

---

# **Videndeling 2.0** **-når ESDH ikke helt er nok**

*Kenny Munck*  
*EDB Gruppen*

## Mine 45 min....

---

- Introduktion
  - Lidt om TRE-FOR
  - Lidt om EDB Gruppen
- Løsningen
  - Vision og formål
  - Faseopdeling
  - Keep it Simple
- Perspektiver – Videndeling 2.0
  - Hvad er Videndeling 2.0
  - Er viden mon ikke andet end dokumenter?
  - Hvem deler viden med hvem og hvorfor
  - Viden der finder brugerne
  - Videndeling og Web
- Spørgsmål og debat

## Lidt om TRE-FOR

---

- TRE-FOR er et multiforsyningsselskab opbygget i en koncernstruktur med selvstændige datterselskaber
- TRE-FORs forretningsgrundlag er baseret på forsyning inden for infrastrukturen i Trekantområdet
- TRE-FOR er blandt landets største multiforsyningsselskaber. I Trekantområdet leveres f.eks.:
  - el til 128.000 husstande,
  - frisk drikkevand til 48.000 husstande, og
  - fjernvarme til 24.000 husstande.
- TRE-FORs overordnede vision er at være Danmarks førende multiforsyningsevne i 2009.
- TRE-FOR har fokus på videndeling, da medarbejdernes viden og evne til at dele den betragtes som et virksomhedens vigtigste aktiver.

# Lidt om EDB Gruppen

---



## *Adding value to business*

*Vi vil være det naturlige valg for alle, der er optaget af at forandre for at forbedre.*

*Vi vil dække alle relevante optimeringsbehov inden for teknologi, processer og organisation.*

*Vi vil aktivt bruge vores indsigt, engagement og ansvarsfølelse som fundament for værdiskabelse.*

