

# Jak na intranet nové generace?

Petr Ulrich, Qbizm technologies, a.s.

**Problematika firemních intranetů a portálů získává na důležitosti a její zvládnutí se stává kompetitivní výhodou. Po dětských krocích s intranety „v1.0“ a bezhlavém nasazování portálových technologií začíná u již poučených uživatelů vznikat opravdová potřeba nové generace řešení. Tento krok by měl znamenat zejména kvalitativní posun od technologie k lidem. Měl by tvořit předěl mezi intranety co by technickými nástroji z dílen „počítačnicků“ a neustále aktuální studnici vědomostí, která je plně podřízena potřebám managementu a hlavně běžným uživatelům.**

Řada firem má jen základní představu, co vše by jim řešení intranetového portálu mohlo přinést. Tuší, že je to dobrá a prospěšná věc, ale hodně záleží na tom, jak jej postavit a hlavně jak jej uvést v život, aby se investice vrátila. Podobně jako u stavby mostu se ani tady nevyplatí skončit na půli cesty.

Existují firmy jejichž srdcem je právě intranetový portál a které si bez něj již svou činnost ani nedovedou představit. U těch ostatních bych stávající snažení přirovnal spíše ke korkové nástěnce na chodbě. Někdo si ji stloukl sám doma na koleně a jiný k ní použil materiály z kosmického výzkumu. Pořád je to ale jen pasivní korková nástěnka systému vytiskni, vystřihni a připíchni. Jak všichni víme, tak osudem takových nástěnek je, že nám většinou ještě v létě připomínají aktuality z loňských Vánoc a rozhodně se nedá mluvit o důvěryhodném zdroji aktuálních informací.

Uživatelé ale potřebují kvalitní nástroj, na který se mohou kdykoliv s důvěrou obrátit pro získání nejaktuálnějších informací. Jakousi podnikovou studnici vědění a základní pracovní prostředí, které se neustále rozvíjí a zlepšuje dle potřeb uživatelů a organizace. Můžeme tedy říci, že dnešní intranetové portály pokrývají jen základní potřeby, jejich potenciál je však mnohem vyšší. Problém zde již není v technologiích, ty existují a jsou standardizovány, ale ve způsobu jejich nasazení.

Implementace intranetového portálu tak, aby se stal kompetitivní výhodou je komplexní problém, zahrnující činnosti ze strategie, designu, obsahu, interního marketingu a technologie. To si již vyžaduje kvalitní metodiku a zodpovědný přístup ke strategickému úkolu, kterým intranet beze sporu je.

Jakákoliv snaha o kompetitivní výhodu je vysoce strategickou věcí, která vyžaduje silný manažerský sponzorship. Intranetový portál není výjimkou. Je to klíčové rozhodnutí a krok za krokem uplatňovaná priorita top managementu.

Důležité je uvědomit si proč a pro koho intranetový portál děláme. Jaký je cíl a co nám přinese. Je to cvičení ve firemní kultuře podpořené vyspělými a promyšleně aplikovanými technologiemi s možností dalšího růstu. Jednotná obrazovka firemního portálu se stává neodmyslitelným průvodcem zaměstnance již od první hodiny jeho nástupu do nového zaměstnání.

Cílem organizace je dosáhnout alchymistické substance „neviditelného intranetu“, kdy intranet pro své uživatele není překážkou, ale orákulem v rukou managementu. Tento stav nazýváme

portálem nové generace, která se od té předchozí kromě technologického základu liší hlavně důraznou orientací na lidi, jeho uživatele a vytyčené cíle.

Z technologického hlediska již není nová generace portálů postavena na „dětských hračkách“, ale na otevřených a škálovatelných podnikových standardech, které umožňují snadnější integraci s firemní infrastrukturou (např. SSO, informační systémy, speciální aplikace, DMS, workflow a procesy, týmová spolupráce apod.) a další rozšiřování v plnohodnotné Enterprise Content Management (ECM) řešení.

Intranetový portál nové generace není jen jednou z řady různých aplikací tvořících podnikový informační systém, ale je to pro uživatele ten hlavní informační systém, za nímž jsou díky „bezešvé“ integraci teprve ukryty ostatní aplikace a data. Je to intuitivně ovladatelné okno do všech relevantních informačních systémů a zdrojů ať již v rámci firmy nebo mimo ni.

Nová generace intranetových portálů se neliší jen v použité technologii a architektuře, která umožňuje informacím volný pohyb v rámci organizace aniž by je bylo nutno na jiném místě opakovaně zadávat, jako je tomu u již zmíněné korkové nástěnky. Obsah intranetového portálu nové generace je tak plněn sám od sebe a jakákoliv informace mimo něj, např. vytištěná směrnice, se tak již stává starou a tudíž i nedůvěryhodnou.

Hlavní a tou nejdůležitější změnou oproti „intranetům v1.0“ je však striktní uplatňování zásady „od technologie k lidem“. V souvislosti s intranetovými portály se čím dál více začínají prosazovat pojmy jako informační architektura, ergonomie a disciplína zvaná *interaction design*, která se zabývá interakcí mezi člověkem a nástrojem.

S uplatňováním těchto principů byly vyvinuty i speciální metodiky pro realizaci intranetových projektů, ve kterých samotná technická část řešení zabírá jen menší část projektu. Tím nechci říct, že by snad na technologii a její aplikaci nezáleželo. Důraz je však kladen na analýzu a interní marketing toho, jak učinit systém pro uživatele nepostradatelným, oblíbeným a jak skutečně dosáhnout konkurenční výhody.

Za posledních šest let jsme u svých projektů na základě získané zkušenosti a díky těmto principům změnili dosavadní postup vedení intranetových projektů, čímž se nám podařilo do projektu lépe zaangažovat budoucí uživatele a snížit tak rizikovitost jejich zavedení.

Budoucnost podnikových intranetů tak spočívá v dokonalé integraci všech relevantních zdrojů a přeorientování priorit z technologií na lidi, kterým slouží.

## 10 slov pro úspěšný intranet

- ▶ Inovativní
- ▶ Důvěryhodný
- ▶ Produktivní
- ▶ Užitečný
- ▶ „Vlezlý“
- ▶ Použitelný
- ▶ Nezbytný
- ▶ Podporující spolupráci
- ▶ Logický
- ▶ Strategický