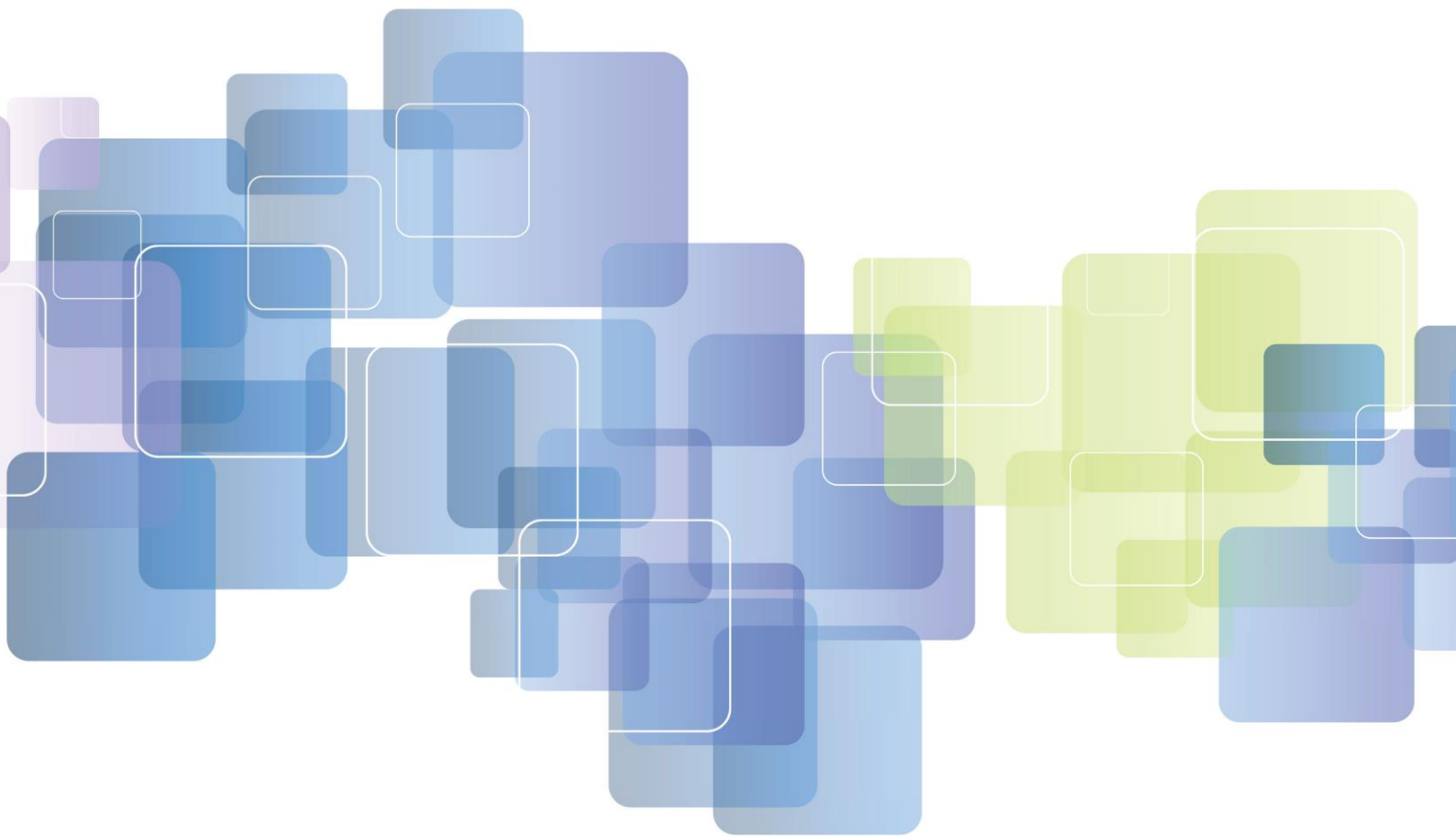


 **TecnetDati**

Enterprise Information Portal

Giampiero Giachetto



La condivisione della conoscenza come fattore della competitività di un'azienda.