---

# Løsningen til TRE-FOR

# Vision og formål

---

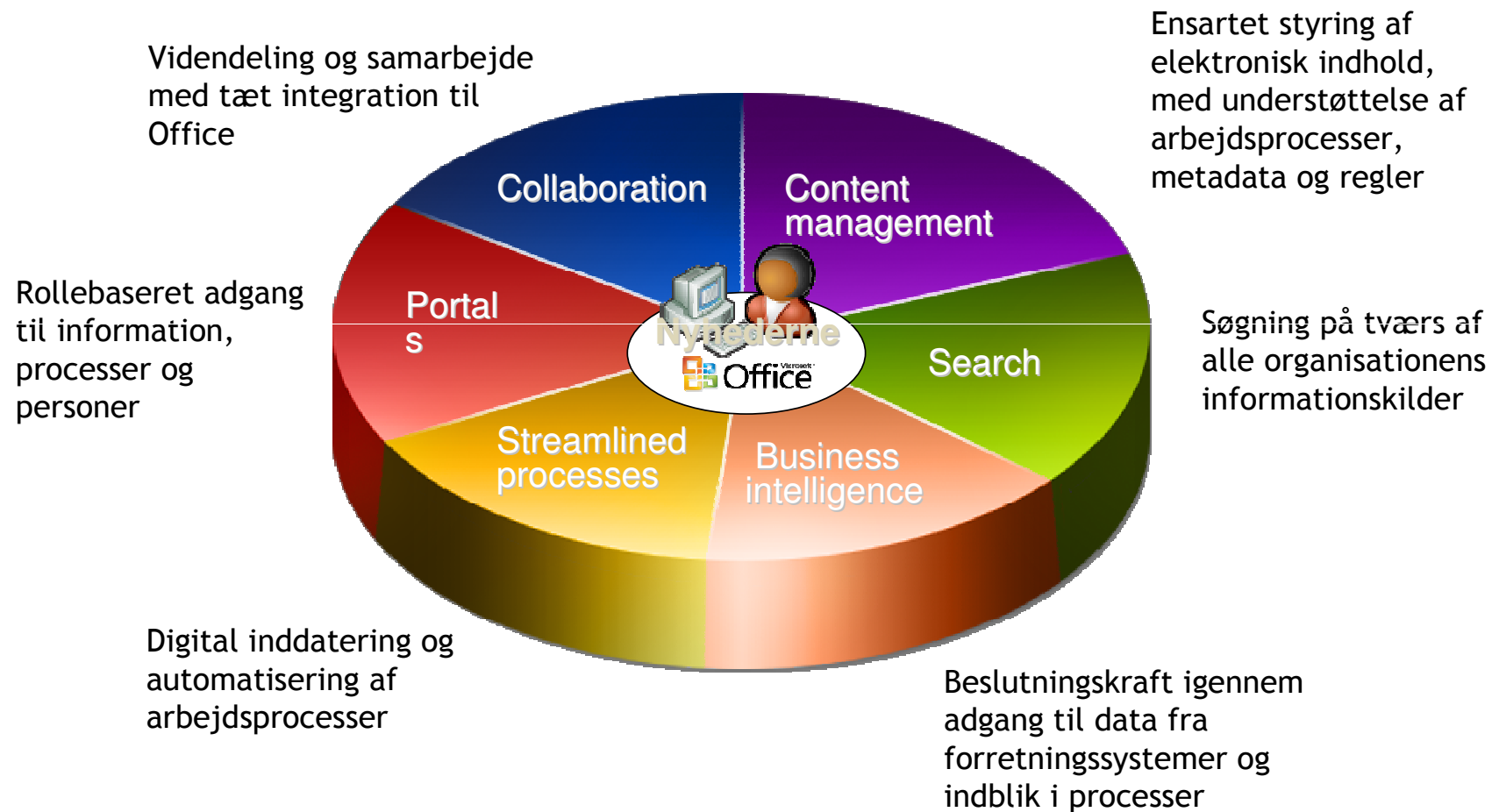
- Generelt ønske om konsolidering af viden og informationer.
- Kulturprojekt: Ønske om at nedbryde barrierer mellem medarbejdere i de forskellige datterselskaber/afdelinger med henblik på at forbedre videndeling på tværs.
- Ønske om øget effektivitet gennem lettere adgang til viden.
- Kraftig vækst i medarbejdere kræver fokus på effektiv overdragelse af viden samt et let tilgængelig adgang til informationer.
- Generelt ønske både fra både medarbejdere og ledelse om et informationsdelingssystem
- Visionen er at skabe en IT understøttet platform for videndeling, som muliggør lagring og deling af både formel viden (f.eks. dokumenter) og på lidt længere sigt også uformel viden (f.eks. viden fra chat, Wikis, blogs m.v.).

## Rammerne for løsningen

---

- TRE-FOR valgte at benytte SharePoint som platform for opbygning af videndeling og dokumentstyring.
- Første skridt er opbygning af et intranet, hvor brugerne via SharePoint bl.a. kan tilgå dokumenter og kommunikere omkring disse
- Intranetportalen udvides derefter med mere avanceret dokumentstyring lige som der tilkobles egentlig sagsstyring.
- Udgangspunktet for løsningen var ikke et specifikt ESDH system, men tog derimod afsæt i virksomhedens strategi samt medarbejdernes og ledelses behov for videndeling.

# Sharepoint 2007



# Faseopdeling

---

- Fase 1: Fra virksomhed til medarbejder
  - Gøre generelle informationer/dokumenter tilgængelige på tværs af organisationen.
  - Opbygge en organisation og kultur omkring informations- og videndeling.
  
