

קהילות ידע – טיפים ליישום מוצלח

חלק ג'

אייר דמבינסקי, סמנכ"ל פרוייקטים Byon IT Solutions ,



במאמר הקודם תיארו את התהליך של הקמת קהילת ידע, ותיארנו בקווים כלליים את הפעילויות העיקריות שקהילת ידע מקיימת (אתרים שיתופיים ומפגשי פנים אל פנים). במאמר הנוכחי נתמקד בטיפים הקשורים בניהול נכון של אתר ושל מפגשי קהילה.

ניהול נכון של אתר קהילה

אתר קהילה, כמו כל שירות ידע, יכול להיחשב כמוצלח רק אם נעשה בו שימוש אפקטיבי. על מנת שזה יקרה צריך לענות על שתי שאלות יסוד כאשר אנחנו בונים אתר:

ימה יגרום לאנשים להיכנס?

יהאם אנחנו ערוכים בצורה ריאלית לעדכון מתמיד של האתר?

אם אין תשובות טובות לשאלות אלו, אסור להקים את האתר כי הוא יצטרף לבית הקברות הגדול של אתרים שנבנו מתוך כוונה טובה .

לשאלה הראשונה יש מספר תשובות אפשריות:

• יש לוודא שחברי הקהילה יירשמו כמניי לאותם חלקים באתר שעדכונים בהם עשויים לעניין אותם. יצירת מנוי שזכה יאפשר לקבל את העדכונים במייל, ולחסוך את הצורך לזכור להיכנס לאתר
• ילהגדיר מספר דברים שהכי נכון (והכי נוח) לבצע באתר.
• ילוודא שיש באתר חומר חשוב, ולשווק את עובדת קיומו מול קהל היעד הרלוונטי.

לגבי השאלה השנייה – צריך להגדיר מנהלי תכנים שיהיו בעלי רצון לתרום, בעלי ידע מתאים, וזמנים במידה מספקת כדי לעדכן את התכנים. יש לזכור שלכל סוג תוכן יש את קצב העדכון הנכון עבורו, ולדעת להתאים את מנהל התוכן ואת שיטת העדכון לקצב המתאים (אם, למשל, מדובר בקצב עדכון איטי, צריך למצוא שיטה להזכיר לנו שהגיע הזמן לעדכן, ואם מדובר בקצב מהיר צריך לאתר מישהו שיוכל להקצות לטובת הנושא את הזמן הנדרש).

מפגשי פנים אל פנים

קיימים מספר סוגים של מפגשי פנים אל פנים, אשר כל אחד מהם מיועד להשיג מטרות אחרות:

" מפגשי אולם" – מפגשים, בד"כ עם מספר רב של משתתפים, שבהם מציגים נושאים באמצעות הרצאות, ולעיתים מקיימים session של שאלות ותשובות.
" מפגשי שולחן עגול – "מפגשים עם לכל היותר 15 אנשים, שבהם מציגים בקצרה נושא או נושאים ומקיימים עליו דיון, המאפשר ליצור שיתוף ויצירת ידע חדש.
יצוותי עבודה – צוותים שמוקמים כדי ליצור יחד משהו חדש: תכנית הדרכה, סטנדרטים, best practices, או רשימת דרישות למערכות מיידע. אחד מהסוגים הוא צוותים שמטרתם ליצור לובי לקידום הנושא בארגון

טיפים נוספים

יכמו בכל שירות ידע, כך גם בקהילות – הצלחה תתרחש כאשר היחס תועלת נפסת / עלות נפסת יהיה גבוה מספיק. הדבר מחייב זיהוי נכון של צרכי הקהילה, שיווק נכון של התועלות, יעילות של המפגשים, ובניה נכונה של האתר. אחד הכלים לשיפור מתמיד של היחס הוא מדידה: מדידה של השימוש באתר, מדידה של השתתפות במפגשים וסקרי שביעות רצון. מדידה מוצלחת, בשילוב ליווי מתמשך של הקהילה הם תנאי לאורך חיים ותרומה מתמשכת של קהילות הידע

ילעיתים נדמה שכל מה שצריך כדי שקהילת ידע תחיה זה השקעת אנרגיה ראשונית, ולשחרר אותה כדי שתסתדר לבד. יש גם המגדילים לעשות ואומרים שאם הקהילה לא תסתדר – אז לא צריך אותה. האמת שונה. נדרשת אנרגיה קבועה ומתמשכת לתמיכה בקהילות, גם אם בהיקף קטן. אנשים שקועים בשגרה שלהם, והם צריכים תזכורת כדי לעשות דברים שאינם חלק מהשגרה. כולנו מכירים את זה מהחיים שלנו: לעיתים זה לימודים, ולפעמים זה ספורט ולפעמים זה לצאת בערב עם בן הזוג. אנחנו קונים כרטיסי מנוי להצגות, נרשמים לחוגים, ומצפים שמישהו יזכיר לנו לעשות דברים שחשובים לנו ואשר איננו עושים, כי אינם חלק מהשגרה.

יקהילות ידע הן פתרון שמתקבל בצורה הטובה ביותר ועם הכי פחות התנגדויות, מבין כל הפתרונות של ניהול ידע בארגון. אחת הסיבות לכך היא העובדה שקהילות ידע נותנות מענה לאחד הצרכים הבסיסיים בסולם מאסלו – שייכות לקבוצת עמיתים.

יש עוד הרבה מה לדבר על קהילות ידע ועל דרכים אפקטיביות לנהל אותן. אני מקווה ששלושת המאמרים האחרונים נתנו בסיס שממנו ניתן להתחיל.