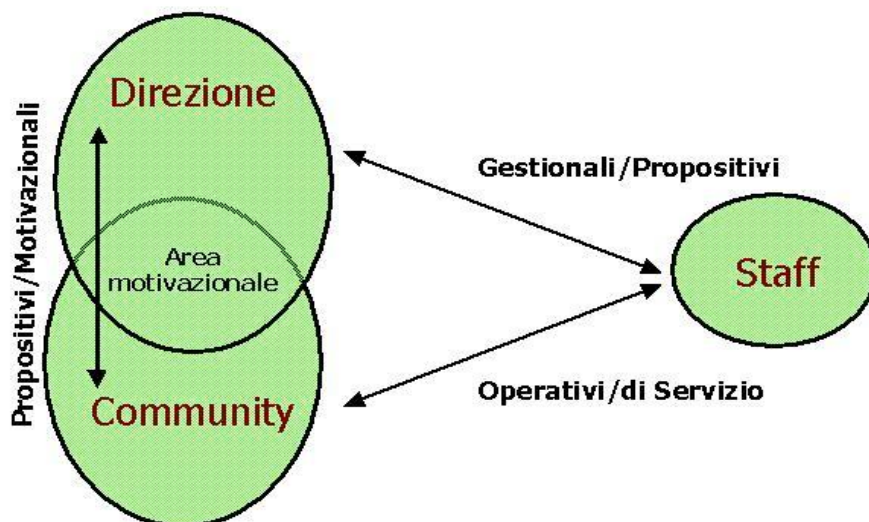


## Intranet o Internet: l'importante in azienda è condividere la conoscenza

In questa terza e ultima parte veniamo ad analizzare i metodi di gestione e i flussi di una di una community.

Che sia raggiungibile da internet o che sia una sezione dell'intranet aziendale, una community professionale è sempre un modello ottimale di workflow, ossia un'ideale insieme di attori e procedure che potrebbero essere assimilato da quasi tutte le funzioni aziendali.

Un ipotetico schema di flusso dei contenuti si potrebbe così sintetizzare



Le parti attive sono quindi tre: due di queste, uno steering commette delegato e la community di utenti necessariamente legati da obiettivi comuni, identificabili e raggiungibili.

Uno staff redazionale dedicato allo sviluppo applicativo, generalmente esterno alla realtà aziendale e completamente dedicato allo sviluppo e gestione del servizio.

Esternalizzare il nucleo operativo offre due vantaggi vitali e immediati:

- 1) gli utenti non dialogano solo con la dirigenza, ma con un gruppo di specialisti che vivono professionalmente la variazioni e i picchi del clima aziendale. Non vivono la scelta aziendale come impositiva ma come propositiva (feedback bottom-up)
- 2) l'indirizzo del servizio viene deciso senza impattare sulla struttura aziendale e può essere armonizzato più velocemente

Lo Staff redazionale e i Membri sono in realtà il nucleo vitale della community in quanto solo la loro migliore interazione permette di innescare i quattro passaggi tipici di ogni community

- 1) lo startup
- 2) la crescita
- 3) la crisi
- 4) l'assestamento

Queste quattro fasi, in realtà, le possiamo ritrovare in ogni processo aziendale sano e ben impostato e quindi è ancora più essenziale che si rivelino in un processo di Knowledge management.

E' evidente che il processo vede un impegno iniziale alto della redazione, che cresce con costanza, mentre è interessante notare come il coinvolgimento dei membri, attraverso le fasi accennate, finisce col diventare sempre più importante e determinante con apporti di contenuti e idee.

La Redazione:

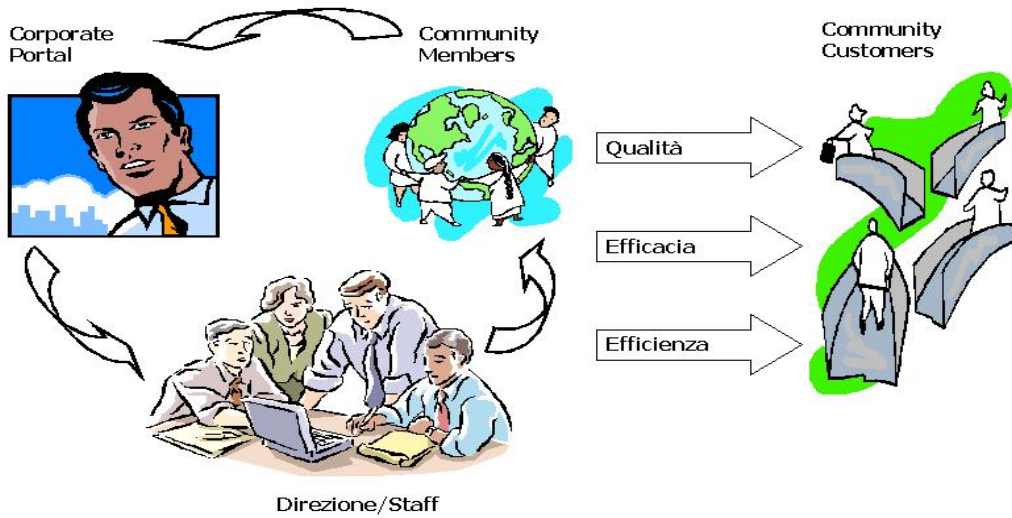
- 1) Elabora i contenuti
- 2) Propone nuovi temi
- 3) Invita alla partecipazione
- 4) Risponde ad ognuno dei membri
- 5) Prepara speciali approfondimenti
- 6) Modera la community

I Membri

- 1) Partecipano, discutono spiegano
- 2) Introducono a loro volta nuovi argomenti
- 3) Diventano riferimento

**SONO I PROTAGONISTI**

Se tutto si attiva come deve il processo ideale di questa attività e le sue benefiche ricadute sono così rappresentabili:



Dove identifichiamo chiaramente il vero obiettivo di una community professionale:

### **LA RICADUTA POSITIVA VERSO I CLIENTI**