- Fase 2: Mellem medarbejdere
  - Opbygge en videnportal.
  - Personalisering af funktioner og information
  - Digitale kommunikationsformer (diskussionsfora/projektfora).
  - Styrke arbejdsgangsprocesser
  
- *Fase 3: Kunderne? (endnu ikke planlagt)*
  - *Videndeling "A2A" - med og mellem kunder. Viden og der deles C2C er mindst lige så værdifuld som den internt delte viden*
  - *Web 2.0 værktøjer - f.eks. Wikis, Blogs m.v.*

## Fokus på det simple

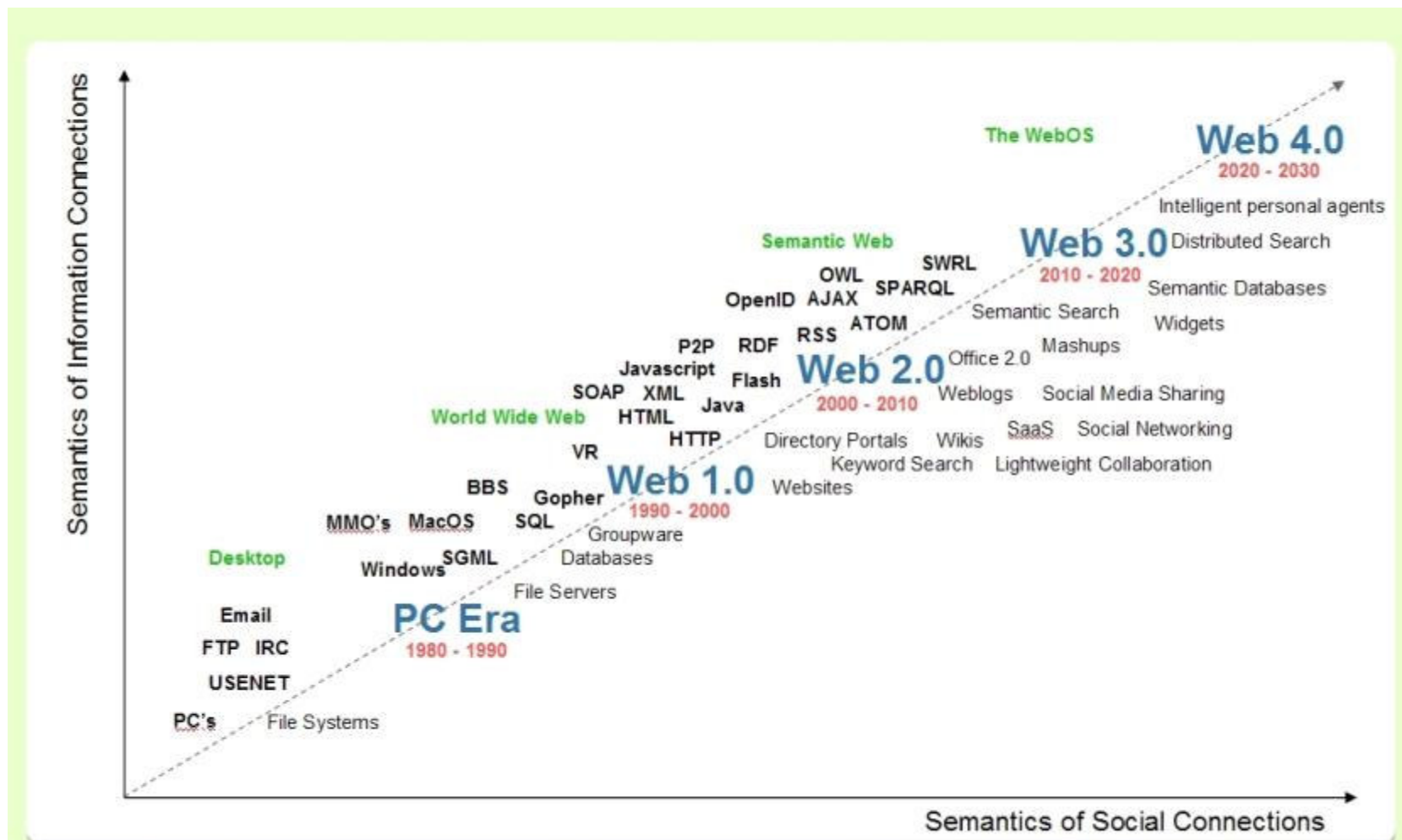
---

- Videndeling virker bedst når mange deltager. Hellere mange der bidrager lidt end få der kan meget.
- Fokus er derfor på at holde systemer, værktøjer og brugergrænseflader simple og intuitivt genkendelige.
- Sharepoint giver mange gode muligheder for både formel og uformel videndeling. Det giver et godt fundament for at sikre løbende udvikling og sammenhæng, men er systemet er ikke i sig selv nok.
- En gradvis udbygning, hvor værktøjer udrulles i et tempo der sikrer at flest muligt deltager.
- Parallelt med IT projektet er der også fokus på at skabe den relevante kulturforandring, som er forudsætningen for at lykkes. Forklaring, forståelse og brugeraccept er mindst den halve succes.

---

# Videndeling 2.0

# Videndeling "A2A" betyder også Web...



Source: Radar Networks & Nova Spivack, 2007 – [www.radarnetworks.com](http://www.radarnetworks.com)



## Tre vigtige forandringer...

---

- **Magten over informationerne flytter sig**

Det er ikke længere afsenderen af information der bestemmer hvad der er relevant – det er i stedet brugeren

- **Videndeling erstatter information som drivkraft**

Brugerne lokkes af steder hvor der er spændende information – de lokkes ikke af traditionelle tilbud, men af viden. Videndeling sker både B2C, B2B men (måske) vigtigst også C2C og C2B!

- **Fællesskaber styrer forretningsbetingelserne**

Vi søger i stigende grad fællesskaber (communities) på nettet. Den der kan facilitere de rette og mest interessante fællesskaber har den største forretningsmulighed. Det er ikke nok at være på nettet det rigtige produkt. Man skal være det på det rette tidspunkt, i den rette sammenhæng og hos de rette fællesskaber.

