



## Η τεχνολογία έχει μεταμορφώσει τον τρόπο εργασίας μας



δίκτυα και ανταλλάσσουμε πληροφορίες. Τα κοινωνικά δίκτυα αναπτύχθηκαν θεαματικά, οι άνθρωποι τα χρησιμοποιούν παντού, ακόμη και στο χώρο εργασίας, κι αυτό ανησυχεί τις επιχειρήσεις. Ποιες είναι οι ανησυχίες αυτές και πόσο ρεαλιστικές είναι;

### Μειονεκτήματα και πλεονεκτήματα

Ενώ σε πρόσφατη έρευνα υπολογίζεται ότι το social networking κοστίζει - λόγω μείωσης της παραγωγικότητας - στις επιχειρήσεις του Ηνωμένου Βασιλείου £1,38 δις ετησίως, δεν είναι σαφές πόσο σοβαρό ή διαδεδομένο είναι το πρόβλημα στην πραγματικότητα. Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της Manpower, με τη συμμετοχή περίπου 34.400 εργαζομένων παγκοσμίως, διαπιστώθηκε ότι μόνο το 20% των εταιρειών διαθέτουν επίσημες πολιτικές σχετικές με τη χρήση των social media, και το 63% αυτών αναφέρει, ότι η πολιτική που εφαρμόζουν βοηθάει στην αποφυγή της μείωσης της παραγωγικότητας. Όπως και με το Web surfing, δεν υπάρχουν πολλά πράγματα που μπορεί να κάνει μία εταιρεία για να περιορίσει τη χρήση του Facebook ή του Ning. Εάν απαγορεύσει εντελώς την πρόσβαση, οι εργαζόμενοι απλώς θα μπαίνουν σε αυτά χρησιμοποιώντας το προσωπικό τους iPhone ή BlackBerry.

Καθώς η δημοτικότητα του social networking αυξάνεται, οι εργαζόμενοι, ιδιαίτερα οι νεότεροι σε ηλικία, θα δυσκολεύονται να αντιληφθούν τη διαφορά μεταξύ της επαγγελματικής και της προσωπικής χρήσης των social media, επαναπροσδιορίζοντας το ίδιο το νόημα

Η τεχνολογία έχει μεταμορφώσει τον τρόπο εργασίας μας. Τρόπος να γυρίσουμε στην προ social media εποχή δεν υπάρχει

της εργασίας. Οι εργοδότες καθούνται να αντιμετωπίσουν αυτό το ζήτημα, χρησιμοποιώντας τα ίδια τα social media με τρόπο τέτοιο που θα βοηθήσει τους εργαζομένους να επιτύχουν την κατάλληλη ισορροπία. Η έρευνα της Manpower αποκαλύπτει ότι μόνο 1 στις 5 επιχειρήσεις έχει θεσπίσει επίσημη πολιτική για τη χρήση εξωτερικών κοινωνικών δικτύων από τους εργαζομένους, με βασικό

στόχο να αποτρέψει τη μείωση της παραγωγικότητας.

Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις δεν θα πρέπει να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν συγκεκριμένες κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη χρήση και την κατάχρηση της κοινωνικής δικτύωσης. Με τη διαφορά ότι αυτές οι κατευθυντήριες γραμμές δεν θα πρέπει να δίνουν έμφαση στον έλεγχο της συμπεριφοράς των εργαζομένων όσον αφορά την κοινωνική δικτύωση, αλλά στον προσανατολισμό της χρήσης προς θετικές, δημιουργικές κατευθύνσεις, υπέρ των οργανισμών και των εργαζομένων. Τρόπος να γυρίσουμε στην προ social media εποχή δεν υπάρχει. Μπορούμε όμως να αναδείξουμε την προστιθέμενη αξία τους για τους οργανισμούς και να προωθήσουμε την αποτελεσματική τους χρήση. Το 2008 η Virgin Atlantic απέλυσε 13 ιπτάμενους συνοδούς που δημοσίευσαν τις πραγματικές τους σκέψεις για την εταιρεία στο Facebook. Τέτοια περιστατικά είναι ολοένα πιο συχνά.

Ωστόσο, η έρευνα της Manpower δείχνει ότι μόνο το 4% των εργαζομένων παγκοσμίως θεωρούν ότι η φήμη τους έχει επηρεαστεί αρνητικά από τη χρήση των social media από τους εργαζομένους τους. Παρά τα σποραδικά περιστατικά που λαμβάνουν μεγάλη δημοσιότητα, η



σεων και διοργανώστε ένα διαγωνισμό για τις καλύτερες νέες ιδέες. Αξιοποιήστε τους ειδικούς. Ενθαρρύνετε εκείνους που χρησιμοποιούν τακτικά τα social media στη δουλειά να συζητούν με τους υπόλοιπους εργαζομένους για τη χρήση τους. Αφήστε τους εργαζομένους να “αναλάβουν” τη διακυβέρνηση. Το θεμέλιο κάθε υγιούς κοινωνικού δικτύου είναι η ύπαρξη μίας “δεμένης” κοινότητας. Φροντίστε οι πρακτικές που αναφέρονται στα social media να ευθυγραμμίζονται με τον γενικό κώδικα δεοντολογίας της επιχείρησής σας.

