

Collaborazione più efficiente e produttiva con il Social Software

IBM



Un caloroso benvenuto in Podcast dove si parlerà dell'IBM Software Brand Lotus. Partecipa alla discussione Urs Schollenberger, IMT Alps Brand Sales Leader. L'intervista sarà condotta da Christian Achermann.

Christian Achermann: Urs, puoi darci alcuni dati sulla tua persona e sulla tua funzione in IBM?

Urs Schollenberger: Ho un background in business administration. Ho iniziato il mio percorso lavorativo con un apprendistato in banca per passare poi alla Eastman Kodak nel reparto marketing e vendite. Dopo 2 anni di esperienza come product manager nel settore del digitale presso la Danka Imaging Service a Losanna, sono arrivato in IBM nel 1999 come Software Account Manager nel settore Public and Communication. Oggi viene definito Coverage Sales Representative. Ho ricoperto questa funzione per tre anni ed ho avuto poi la possibilità di accettare un'offerta presso la Software Pricing Europe a Parigi dove in qualità di Program Manager ero responsabile per tutta l'Europa. Nel 2006 sono diventato Sales Manager per i team Lotus e PLM qui in Svizzera e dal 1° gennaio 2009 sono a capo dello stesso settore anche in Austria.

Christian Achermann: In quali settori viene supportata da Lotus l'attività imprenditoriale?

Urs Schollenberger: Lotus si concentra sul settore della collaborazione e della comunicazione. La missione è molto chiara: "Empowering people to be more effective, responsive and innovative in the context of the work they do". Il collaboratore, insieme all'utente finale ed al suo patrimonio di conoscenze, rappresentano i componenti centrali del software e degli strumenti che noi mettiamo a disposizione del personale. La comunicazione e la collaborazione promuovono lo scambio di conoscenze tra il personale e gli utenti di questi strumenti.

Christian Achermann: Puoi farmi una panoramica sulle funzioni principali dell'IBM Lotus Software?

Urs Schollenberger: Le funzioni principali si dividono in cinque gruppi generali:

- o La famosa funzione di messaging e-mail
- o La chat, dove viene utilizzato Lotus Sametime per la comunicazione in tempo reale
- o Document Sharing, per lo scambio di documenti all'interno del team
- o Novità: la messa in rete di 'expertise' tramite piattaforme conosciute come Facebook, LinkedIn o Xing, conosciute come Social Software nel settore

dei beni di consumo. Inoltre, l'accesso ad un Single Point of Access, ossia tramite una versione a portale, la quale offre l'accesso a singoli strumenti, informazioni e componenti informativi presenti in azienda.

Christian Achermann: Il Collaboration Software accelera le innovazioni. Puoi commentare questa affermazione, in considerazione del significato sempre maggiore dell'information sharing?

Urs Schollenberger: In base a degli studi, il 5% del sapere aziendale è disponibile in forma di dati strutturati ed il 15% in forma di dati non strutturati. Ciò significa che l'80% dei dati aziendali vanno ricercati nelle menti dei collaboratori. Si pone quindi la domanda su come sia possibile accedere e sfruttare questo sapere. Per avere accesso a questa fonte conoscitiva, abbiamo bisogno di una piattaforma dotata di tecnologie idonee. Non si tratta in questo caso di Knowledge Management, il cui obiettivo è di documentare la conoscenza. Ciò che è più importante, è riuscire ad ottenere una visione generale del collaboratore e delle sue conoscenze specifiche. Si parla in tal caso di Tagging, ossia di "indicizzazione" dei vari collaboratori. Si tratta quindi di capire quale persona può darci le informazioni giuste al momento giusto. Se riusciamo a collegare la piattaforma e la tecnologia necessaria con la cultura aziendale idonea, possiamo gestire le persone giuste al momento giusto superando le barriere organizzative e promuovere quindi la realizzazione di innovazioni.

Christian Achermann: Quali trend di mercato sono cruciali per l'ulteriore sviluppo dell'IBM Lotus Software?

Urs Schollenberger: Il mercato del messaging e della collaborazione è saturo e viene gestito fondamentalmente da due operatori in duopolio, Microsoft ed IBM. La comunicazione in tempo reale di Sametime dispone di un'ampia base d'implementazione e viene fortemente utilizzata. Grazie alla nuova tecnologia a banda larga VoIP verrà ulteriormente implementata, laddove la comunicazione in tempo reale si intreccia con la telefonia.

Uno dei trend principali si ritrova sicuramente nella nuova tecnologia Web 2.0, che sta diventando sempre più presente nelle aziende. Si tratta di "Leverage the Knowledge of your Employees". Il trend non verrà promosso solo tramite la tecnologia, ma anche tramite le nuove generazioni le quali lavorano in modo estremamente diverso rispetto alla generazione in cui si usavano le macchine a scrivere. Le nuove generazioni vengono definite anche come "the digital natives". Il loro metodo lavorativo è sensibilmente diverso rispetto a quello dei loro predecessori.

Inoltre, esiste anche un trend in direzione del Software As A Service. Ad esempio, il Pay As You Go è molto di tendenza. Determinate tecnologie sono diventate oggi commodities e molte aziende non le vogliono più gestirle autonomamente, quanto utilizzarle come Software Service.

Christian Achermann: Grazie mille per le tue interessanti ed esaurienti informazioni.



© Copyright IBM Corporation 2008 Tutti i diritti riservati

IBM ed il logo IBM sono marchi o marchi depositati di International Business Machines Corporation negli Stati Uniti e/o in altri Paesi. Si riconoscono marche ed altre aziende/costruttori. Le condizioni contrattuali ed i prezzi sono reperibili presso le filiali IBM ed i Business Partner IBM. Le informazioni di prodotto riproducono lo stato attuale. Oggetto ed entità delle prestazioni si definiscono esclusivamente secondo i rispettivi contratti. La presente pubblicazione vale esclusivamente come informativa generale.