L'affermarsi dell'intranet come strumento aziendale per la condivisione delle informazioni e lo sviluppo di nuove applicazioni, ha fatto emergere problemi analoghi a quelli già riscontrati in ambito internet, dove la mole delle informazioni e dei servizi disponibili rappresenta al tempo stesso un punto di forza e un fattore critico. L'Enterprise Portal, cioè la trasposizione in chiave aziendale del Portale internet, è la soluzione che consente di presentare in modo organizzato e di facile utilizzo le informazioni e i servizi che interessano più utenti aziendali. L'Enterprise Portal rappresenta uno strumento prezioso anche nell'ottica generale della condivisione della conoscenza in azienda e sta calamitando l'interesse di un numero sempre crescente di aziende. Secondo Gartner Group, l'80% delle aziende implementerà un portale aziendale entro il 2001, e ciò riguarderà sia le società "technology-driven", cioè quelle società disposte a rischiare nell'adozione di tecnologie non ancora mature per acquisire un vantaggio competitivo, sia le società che adottano nuove tecnologie solo quando è stata dimostrata la loro efficacia sul campo. Entro il 2003 il 60% delle aziende "Fortune 500" implementeranno portali che consentiranno di visualizzare contenuti personalizzati, offriranno un unico punto d'accesso al sistema informativo aziendale e costituiranno la base per la revisione dei processi aziendali in chiave e-Business.

Condivisione delle informazioni aziendali

La condivisione delle informazioni all'interno delle aziende è sempre stata una chimera per almeno due ordini di problemi. Il primo è legato alla tecnologia: nei sistemi legacy i dati sono memorizzati all'interno di archivi aziendali accessibili attraverso meccanismi piuttosto ostici per l'utente finale. Il secondo problema è di carattere organizzativo e riguarda la mancanza di un modello delle informazioni aziendali (metadati), che chiarisca il significato di business delle informazioni indipendentemente dalla loro rappresentazione fisica. In ogni caso l'interscambio d'informazioni in azienda nell'era pre-internet avveniva (e avviene ancora) mediante l'invio di documenti in formato cartaceo. La possibilità di condividere informazioni diventa più effettiva con l'avvento dell'internet, che introduce un nuovo modello di condivisione basato sulla pubblicazione d'informazioni in formato ipertestuale a cui si può accedere mediante un semplice browser. Dopo una prima fase in cui l'internet è appannaggio di un pubblico generico, anche le aziende iniziano a percepire i vantaggi derivanti dall'utilizzo della tecnologia internet. Nascono l'intranet e l'extranet e si prefigurano nuovi modelli di e-Business, ad esempio business-to-consumer e business-to-business, che ridefiniscono il modo in cui l'azienda si relaziona con il mercato e con i propri partner attraverso il web. Ma la facilità con cui è possibile rendere disponibili informazioni aziendali attraverso il web, si pensi ad esempio all'adozione di strumenti di office automation (Office 2000, ecc.) che rendono la creazione di documenti in formato HTML estremamente semplice e intuitiva, ha portato l'intranet a soffrire degli stessi problemi già evidenziati in ambito Internet, legati alla necessità di organizzare e gestire la mole di informazioni e servizi aziendali disponibili in rete. L'utilizzo dei motori di ricerca per districarsi all'interno del labirinto

