Sotsiaalvõrgud sisemiste suhete korraldamises

16 aastat tagasi - 28.12.2009 Autor: Jaan Vare

(Arvutimaailm 11/09)

Kuni üsna viimase ajani oli levinud arusaam, et sotsiaalvõrgustikud on teismeliste pärusmaa, kuhu ontlikel täiskasvanutel pole mõtet ega vajadust tükkida. Tegelik praktika ja statistika väidab aga hoopis midagi muud – sotsiaalsed võrgud on olulised nii täisealistele kui ettevõtetele.

Kuigi räägitakse uutest kogukondadest ja huvirühmadest, mis sotsiaalvõrgustikes suhtlevad, on need võrgud ainult vahend suhtlemiseks – suhtlus ise on suures osas samaks jäänud. Ka kommunikatsioon ettevõtetes jaguneb sõltumata kasutatavatest vahenditest laias laastus kaheks: sisemiseks ja välimiseks.

Sisekommunikatsioonis, nagu ka edukas väljapoole suunatud kommunikatsioonis, on alati olnud oluline info mitmesuunaline liikumine. Edumeelsemad ettevõtted kasutavad kõikvõimalikke sotsiaalvõrke, kus (oskuslikul tegutsemisel) olulist infot hakkavad edastama nn sõltumatud kasutajad. Sisekommunikatsioonis on sotsiaalsete tööriistade kasutamine aga veel lapsekingades. Põhjuseid on mitu: sageli ei nähta vajadust uute lahenduste järgi; juurutamist peetakse keeruliseks; ajakulu tundub suurem kui võimalik resultaat; reaalsed tegevused tunduvat olevat piisavad.

Vajadus organiseeritud sisekommunikatsiooni järele on igas ettevõttes – ka väikestes paari töötajaga firmades –, sest edu võtmetegurid - info kättesaadavus ning motivatsioon - toetuvad just sisemisele kommunikatsioonile.
Tahtmata kahandada reaalsete tegevuste olulisust, viitan paarile olulisemale virtuaalsele võimalusele.

Wikid, blogid ja küsitlused
Iga uue töötaja liitumisel seisab ettevõtte silmitsi probleemiga, kuidas võimalikult kiiresti ja kompaktselt kogu tööks vajalik info uuele inimesele anda, kusjuures olemasolevad töötajad ei tohiks oma niigi vähest aega sellele kulutada. Sisemiseks kasutuseks mõeldud wiki on parim lahendus, sest see on kergesti kasutatav, otsitav ja täiendatav. Wiki, mis sobib kõige paremini üldise info kogumiseks ja täiendamiseks, on ka hea võimalus viia uus töötaja kurssi firmasisese kõnepruugiga, st kõikvõimalike akronüümide, lühendite ja slängiga.

Erinevalt levinud arvamusest, et blogide mõte on info jagamine väljapoole firmat (klientidele, partneritele), kasutatakse ajaveebi sisekommunikatsioonis üllatavalt sageli. Eesmärk on sarnane: info jagamine vabas vormis. Algust võiks teha personaliosakond, kes on kursis aktuaalsete teemadega.

Küsitlus on üks lihtsamaid võimalusi töötajate kaasamiseks. Isegi sellistel juhtudel, kui otsused on varem langetatud, on kasulik uurida töötajate meelsust – ühest küljest aitab see ette valmistada teed saabuvale otsusele, teisalt suurendab demokraatiat. Kuigi küsitluste läbiviimine on väga lihtne, ei tohiks sellega liiale minna ja uurida iga tühisemagi otsuse puhul saja töötaja arvamust.

Kokkupanek ja platvorm
Sidudes need tööriistad omavahel üheks tervikuks, tekib firmasisene sotsiaalvõrgustik, mis liidab omavahel ka need töötajad, kes jõulupeol nukralt nurgas istuvad. Märgatavalt paraneb info liikumine ja kasvab motivatsioon.

Nagu paljude IT-lahenduste puhul, nii on ka sisekommunikatsioonis kasutatavate tehnoloogiliste tööriistade eduka rakendamise taga juhtkonna soov – antud juhul olla avatud ning osaleda töötajate suhtlemises. See, millisele platvormile ehitatakse Wiki või blogi, kuidas neid täiendatakse ja turvatakse võõraste eest, on tehniline küsimus, mille kallale saab asuda alles pärast põhimõttelise otsuse langetamist. Väiksema eelarvega ettevõttel on võimalik kasutada ka avalike sotsiaalvõrkude kinniseid gruppe, kuid soovitav on siiski firma siseinfo hoida oma siseveebis.

JAAN VARE
Vare & Jaakkola OÜ

- Tegijad