

---

# Корпоративная Социальная Сеть – ключевой элемент в структуре внутренних коммуникаций

Эдгарс Пузо  
Генеральный директор  
«Атос АйТи Солюшенс энд Сервисез»

---

25-04-2014

# Бизнес выходит в социальные сети ...

## Мнение аналитиков



### ▶ Gartner:

- ... к **2014** году отказ общаться в социальных сетях будет так же отрицательно сказываться на бизнесе, как игнорирование электронных писем или телефонных звонков сегодня. К **2016** году большинство социальных ПО будет одинаково доступно в компьютерах, мобильных телефонах, планшетах и браузерах, и в компаниях станет обычной практикой доступность менеджеров через все виды связи – голосовой, визуальной и текстовой.

### ▶ IDC:

- ...за последние несколько лет внедрение предприятиями социальных ПО ускорилось, т.к. компании стремятся получить с их помощью **конкурентное преимущество через увеличение производительности** в ходе создания среды сотрудничества и обмена знаниями.

### ▶ Forrester:

- ...в **2011** году **60% компаний** инвестировали в социальные технологии. Для того чтобы они оказывали активное влияние на деятельность предприятий, которые их используют, необходима **интеграция** сотрудников в «информационное рабочее пространство».

# Сотрудничество и общение в социальных сетях – реальность нового поколения



- ▶ **Новое поколение** скоро **будет доминировать** среди сотрудников:
  - примерно 50% населения находится в возрасте от 15 до 44 лет.
- ▶ **Люди нового поколения** использует **новые инструменты**, позволяющее общаться с **большим количеством людей, более часто и из любого места, где бы они ни находились**:
  - 61% пользователей социальных сетей находятся в возрасте от 18 до 45 лет.
- ▶ Они находятся среди нас, и **их влияние на бизнес возрастает.**
- ▶ Люди нового поколения используют современные средства для общения и ожидают тех же возможностей для работы: только **11% из возрастной группы от 13 до 19 лет используют email** для общения с друзьями.
- ▶ **Инструменты общения нового поколения необходимы** для привлечения и удержания талантливых сотрудников нового поколения.
- ▶ Если на работе нет современных инструментов общения для решения бизнес-задач, сотрудники **вынуждены применять собственные программные и технические средства, не относящиеся к корпоративным.**



# Зачем нужна корпоративная социальная сеть?

Совместная работа сотрудников компании, партнеров и заказчиков для *повышения эффективности бизнеса* при помощи технологий социальных сетей.