## Forretningsbetingelserne

---

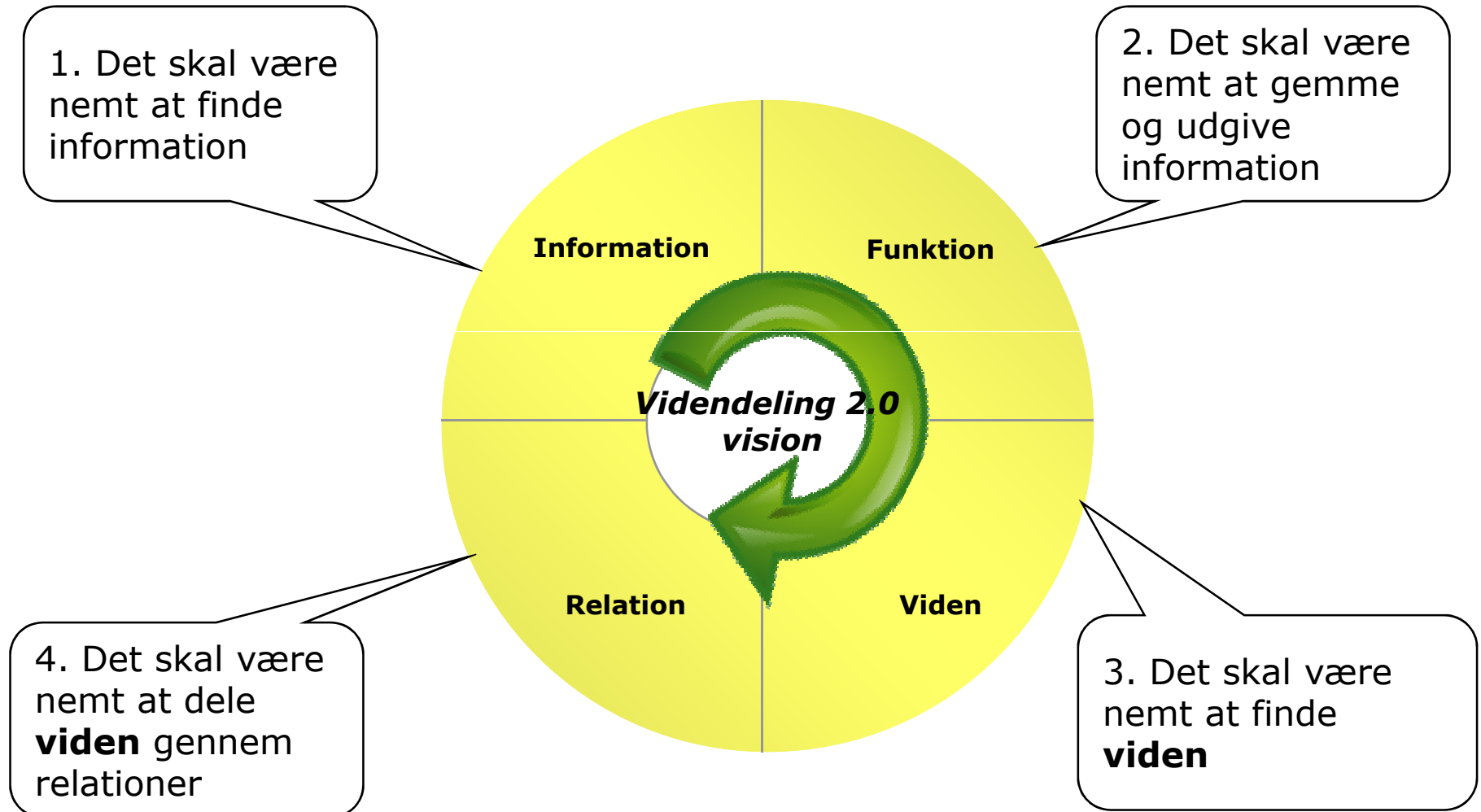
- Den der skaber et interessant sted samler brugerne, og dermed muligheden for at få tilført viden og i sidste ende også forretning.
- Den interessante består ikke bare i information, men derimod i at den enkelte bruger kan møde andre brugere, eksperter m.fl. – vi vil gerne være sammen om en interesse og deles vores viden.
- Markedsføring flytter sig fra at være "produktet i fokus" til at handle mere om synliggørelse af hvilken viden man kan opnå eller hvilket fællesskab man kan blive en del af.
- Der hvor man ikke selv kan facilitere videndeling skal man have fokus på spidskompetence. Når brugeren selv bestemmer indholdet vælger man ud fra kvalitet – ikke annoncer.

