

Como dinamizar uma intranet

Por Tomé Gil, Dezembro 2002

Resumo:

Este artigo apresenta um conjunto de factos e ideias sobre a forma de dinamizar uma intranet empresarial, de forma a que se torne um elo de ligação entre todos os membros da organização, contribua para acréscimos de produtividade, redução de custos e se constitua como uma verdadeira rede de conhecimento.

As intranets empresariais constituem uma das ferramentas mais citadas pelos executivos das empresas de serviços, quando questionados sobre quais os investimentos em tecnologias de informação que a organização pretende fazer¹. No entanto, estudos recentes mostram que para uma intranet ser mais que um “jornal da empresa” é necessário que toda a organização contribua e esteja envolvida no projecto.

Entre Março e Setembro deste ano, a Escola de Gestão da Universidade de Pittsburgh em conjunto com a empresa de consultoria Prescient Digital Media, efectuou um inquérito a 275 empresas que dispõem de intranets, sobre quais os benefícios sentidos pela adopção da intranet e se consideravam o investimento feito como tendo um retorno de acordo com as expectativas.

Os resultados são de difícil interpretação. Cerca de 35% das empresas consideraram o investimento proveitoso, mas não conseguem ter uma medida de avaliação do investimento, 23% consideram o investimento proveitoso e conseguem mostrar a rentabilidade, os restantes 42% consideram que o investimento não trouxe os resultados esperados, apesar de mais de 90% dos inquiridos que responderam desta forma, afirmar que vão continuar a investir na intranet e que a causa deste relativo insucesso inicial se deveu à falta de preparação da organização.

Baseados nos resultados deste inquérito, no acompanhamento regular que efectuamos da indústria e da observação de casos, quer em clientes nossos, quer nas organizações com que regularmente lidamos, compilámos um conjunto de tópicos que, em nossa opinião, podem contribuir decisivamente para que a sua intranet cumpra, ou mesmo exceda, as expectativas associadas ao investimento.

¹ Buying Intentions for the IT industry, Gartner Group, October 2002

1. REGRA DE OURO

ENVOLVA A ORGANIZAÇÃO

Uma intranet é um elemento de ligação entre todos os membros da organização, mas tal só se torna uma realidade se todos a ela tiverem acesso, se esse acesso for fácil e se todos puderem contribuir. No lançamento da intranet procure envolver o mais possível toda a organização, discutindo os seus conteúdos com os sectores, auscultando as diferentes necessidades e tente perceber quais os conteúdos prioritários.

2. CONDIÇÕES NECESSÁRIAS

SINGLE SIGN-ON

Todos os colaboradores que lidam diariamente com o computador pessoal devem ter como home-page a página de entrada na intranet e esta deve dispensar login e password. Só assim se cria o hábito de regularmente consultar a intranet. Se é necessário digitar um endereço para aceder à intranet não consegue fixar o hábito.

CONTACTOS

Mais de 90% das organizações com mais de 100 trabalhadores confirmam que uma das áreas mais procuradas é a agenda de contactos. Se esta tiver desactualizada, incompleta ou com falhas na informação, tal provoca um descrédito muito grande à ferramenta.

NOMEIE UM RESPONSÁVEL

Como em todas as ferramentas é necessário alguém que tenha a responsabilidade pela gestão e actualização. Pelo menos na fase inicial deve ser claro para todos quem é o webmaster, quais as suas atribuições e forma de contacto (preferencialmente um email associado à intranet).

CRIE UMA FORMA DE CONTRIBUIÇÃO

Mesmo que seja um simples email, informe as pessoas que podem contribuir e que as suas contribuições são desejadas. Procure também que algumas dessas contribuições sejam efectivamente publicadas, encorajando as pessoas a desenvolverem-nas quando tal for necessário. Mas, atenção, não espere pelos contributos das pessoas para ter conteúdos. De um modo geral, o conjunto de tarefas que cada colaborador tem para fazer no seu dia-a-dia deixa-lhe pouco tempo para outras actividades.

3. O QUE DEVE EVITAR

APLICAÇÕES E LOGINS DISPERSOS

A intranet deve ser a porta de entrada para todas as aplicações ao dispor dos colaboradores. Crie para todas as aplicações uma porta de entrada a partir da intranet e tente o mais possível dispensar o colaborador de digitar o login e a password. Evite o acesso a aplicações sem passar pela intranet.

4. O QUE AJUDA

COLOCAR NA INTRANET AS COMUNICAÇÕES E INSTRUÇÕES DE SERVIÇOS

As comunicações internas, mesmo quando implicam um certo formalismo devem ser publicadas na intranet, pois este deve ser o canal por excelência para divulgar a informação na organização. É fundamental que a intranet tenha o repositório completo das comunicações e ordens de serviço internas saídas desde que existe a intranet e as mais relevantes anteriores à intranet.

5. SUGESTÕES ADICIONAIS

De entre todos os casos que recolhemos, apresentamos dois, pois ambos pertencem a empresas, em que a intranet é vista como uma ferramenta de trabalho diário.

BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)

Uma das consultoras líderes em termos mundiais, criou um sistema de incentivos para contribuições na intranet associado aos prémios de produtividade. Ou seja, parte dos prémios é atribuída função dos contributos para a intranet. Um ano após a introdução do sistema, a intranet tem cerca de 30% dos conteúdos derivados de contribuições voluntárias dos colaboradores.

SELECTIVE INSURANCE GROUP INC.

Companhia de seguros situada no estado de New Jersey com cerca de 2500 empregados. Nos primeiros seis meses de funcionamento da intranet, enviou semanalmente a todos os colaboradores uma newsletter alertando para as actualizações da intranet. No final deste período, o hábito de consulta da intranet já estava tão enraizado, que a newsletter apenas é enviada, quando se quer dar um destaque especial a uma notícia ou evento. Recentemente, a intranet foi expandida à rede de agentes (tornou-se também uma extranet) com assinalável sucesso em termos de redução de custos e dinamização das vendas.

Fim do artigo