

Podnikové sociální sítě

Prostřednictvím e-mailů, IM zpráv, webinářů a konferenčních hovorů vzniká obrovské množství informací, které jsou decentralizované, jen těžko sledovatelné a značná část z nich se nakonec ztratí. Kromě toho do podniků přichází generace mladých lidí, kteří jsou zvyklí komunikovat prostřednictvím sociálních sítí a podnikové procesy postavené na tradiční komunikaci se jim zdají těžkopádné a neefektivní.

MONIKA VITÁSKOVÁ

Podle průzkumu institutu McKinsey Global stráví průměrný zaměstnanec zhruba 28 % svého pracovního týdne správou své elektronické pošty a téměř 20 procent hledáním interních informací či kolegů, kteří by mu mohli pomoci se specifickým úkolem. Ve sféře podnikových systémů chybí prostředí typu současných sociálních sítí, které by pomohlo dodávat pracovníkům relevantní data, propojovat kolegy na základě stejných zodpovědností a redukovat závislost na méně efektivních procesech postavených na e-mailech.

Nestrukturovaná data

Dnes se mezi jednotlivými podnikovými procesy nacházejí mezery. Klasickým příkladem organizací, jejichž podnikání je založeno na procesech obsahujících strukturované a nestrukturované prvky, jsou výrobní společnosti. Pod strukturovaným prvkem je možné si například představit vytvoření nákupní objednávky, vystavení faktury či vytvoření kusovníku. Tyto části procesů jsou strukturovány na základě technologie, která vytváří a vystavuje tyto dokumenty a dále je ukládá a klasifikuje tak, aby byly připravené k analýze a dalšímu zpracování.

Nestrukturovanou částí procesu může být například schválení objednávky či faktury. Nestrukturovaná data vznikají v podnicích většinou v případě interakce mezi lidmi. A díky zákonům schválnosti se důležitá rozhodnutí dějí především prostřednictvím nestrukturovaných procesních částí, které je velmi těžké sledovat či zaznamenat pro pozdější dohledávání. Tak vznikají mezi procesy mezery, jejichž zacelování bývá velmi drahé.

Zastaralé ERP systémy

Procesy jsou ale pouze jednou částí problému, dalším jsou existující ERP systémy v podnicích. Velmi často jde o software zastaralý, pomalý, nedostatečně integrovaný a vyžadující během let významné modifikace. Navíc uživatelské prostředí těchto aplikací je těžkopádné a z hlediska estetického šedivé a neatraktivní.

Naopak běžný spotřebitelský software udělal v posledních letech v čele s technologiemi Apple, Facebook, Twitter a Google obrovský skok dopředu. Software pro běžné uživatele nastavil vysoký standard a očekávání jak doma, tak v práci.

Existuje mnoho důvodů, proč v oblasti podnikového softwaru doposud nenastala revoluce podobná tomu, čím prošly spotřebitelské aplikace. Mnoho výrobních společností investovalo velké finanční prostředky do svého podnikového softwaru a v prostředí omezených výdajů jsou omezitelné, než aby kompletně vyhodily svůj systém a nahradily nějakým novým. Drahá a složitá integrace typu point-to-point, jejímž cílem je vzájemně propojit aplikace s využitím middlewaru, situaci spíše zhoršuje. Nižší rozpočty na IT pak nutí firmy provozovat podnikový software, který je spíše „vyhovující“ než „optimalizovaný“.

Řešením je XML architektura

Rigidně svázané aplikace, které nelze upgradovat bez toho, že zhroutí navazující systémy, jsou současnou realitou. Jednou z cest, jak z toho ven, je volně svázaná architektura využívající aplikace postavené na XML, které jednoduše generují a přijímají obchodní dokumenty postavené na XML. Díky tomu se jakékoliv upgradování stává mnohem jednodušší a navíc umožňuje vybudovat sociální softwarovou nadstavbu, která slučuje informace přicházející ze všech systémů do jednotného prostředí.

To zlepšuje navigaci, urychluje přístup k informacím, zefektivňuje komunikaci a zvyšuje produktivitu. Umožňuje například vytvořit aplikace ve stylu Twitteru, dovolující uživatelům sledovat konverzace, které jsou důležité pro jejich role. Například obchodník si může zvolit požadavek, aby systém generoval tweet pokaždé, když se objeví transakce důležitého zákazníka, informace o plánovaném spuštění výroby, při pohybu skladových zásob, doručení dodávky zákazníkovi či generování faktur. Tyto informace pak urychlují a z kvalitnější rozhodovací procesy. A konečně – všechny tweety a konverzace včetně např. všech schválení jsou později dohledatelné.

Důležitým trendem je zvyšující se mobilita pracovníků. Pro ně je přístup k informacím kri-

tickou záležitostí a nastavit zaslání upozornění na jejich chytré telefony či tablety je na sociální podnikové platformě velmi jednoduché. Mobilní zařízení jsou často využívána například v oblasti údržby, kde velmi zjednodušují administrativní procesy.

Příklad z výroby

Ukažme si, jak funguje sociální podnikový software. Manažer prodeje automobilového subdávatele dostane urgentní objednávku na dodávku kotoučových brzd.

Vloží ji do sociální nadstavby ERP systému a obdrží upozornění, že objednávka nemůže být vyřízena v termínu požadovaném zákazníkem. Funkcionalita business intelligence softwaru zároveň manažerovi sdělí, že zákazník patří mezi tři nejdůležitější odběratele.

Sociální softwarová nadstavba slučuje informace z více aplikací do jedné platformy, a tak má manažer zodpovědný za prodej k dispozici náhled výrobního rozvrhu a vidí, že za zpožděním stojí údržbové práce. Nezná sice člověka, který je v podniku zodpovědný za plánování výroby, ale sdílí svou nákupní objednávku prostřednictvím krátké zprávy (tweetu) s výrobní skupinou.



Sociální platforma ví, kdo je v podniku zodpovědný za plánování výroby, a tak může poslat výrobnímu manažerovi feed. Ten vidí, že údržba je pouze preventivní a že se může uskutečnit kdykoliv jindy. Pošle zpět upozornění pro manažera prodeje, který může uvědomit svého zákazníka, že objednávka bude vyřízena v požadovaném termínu.

Pokud by taková komunikace probíhala pouze pomocí e-mailů, pravděpodobně by ke splnění objednávky vůbec nedošlo nebo by byla potvrzena příliš pozdě. A to není v průmyslu, natož v automobilovém, nejlepší vizitka. ■

Autorka působí jako channel managerka ve společnosti Infor Czech



Zaujal vás tento příspěvek?
Čtěte související články s příbuznou
tematikou on-line.