## Videndeling 2.0 – hvad er det egentlig?

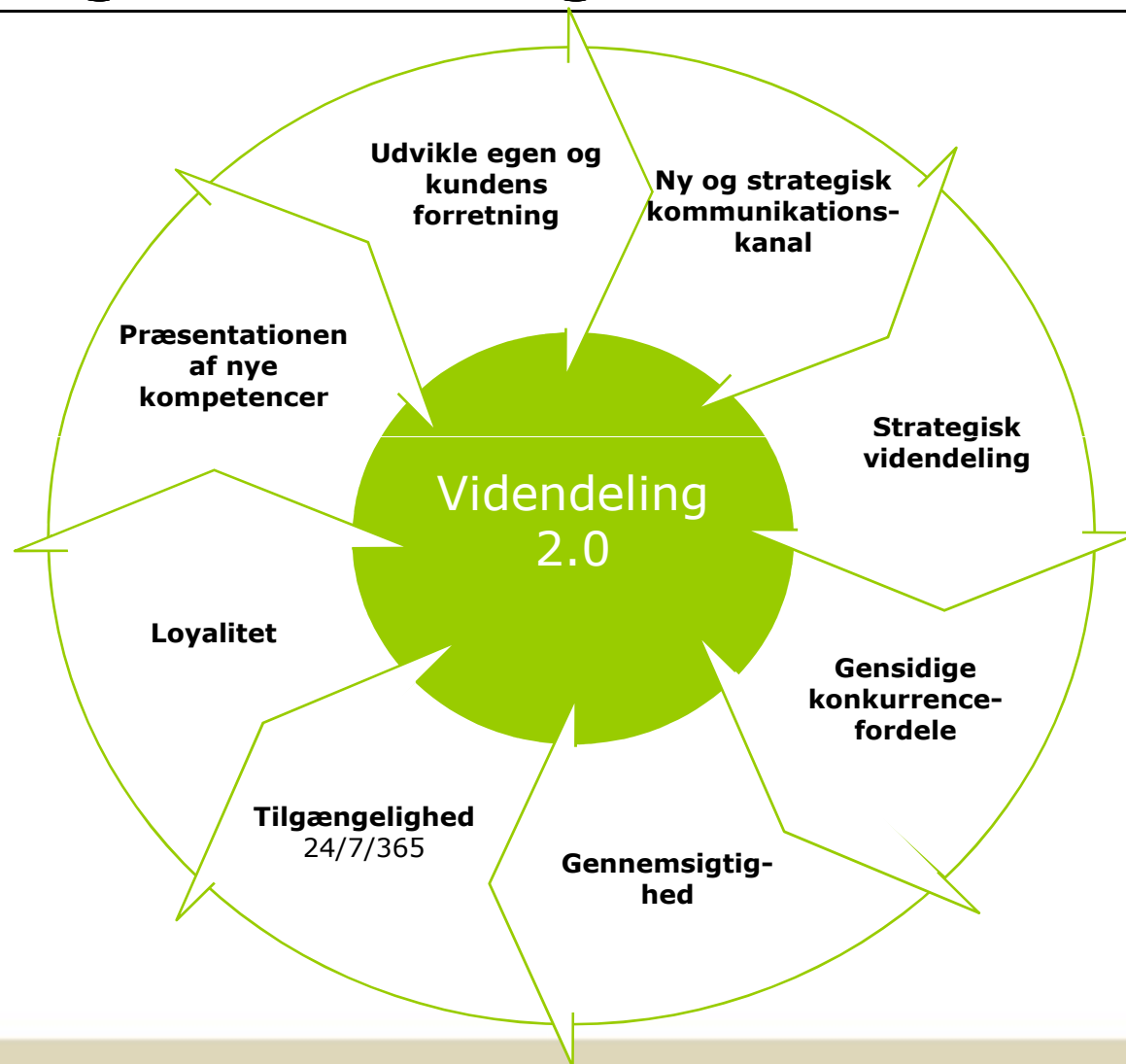
---

- Videndeling 2.0 handler om at opbygge og vedligeholde relationer gennem deling af viden med det formål at skabe gensidig merværdi.
- Fremtidens Videndeling handler meget mere om et mindset!  
– en forståelse af, at relationerne i "real life 1.0" understøttes af IT på godt og ondt.
- Det er dermed **ikke** et spørgsmål om hverken teknik eller teknologi, men om at lykkes med anvendelsen af teknologien i samspillet mellem Teknologi, Organisation og Processer
- Videndeling 2.0 bygger på en erkendelse af at viden findes overalt omkring os, og dermed ikke bare begrænses til det der er lagret i et i f.eks. et ESDH system.
- Åbenhed og mod er derfor elementer i Videndeling 2.0. Alle (også kunder og "brokhoveder") kan besidde værdifuld viden – faktisk er det ofte ekstern genereret viden der er mest kritisk for en virksomheds værdi.