intranet [dell'intranet] ha fatto emergere alcuni limiti: le parole sono ricercate all'interno di un testo in modo sequenziale, indipendentemente dal loro significato semantico. L'utilizzo di meccanismi basati su parole chiave (keyword) associate al testo ha migliorato l'efficacia della ricerca, ma non ha risolto completamente il problema. Un altro interrogativo emerso dall'utilizzo dei motori di ricerca riguarda l'impossibilità di effettuare ricerche all'interno di fonti di informazioni strutturate, ad esempio i sistemi ERP e Data Warehouse. "Per molti versi, l'intranet ha creato un'ulteriore frammentazione all'interno dell'azienda. Ciò è l'esatto contrario delle premesse iniziali, in cui si prefigurava l'intranet come un punto di aggregazione" afferma Gerry Murray di IDC. Gli utenti, al fine di portare a termine il proprio lavoro, sono costretti a interagire con diversi siti Web presenti in Intranet, utilizzare svariate applicazioni aziendali e analizzare differenti fonti di informazioni. Nasce pertanto l'esigenza di organizzare la mole d'informazioni e servizi disponibile agli utenti aziendali. La soluzione a questo problema arriva ancora una volta da Internet: il Portale.

Il Portale aziendale

L'Enterprise Portal trasferisce il concetto di portale nel mondo Intranet, permettendo agli utenti aziendali di navigare attraverso un insieme di informazioni strutturate, rappresentate da database, data warehouse, ecc., e non strutturate (il Web); In altri termini l'Enterprise Portal è visto come una soluzione per il business guidato dalla conoscenza. Il Portale solleva l'utente dalla necessità di effettuare l'aggregazione delle informazioni, eseguendo un'analisi basata sulle relazioni tra le informazioni stesse in modo da fornire all'utente una visione integrata. In un'azienda in cui è disponibile un Enterprise Portal il desktop dell'utente appare come una finestra molto simile a Excite o MSN (The Microsoft Network), in cui vi è un elenco di informazioni organizzato per categorie e personalizzato in base al profilo dell'utente. All'interno di questa finestra l'utente può individuare agevolmente tutte le informazioni e i servizi potenzialmente utili. Per aumentare l'efficacia e l'efficienza del sistema si adottano soluzioni mutuata dalle tecniche di marketing (one-to-one) in modo da offrire all'utente un insieme di informazioni personalizzate. La personalizzazione può essere effettuata sia in modo implicito, in altri termini è il sistema che impara a conoscere i "gusti" dell'utente in base alla tipologia di navigazione che l'utente effettua, sia in modo esplicito. In questo ultimo caso è l'utente che indica le informazioni e i servizi che utilizza maggiormente per svolgere il proprio lavoro. I meriti dell'Enterprise Portal sono tali da farne il nuovo messia della rete che permette (o promette) tutto a tutti: possibilità di migliorare la comunicazione aziendale, aumento del livello di soddisfazione dei dipendenti, creazione di sistemi integrati di Knowledge Management, integrazione di tutte le applicazioni aziendali all'interno di un'unica pagina. L'utilizzo di un Enterprise Portal può essere inoltre esteso oltre i limiti aziendali, facilitando forme vantaggiose di partnership fra le imprese che decidono di condividere il loro bene più importante, le informazioni, in modo da incrementare la loro competitività sul mercato. Un elemento critico all'interno dei portali Intranet è rappresentato dalla necessità di aggiornare costantemente e in modo quanto più possibile automatico, il catalogo delle informazioni che si trovano sul Web, al fine di permettere una condivisione effettiva della conoscenza aziendale.

