

Il Knowledge Management come abilitatore del cambio di paradigma (Simona Cerca, Knowledge Management Manager LCA)

Il Covid-19 ha costretto le organizzazioni a un cambio totale e veloce di paradigma nel modo di lavorare, a passare dal lavoro in ufficio allo smart working. Come può il KM supportare l'organizzazione in una tale urgenza?

Fino a qualche settimana fa le sfide da affrontare nei prossimi anni in tutte le organizzazioni, grandi o piccole, pubbliche o private, profit o no profit sembravano essere i cambi di paradigma dovuti alle evoluzioni del mercato, ai nuovi modelli di business, alle operazioni di M&A e principalmente alla Digital Transformation. Nessuno poteva prevedere che una pandemia globale avrebbe sconvolto le vite dell'umanità intera e l'economia di tutto il mondo.

Il Knowledge Management ha molto da offrire alle organizzazioni durante i periodi di cambiamento rapido coniugando l'innovazione a metodologie di gestione più classiche; **supporta le persone a connettersi e collaborare superando le barriere interne, a lavorare in modo più produttivo ed efficace, a sfruttare tutte le informazioni interne e provenienti dal mercato per sviluppare soluzioni innovative.**

In questa situazione di emergenza mondiale, vi proponiamo alcuni utili suggerimenti che il team di KM può seguire per aiutare le vostre organizzazioni ad affrontare la sfida del Covid-19:

1. Rimodulare la strategia allineandosi con la situazione attuale

In un periodo di crisi i team di KM devono rapidamente adattarsi alle nuove esigenze immediate dell'organizzazione rimodulando e, a volte abbandonando temporaneamente, la strategia di lungo periodo definita in precedenza.

Occorre ragionare sul come soddisfare le esigenze immediate dell'organizzazione.

In particolare i **team di KM devono monitorare le criticità emergenti e comprendere quali tra i propri strumenti possono essere di supporto.** Alcune azioni da mettere in campo rapidamente in relazione alla vostra organizzazione possono essere:

- **supportare** le altre funzioni aziendali che hanno bisogno di collaborare online e di effettuare meeting virtuali tramite le piattaforme già presenti in azienda
- **verificare** che le piattaforme a disposizione siano sufficientemente agili in questo momento per sostenere l'organizzazione
- **ricordare** ai colleghi come usare i tool e i database per ricercare i contenuti necessari a svolgere il proprio lavoro e trovare gli esperti in materia
- **incoraggiare** le persone a fare le domande e a rispondere nelle community e nelle chat aziendali

2. Pubblicizzare gli strumenti di KM

Il KM propone un'ampia varietà di strumenti, di approcci e di iniziative. In questo momento di crisi alcuni di questi strumenti possono rivelarsi più utili rispetto ad altri.

Ad esempio le soluzioni che bene si prestano ad affrontare questo momento sono le **communities of practice, l'uso dei social aziendali e gli strumenti di ricerca.**

I team di KM devono inviare comunicazioni a tutti i membri dell'organizzazione per rammentare come e perché utilizzare queste risorse. Alcuni suggerimenti sono:

- **Ricordare l'esistenza degli strumenti di ricerca interni e dei content management aziendali.** Se non si trovano le risposte alle domande proporre l'utilizzo delle chat nelle community così che i contenuti possano essere visti anche dagli altri membri e riutilizzati in caso di bisogno. Potenziate l'uso delle vostre piattaforme social interne garantendo a tutti di poter facilmente accedere alla conoscenza delle vostre organizzazioni.
- **Avvertire gli esperti interni** che potrebbero ricevere molte più domande del solito e di rendersi disponibili. Spiegate loro che in questa fase è più che mai necessario rispondere alle domande provenienti dall'interno ed essere disponibili sui social aziendali. Occorre garantire che i loro contenuti siano facilmente accessibili e aggiornati. Il KM fornirà tutto il supporto di cui hanno bisogno.
- **Organizzare delle sessioni di training** per insegnare ai colleghi a usare gli strumenti già presenti in azienda che siano le banche dati a cui siete abbonati, le chat o il vostro content management. A volte si dà per scontato che tutti sappiano utilizzare i tool aziendali, ma non sempre è così. E' importante creare delle guide o meglio ancora dei webinar su richiesta a supporto delle ricerche soprattutto a favore dei più giovani.

3. Puntare sulla formazione!

Mai come ora **la formazione si rivela uno degli strumenti di KM più efficaci.** La formazione, tutta in modalità online sotto forma di **webinar, e-learning, podcast, su temi verticali, ma soprattutto sui soft skill, deve aiutare l'organizzazione con una doppia finalità:** da una parte fornire nuove competenze e conoscenze, dall'altra far sentire i colleghi come parte della comunità aziendale. Proponete ogni settimana webinar interni in cui ciascun team e lo staff si raccontano. Questa modalità di comunicare unisce le persone di un'organizzazione e le allinea sulle attività *in fieri*. Inoltre potete lanciare iniziative di Wellbeing e Mental Health particolarmente efficaci in questo frangente coinvolgendo coach e psicologi in un articolato programma di formazione.

4. Continuare a Comunicare!

La **comunicazione interna** ha un ruolo di primo piano in un momento di **cambio totale di paradigma** e di crisi; in un momento in cui i colleghi s'incontrano virtualmente e non più in ufficio

o nelle aree break le comunicazioni del management sono fondamentali per **tenere uniti i team** e **per allineare tutti sulle strategie** che si stanno mettendo in campo. Una buona idea è organizzare caffè o appuntamenti virtuali con lo staff e i collaboratori per pianificare il lavoro, per trovare nuove idee e spunti di **riflessione su come svolgere al meglio le attività e raggiungere gli obiettivi di business. Ma anche solo per tenersi in contatto.**

E soprattutto ricordarsi che questo potrebbe essere un buon momento per **consolidare il patrimonio delle conoscenze aziendali**: raccogliere gli articoli, i template, le presentazioni e tutti i contenuti che l'organizzazione ha depositato su qualche scrivania, costruendo così il patrimonio di Knowledge Management utile per ripartire.

simona.cerca@lcalex.it