigramma.

Occorre dunque sviluppare capacità e competenze partendo dal proprio patrimonio individuale.

Occorre valorizzare ciò che l'azienda sa o potrebbe sapere, affrontando nuove metodologie e nuovi strumenti per gestire le singole competenze, per sfruttare il patrimonio più importante per un'azienda.

Occorre avviare un processo di maturazione culturale degli stessi dipendenti per promuovere lo scambio e la condivisione delle esperienze acquisite.

Occorre gestire e alimentare la conoscenza; sfruttare la tecnologia per raccogliere e distribuire la stessa negli spazi e nei tempi in cui è richiesta. Le tecnologie informatiche, se adeguatamente sfruttate, possono sostituire i canali tradizionali di passaggio e veicolo per le informazioni, costruendo un contesto in cui tutti possono condividere le conoscenze in modo più libero e efficiente.

La conoscenza è un patrimonio aziendale, il cui valore può crescere anche a dismisura, fino a superare il valore tangibile dei materiali, degli immobili, delle strutture, delle gerarchie, dei capitali.

Copyright 2002 – Reproduction is prohibited