Portali aziendali e Knowledge Management

I portali sono adottati frequentemente insieme a una strategia di Knowledge Management, in quanto vi sono molti aspetti in comune. Sia i portali, sia le soluzioni che permettono la gestione della conoscenza si basano su una piattaforma tecnologica comune: tecnologia internet, motori di ricerca intelligenti, strumenti e tecniche per l'integrazione di informazioni a partire dalle fonti di dati più svariate. Sotto il profilo organizzativo, entrambe le soluzioni hanno come obiettivo quello di organizzare e gestire il patrimonio informativo aziendale al fine di offrire un supporto effettivo nel raggiungimento dei propri obiettivi. In tal modo gli utenti possono disporre di soluzioni raffinate per accedere, organizzare e controllare le informazioni disponibili in formato digitale ("infoglut"). Secondo Gartner Group il processo di Knowledge Management prevede le fasi canoniche descritte nella figura 1. In particolare si distinguono: Creazione - insieme di attività che portano alla creazione di una nuova informazione
Cattura - recupero della conoscenza dagli individui e rappresentazione di tale conoscenza in forma esplicita
Organizzazione - insieme di attività che permettono di classificare e organizzare la conoscenza al fine di renderla disponibile all'interno dell'azienda
Accesso - meccanismo attraverso il quale la conoscenza è condivisa dagli utenti
Utilizzo - applicazione della conoscenza alle attività quotidiane (supporto alle decisioni, valutazione di nuove opportunità, ecc.). Si noti che l'utilizzo della conoscenza genera feedback, traducibili in nuove informazioni che rientrano nel processo di Knowledge Management.

I livelli del portale aziendale

Gartner Group propone un modello per lo sviluppo dei portali aziendali basato su quattro livelli (vedi figura 2). Salendo di livello aumentano sia il valore per l'azienda, sia la complessità del sistema, sotto i profili organizzativo, tecnologico e applicativo. Il primo livello (entry point) prevede la catalogazione ordinata delle informazioni e dei servizi aziendali disponibili attraverso intranet. Il catalogo delle informazioni riguarda principalmente notizie di tipo istituzionale e siti intranet che permettono l'accesso ai contenuti e alle applicazioni aziendali. In questo contesto il sistema ipertestuale è utilizzato per fornire un elenco completo di tutte le risorse informative aziendali disponibili attraverso intranet. L'individuazione delle informazioni da parte dell'utente può avvenire con l'ausilio del motore di ricerca aziendale, una componente integrata nel portale che permette di effettuare ricerche per parole chiave (keyword), informazioni di tipo "meta" (autore, data di pubblicazione, data di revisione, ecc.), classi di argomenti (categorie), ecc.. Sono previsti inoltre link a siti internet rilevanti per l'organizzazione, riguardanti business partner, competitor, clienti, motori di ricerca internet (Altavista, ecc.). Il secondo livello prevede una maggior integrazione tra le informazioni aziendali. Si parte da un'analisi tesa a individuare meccanismi e regole per la gestione delle informazioni a livello aziendale. In questo contesto vi è l'introduzione di soluzioni che riguardano in modo specifico la gestione della conoscenza, ad esempio integrazione delle diverse fonti di informazioni, sia interne all'azienda, sia esterne, in modo da fornire un supporto effettivo ai processi decisionali. L'utente dispone di meccanismi di ricerca più sofisticati, integrati ad esempio con i database aziendali e i sistemi di gestione della documentazione e ha la possibilità di visualizzare informazioni personalizzate, in base al proprio profilo. Tale profilo può essere costruito a partire sia da indicazioni fornite direttamente dall'utente, sia da elementi di conoscenza rilevati in modo automatico dal sistema (ad esempio in base alla tipologia di informazioni a cui accede con maggior frequenza). Nella definizione del profilo utente entrano in gioco