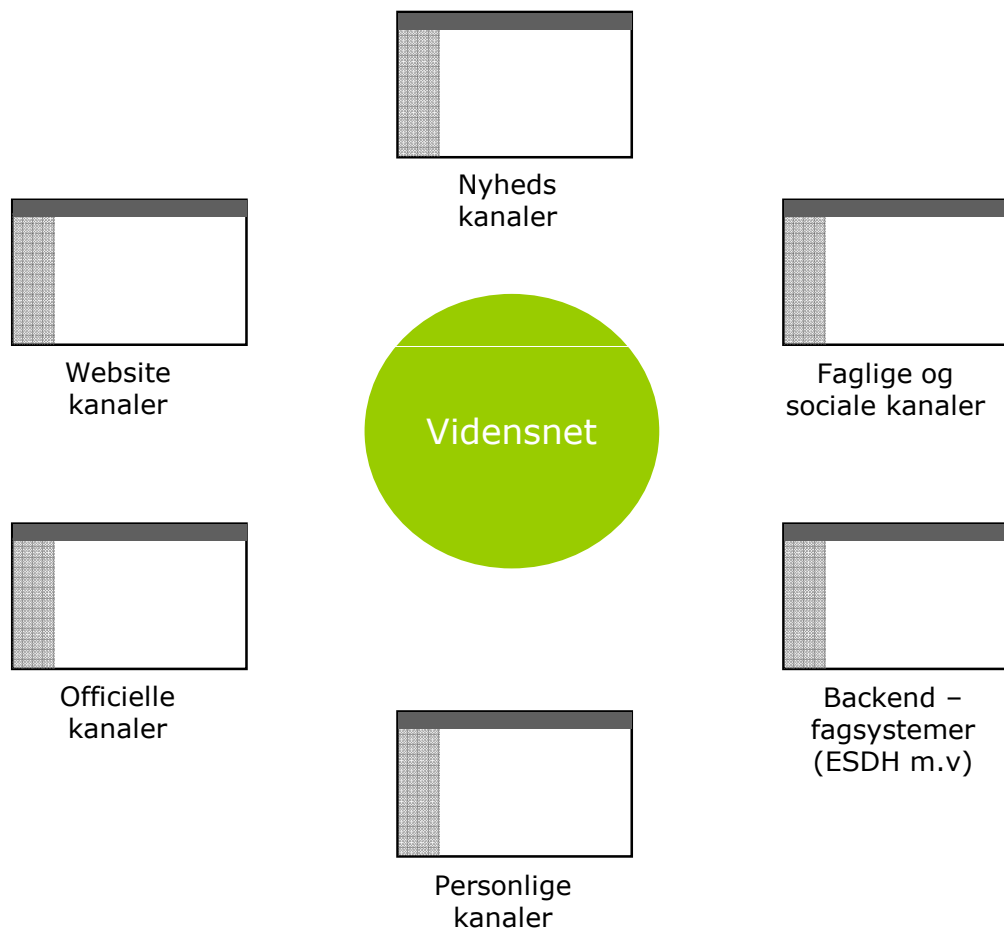
# Videndeling 2.0 - Evolution



# Målsætning i Videndeling 2.0



# Single Point og Knowledge



## Informationer skal finde brugeren

---

- Det handler om at være bevidst om at mængden af tilgængelig viden allerede for flere år siden langt oversteg den enkeltes mulighed for at finde og sortere – og det bliver altså ikke bedre.
- Løsninger skal derfor indeholde værktøjer som gør at "Viden kan finde brugerne" ud fra en række rammebetingelser som f.eks.
  - Brugerprofil (f.eks. stilling, projekter, anciennitet)
  - Rammebetingelser (f.eks. projektype, dato, kollegaer)
  - Afhængigheder (f.eks. projektleder, økonomi, rapporter)
  - Adfærd (f.eks. besøgte websites, tidsbestemte opgaver)
- Den brugerinitierede søgning vil ikke forsvinde, men systemet skal hjælpe med afgrænsningen

