

# Ritrovare velocemente le informazioni non strutturate

**Organizzare e sfruttare al meglio la conoscenza aziendale consente di rispondere in modo più efficace alle richieste del proprio mercato. È lo scopo dell'approccio Enterprise Content Management (Ecm) adottato da un numero crescente di aziende.**

**N**el periodo di grande sviluppo del web, quando le imprese si trovarono di fronte alla nuova sfida competitiva dettata dalla necessità improrogabile di costruire la propria presenza on line, si pensava che il nuovo millennio sarebbe stato caratterizzato dall'importanza delle informazioni messe a disposizione del pubblico, in qualsiasi ambito di attività. Tutti i consumatori (sia privati che aziende) avrebbero progressivamente avuto accesso a una quantità e varietà di informazioni in esponenziale crescita, fra le quali valutare e scegliere i prodotti e servizi da acquistare.

La chiave del successo delle imprese sarebbe quindi diventata quella di mettere il consumatore in condizioni di valutare la propria offerta in modo chiaro, esaustivo e tempestivo rispetto ai concorrenti.

Quello che non era ancora del tutto chiaro era che la messa a disposizione, al momento giusto, del maggior numero di informazioni al proprio mercato era solo la punta di un iceberg, dove l'elemento ancora nascosto, ma ben più imponente, era il nuovo ruolo che informazione e conoscenza stavano iniziando ad assumere all'interno delle aziende, indipendentemente dalla dimensione e dal settore di appartenenza.

In realtà, il fatto di mettere parte dei contenuti informativi dell'impresa a disposizione dei propri clienti (attuali e potenziali) era ed è solo una delle componenti del più vasto fenomeno della corretta gestione delle informazioni e della conoscenza da parte

di ogni azienda e del suo sfruttamento per raggiungere determinati obiettivi strategici.

In sostanza, tutte le organizzazioni si trovano oggi a dover capitalizzare la propria conoscenza, che risiede nelle persone, nei processi di lavoro, nei documenti e, in generale, in tutte le attività che producono un'informazione utile dal punto di vista aziendale. Negli ultimi anni si è tentato di definire come capitalizzare la conoscenza e tutti gli sforzi delle aziende volti a organizzarla e gestirla sono stati ricondotti al tema generale dell'Enterprise content management. L'Ecm può essere definita la disciplina che studia come mettere a disposizione degli interlocutori corretti le informazioni di cui necessitano per prendere decisioni in modo rapido ed efficace. In ogni azienda, infatti, tutti i giorni le persone sono confrontate con l'esigenza di risolvere problemi, rispondere rapidamente a richieste esterne, decidere quali sono le attività più urgenti o importanti da evadere, comprendere i comportamenti dei concorrenti, assegnare compiti ai propri collaboratori, ecc...

Quello che accomuna tutte queste attività, citate come esempi, è il fatto che per poter essere eseguite sono necessarie molte informazioni, che le persone devono in qualche modo reperire per svolgere il proprio lavoro e collaborare con gli altri. L'Ecm si pone come obiettivo quello di individuare come raccogliere nel modo migliore le informazioni di cui ogni risorsa all'interno di un'organizzazione necessita e studiare come e dove



**Erica Baj, marketing manager della Tinext Sa**

archiviare e rendere accessibile tali informazioni, affinché tutte diventino capitale di conoscenza dell'intera organizzazione. La realizzazione pratica degli obiettivi dell'Ecm avviene attraverso sistemi informatici capaci di trasformare la visione dell'Ecm in strumenti concreti, utilizzati quotidianamente all'interno dell'azienda. Dopo aver definito in modo sommario l'Ecm, ci si potrebbe chiedere perché è così importante. La forza e l'impatto di questa disciplina sono rappresentati dal fatto che, nell'ambito di tutta la conoscenza di un'organizzazione, l'Ecm si propone di gestire la cosiddetta conoscenza 'non strutturata', cioè quella rappresentata dalle e-mail, dai verbali delle riunioni, dai contenuti dei siti web, dai file archiviati in modo diverso da ogni dipendente, dai processi di lavoro non formalizzati, dai documenti di cui esistono diverse versioni, ecc...

Numerose e autorevoli ricerche di mercato indicano che la quota di conoscenza 'non strutturata' nel patrimonio conoscitivo di un'azienda raggiunge oggi una percentuale vicina al 90% del totale. Solo la quota rimanente, circa il 10%, è rappresentata dalla cosiddetta conoscenza 'strutturata', ovvero dalle informazioni che risiedono nei sistemi informatici tradizionali (contabilità, sistemi di Erp, Crm, ecc...).

Tale dato evidenzia come lo sfruttamento della nuova leva strategica rappresentata dall'Ecm possa elevarla al ruolo di strumento in grado di contribuire, in modo tangibile, al successo della propria organizzazione.