Πρόκειται για μία οργανωτική αλλαγή που απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό και διαχείριση. Κάθε τεχνολογική αλλαγή συνοδεύεται, έστω και αργοπορημένα, από αλλαγές στην εταιρική κουλτούρα, καθώς οι οργανισμοί προσαρμόζονται σε νέους τρόπους εργασίας και επαναπροσδιορίζουν την ίδια την έννοια της εργασίας. Η Manpower συστήνει στις επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες διασύνδεσης που προσφέρει το social networking για να αντιμετωπίσουν κρίσιμα ζητήματα, όπως της παραγωγικότητας, της συνεργασίας και της καινοτομίας. Το social networking μπορεί να δώσει πραγματική ώθηση στην παραγωγικότητα. Σύμφωνα με την εταιρεία δημοσίων σχέσεων Burson-Marsteller, πάνω από τις μισές εταιρείες της λίστας Fortune 100 διατηρούν λογαριασμό στο Twitter, κι από αυτές τα δύο τρίτα τον χρησιμοποιούν για λειτουργίες που ενισχύουν την παραγωγικότητα, όπως η εξυπηρέτηση πελατών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η εταιρεία λιανικής πώλησης ηλεκτρονικών ειδών Best Buy, η οποία δημιούργησε το Twelforce, μία ομάδα υπαλλήλων από το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών που απαντούν σε ερωτήσεις πελατών μέσω Twitter. Το σύστημα δεν είναι τέλει και πολλοί το

Το 75% των επιχειρήσεων διεθνώς δεν διαθέτουν επίσημη πολιτική για τη χρήση ιστοχώρων κοινωνικής δικτύωσης σε ώρα εργασίας. Στην Ελλάδα το ποσοστό αυτό ανέρχεται στο 86%

έχουν επικρίνει ως ακόμη ένα μέσο αυτο-προβολής. Υπάρχουν όμως κι αυτοί που ισχυρίζονται ότι πράγματι έχει βοηθήσει το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών να προσφέρει πιο αποτελεσματική βοήθεια στους πελάτες.

Ο κόσμος της εργασίας έχει ήδη αλλάξει σημαντικά από την αυξανόμενη ανάγκη συνεργασίας και την πληθώρα των τεχνολογιών που προάγουν την ομαδική εργασία. Περισσότερο από το 91% των εταιρειών που συμμετείχαν σε έρευνα της Palo Alto Networks, το 2009, χρησιμοποιούν κάποιο είδος εταιρικής πλατφόρμας συνεργασίας. “Τα κοινωνικά δίκτυα θα γίνουν το νέο σύστημα λειτουργίας των επιχειρήσεων”, λέει ο Don Tapscott, συγγραφέας του Grown Up Digital (McGraw-Hill, 2008). Όπως σημειώνει, η νεότερη γενιά, η οποία σύντομα θα αποτελεί μεγάλο ποσοστό του ανθρώπινου δυναμικού, είναι αποφασισμένη να χρησιμοποιεί τα social media, όπου κι αν βρίσκεται και θα απαιτεί αυτά τα εργαλεία προκειμένου να εργαστεί. Πώς θα είναι ο τέλειος κόσμος για πολλούς νέους εργαζομένους; “Αντί για περιγραφές θέσεων εργασίας ορίστε εργασιακούς στόχους και δώστε τους τα εργαλεία, την ευελιξία και

την καθοδήγηση για να τους επιτύχουν”. Η Capgemini, εταιρεία συμβούλων και υπηρεσιών πληροφορικής, ξεκίνησε ένα φιλόδοξο έργο που μέσω blogs και wikis στοχεύει να διασυνδέσει τους 90.000 υπαλλήλους της.

Η άνοδος των social media έρχεται να ενισχύσει αυτές τις προσπάθειες “ανοικτής καινοτομίας”, επιτρέποντας στις εταιρείες να αναπτύξουν κανάλια επικοινωνίας με πελάτες, ακαδημαϊκούς και ειδικούς, τους οποίους πριν δεν μπορούσαν να προσεγγίσουν. Η IBM έχει ξεκινήσει δεκάδες νέες πρωτοβουλίες και έχει βελτιώσει τις υπάρχουσες πρακτικές της, με βάση ιδέες που προκύπτουν στα “Innovation Jams”, δηλαδή σε τεράστιες online brainstorming συνεδρίες, στις οποίες συμμετέχουν εργαζόμενοι, συνεργάτες και πελάτες από όλο τον κόσμο. Η Procter & Gamble ήδη επωφελείται από πρακτικές ανοικτής καινοτομίας και επικοινωνίας, αντλώντας όχι μόνο προτάσεις για τη βελτίωση συγκεκριμένων προϊόντων αλλά και ιδέες για ολόκληρες σειρές νέων προϊόντων. Η επιτυχία μιας εταιρείας εξαρτάται άμεσα από τη ικανότητά της να κρατά τους εργαζομένους της πνευματικά και συναισθηματικά δεσμευμένους με την ερ-