## **At kende sin målgruppe**

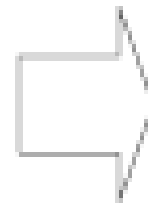
---

*Hvis man vil skabe gode relationer og dele viden med sine kunder må man starte med at lære sine kunder at kende.*

*Hvis man vil lære sine kunder at kende, starter man bedst med selv at være kunde.*

# Næste skridt: Fra Målgrupper til Personas

Interessenter / målgrupper



Personas



# Personas

---

- Personas er helt konkrete personer som man kunne møde i den virkelige kontaktflade. De er dog iklædt en fiktiv men realistisk beskrivelse, og er på denne måde stadig anonyme.
- Formålet med Personas er at gøre det lettere at skabe forståelse for brugerens behov og kompetencer, og synliggøre hvem der kommunikerer med.
- I PBS blev der udarbejdet 10 Personas som på forskellige måder kunne repræsentere alle målgrupper
- Der blev udarbejdet en personasmanual der anvendes bredt i organisationen som "værktøj" til udarbejdelse af tekster, løsninger, dialog/debat og kommunikation i bredeste forstand

**Navn:** Helle Margrethe Andersen  
**Alder:** 52 år  
**Bosted:** Virum  
**Arbejdstitel:** Erhvervsjurist  
**Arbejdssted:** Nordea  
**Anciennitet:** 20 år



**Baggrund:**

Uddannelse som Cand. Jur. Gift med Erik, som er salgsdirektør. Har 2 voksne piger fra første ægteskab. Hun er meget aktiv i sin fritid og interesserer sig for kunst. Meget professionel type

**Arbejdsbeskrivelse:**

Sikrer at nye aktiviteter overholder Nordeas strategiske interesser. Hun har stor erfaring og er en man gerne lytter til. Hun er meget vellidt af kollegaer og kendt som en hård forhandler blandt eksterne samarbejdspartner. Hun kender og respekterer bankens kultur, og er kendt som den man kan spørge om alt. Hun arbejder ofte hjemme om aftenen.

**Anvendelse af IT:**

Bruger primært nettet til faglig informationssøgning. Er ikke skræmt af IT, men det må gerne være gemt lidt af vejen. Hjemme PC'en anvendes til både arbejde og private gøremål (mail, netbank etc.). Hun bestiller gerne rejser over nettet.

**IT kompetencer:**

Generelt i den lavere ende, dog gående mod middel ift. de relevante faglige værktøjer. Hun kan dog flyttes kompetencemæssigt, hvis blot hun selv kan se nytteværdien.

**En typisk arbejdsdag:**

Arbejder projektorienteret og har mange møder og ting der skal følge op på. Ind imellem kan dagene være hektiske, hvis der kommer noget ind fra "højre".

**Fremtid:**

Hun bliver hvor hun er. Hun vil gerne have sin chefs job, men det er ikke et kardinalpunkt.

## Videndeling 2.0 - pointer

---

- Videndeling handler ikke om Revolution, men om Evolution.
- Det er en proces som sker i et samspil mellem Organisationen, Teknologien og Forretningsprocesserne
- Videndeling handler dermed ikke om IT, men om at lykkes med at anvende IT på en måde der understøtter den enkelte bruger.
- Videndeling 2.0 sætter fokus på at skabe mulighed for at informationerne kan finde brugerne – ellers drukner man i forsøget på at dele viden.
- Videndeling 2.0 forudsætter et godt kendskab til sin omverden. "Målgrupper" er ikke længere nok – Som afsender af information må vi være bevidst om modtagernes evne til at opfatte
- Fremtidens Videndeling vil være tæt koblet til udviklingen værktøjerne i Web 2.0, 3.0 osv., og begreber som "cooperate knowledge" vil langsomt udviskes i takt med at forretningskritisk viden i stigende grad er eksternt funderet.

# Spørgsmål...

---

?