anche le problematiche relative alla sicurezza. Al secondo livello il portale diventa lo strumento principale di comunicazione all'interno dell'azienda. I contenuti di tipo "news of the day" assumono pertanto una notevole importanza: l'azienda inizia a percepire il portale come uno spazio di tipo editoriale. Per arrivare finalmente al terzo e al quarto livello in cui, superata la fase iniziale tesa a organizzare le informazioni e i servizi disponibili attraverso web, nell'ottica della condivisione della conoscenza in azienda, le imprese svilupperanno portali di tipo applicativo. Il portale assumerà la forma di un cruscotto che offrirà all'utente una visione integrata e personalizzata delle applicazioni aziendali ("tutte le applicazioni disponibili all'interno di un'unica pagina"), migliorando in tal modo l'efficacia e l'efficienza dei processi interni, che potranno essere riorganizzati in chiave e-Business. Si pensi ad esempio alla possibilità di integrare i fornitori nel proprio processo d'acquisto (e-Procurement), con un notevole vantaggio economico per l'azienda. Il portale intranet, pensato inizialmente come spazio puramente editoriale, si trasformerà pertanto in un vero e proprio ambiente applicativo di tipo transazionale. Il portale permetterà inoltre un'interazione più semplice e naturale tra i membri della comunità virtuale composta da utenti, fornitori, business partner, ecc.. In quest'ambito saranno disponibili strumenti di collaboration di tipo sia one-to-one (chat, instant messaging, condivisione delle applicazioni), sia many-to-many (chat room, ecc.). La disponibilità di nuove soluzioni orientate al "co-browsing", ad esempio Firetalk e Instant Rendezvous, permetteranno agli utenti che visitano le stesse pagine Web di "chattare", inviare messaggi istantanei e parlare tra loro. In conclusione, aumenterà il livello di complessità del sistema (tecnologie più sofisticate, strumenti per l'integrazione tra web e applicazioni aziendali, nuovi requisiti di sicurezza, ecc.), ma anche il valore per l'azienda.

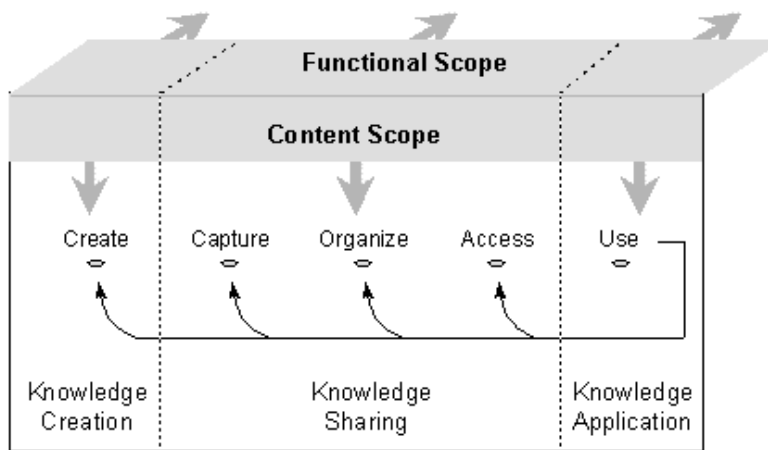


figura.1

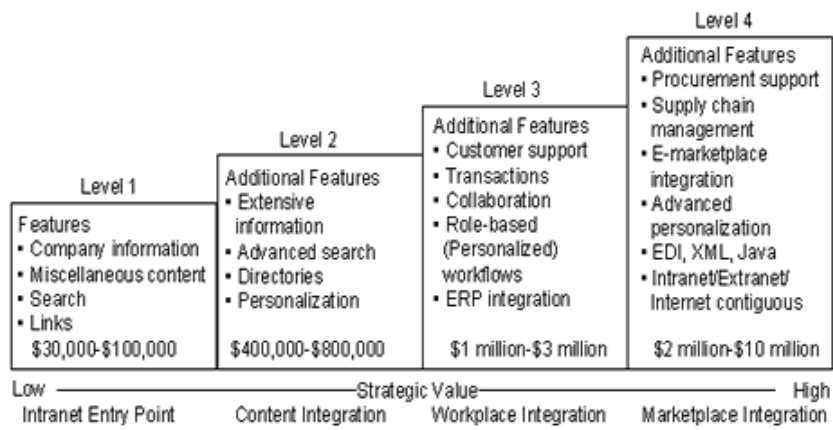


figura.2



Tecnet Dati s.r.l.
C.so Svizzera 185 -
10149 - Torino (TO), Italia
Tel.: +39 011 7718090 Fax.: +39 011 7718092
P.I. 05793500017 C.F. 09205650154
www.tecnetdati.com