Полный профиль пользователя

Сообщества и виртуальные рабочие площадки

Микроблоги

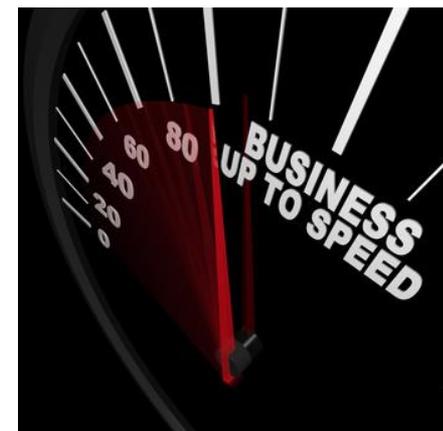
Статус пользователя

Wikis

Поиск

Отчетные показатели и Статистика

Открытый API



# Преимущества корпоративной социальной сети

<b>Продуктивность</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Общение сотрудников с компетентными коллегами и обеспечение их релевантной информацией; как результат – повышение эффективности их работы</li><li>▶ Использование информации как средства для оптимизации и увеличения гибкости бизнес-процессов</li><li>▶ Снижение затрат на обработку информации сотрудниками</li></ul>
<b>Сотрудничество</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Упрощение интеграции процессов на глобальной основе вне строгих границ должностных обязанностей</li><li>▶ Расширение корпоративных взаимосвязей и сплочение коллектива</li><li>▶ Создание более естественной среды сотрудничества и обмена информацией</li></ul>
<b>Инновации</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Обеспечение баланса между трудовой деятельностью и личной жизнью</li><li>▶ Моральная поддержка сотрудников, обозначение их ценности и единства</li><li>▶ Признание личных профессиональных заслуг</li></ul>
<b>Удовлетворенность сотрудников</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Информирование персонала в режиме реального времени и получение обратной связи</li><li>▶ Внедрение инноваций и более гибкое, квалифицированное и эффективное руководство</li><li>▶ Ускоренный вывод продукта на рынок и улучшение показателей продаж</li></ul>

# Показатели использования корпоративных социальных сетей



Источник: Исследование McKinsey 2010 г. (ESN ROI Research) на основе опроса 1700 менеджеров, ответственных за использование социальных медиа

# Пример корпоративной социальной сети – blueKiwi

---

- ▶ **blueKiwi – управляемые социальные сети**, в которых сотрудники, партнеры и заказчики могут легко
  - общаться друг с другом,
  - обмениваться мнениями и работать совместно над документами,
  - собирать и распространять знания и лучшие практики,
  - осуществлять управление проектами в защищенной корпоративной среде.

Благодаря тому, что общение становится неформальным, и между сотрудниками возникает большее взаимопонимание, **blueKiwi** помогает сотрудникам максимально раскрыть свой потенциал, что позволяет бизнесу любого уровня увеличить продуктивность и ускорить освоение инноваций.

# Области применения

Социальная сеть **blueKiwi** используется для достижения лучших результатов в бизнесе в самых различных областях деятельности:



Внутренние  
коммуникации



HR



Продажи



Инновации



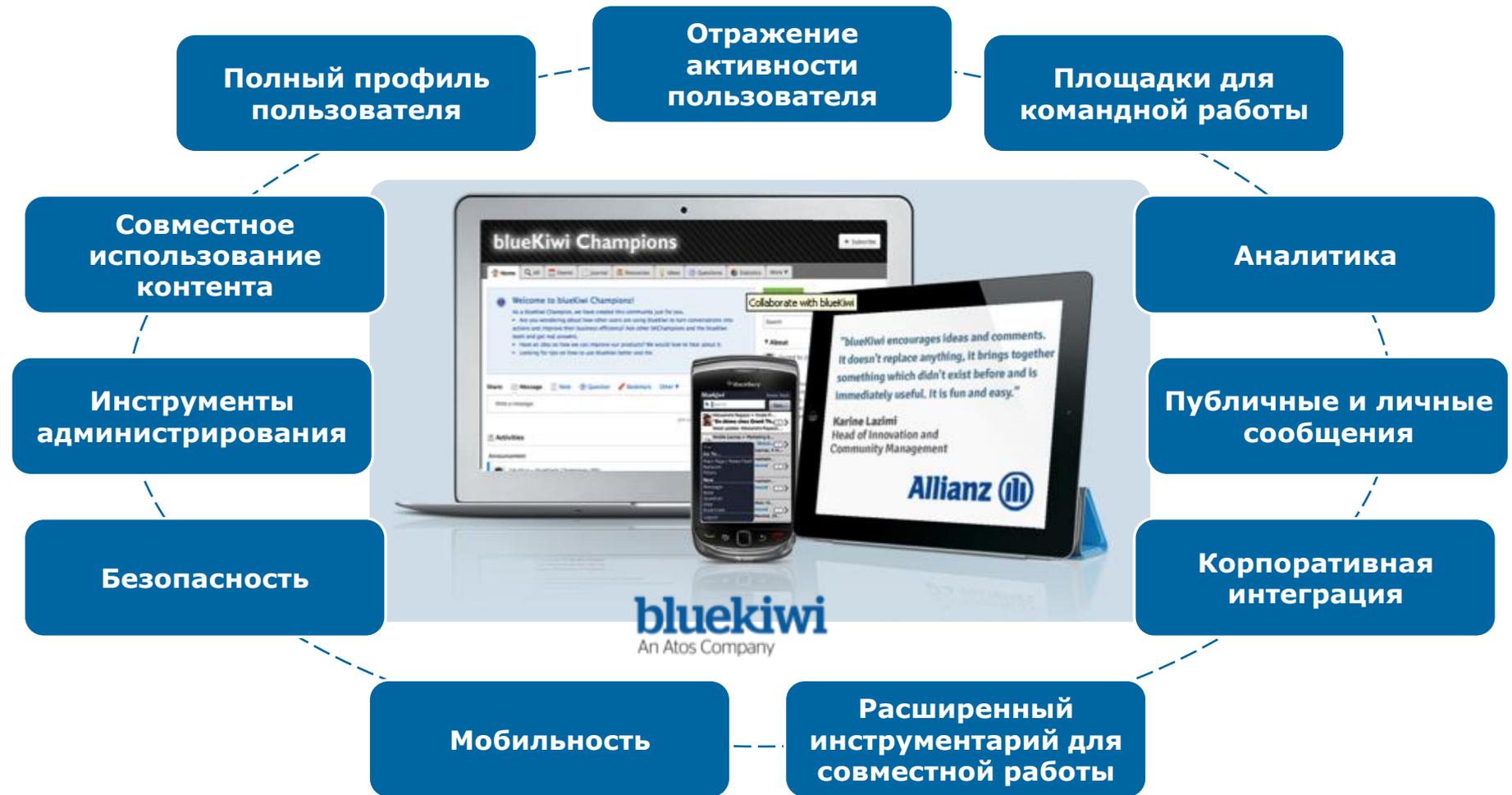
Управление  
партнерскими  
каналами



Совместная работа  
внутри компании

# Основная функциональность blueKiwi

<http://www.youtube.com/watch?v=gugv07eaLZc>



# Будущее становится настоящим



---

# Back up

# Аналитики и заказчики о blueKiwi

- ▶ Более 120 заказчиков и более 300 проектов различного объема
- ▶ Многофункциональное решение по модели SaaS
- ▶ **Проверенная методология** внедрения социальных сетей от старта проекта до окончания развертывания по всем подразделениям компании
- ▶ Решение хорошо оценено отраслевыми аналитиками (Gartner, IDC, Forrester ...)
- ▶ Реализация инициативы Atos Zero email™

*"blueKiwi является главным объектом данного исследования"*



*"Я просто поражен. Это совершенно уникальная концепция на рынке. Ни у кого из ваших конкурентов нет такой методологии и настолько хорошо подготовленной к выходу на рынок модели (социальные продукты и сервисы), уже готовой к использованию"*



*"Отличительным вашим качеством является подход Zero Mail, основанный на анализе ситуаций из собственной практики"*



Aragon  
Research

Gartner



Enterprise Social Networking  
OVUM

# Ключевые пользователи blueKiwi

## Финансовые сервисы



## Энергетика и ЖКХ



## Производство, Торговля, Услуги



## Технологии, Медиа Телекоммуникации



## Общественный сектор, Здравоохранение, Транспорт



## Vincent Cabanis

Глава ИТ подразделения по развитию инструментария для совместной работы, компания GDF Suez

### О компании

Компания GDF SUEZ предлагает высокоэффективные и инновационные решения в области энергетики для частных лиц, бизнеса и городов, основанные на применении источников диверсифицированного энергоснабжения. GDF SUEZ насчитывает 218,350 сотрудников по всему миру и в 2010 году имела доход 84.5 млрд ЕВРО.

blueKiwi используется на корпоративном уровне в таких ключевых областях, как:

1. IS / IT: социальная сеть ИТ команды
2. Исследования и инновации: сообщество «интрапренеров» – менеджеров корпорации, имеющих полномочия и финансовые ресурсы разрабатывать и организовывать производство новых товаров и услуг
3. Сообщество HR: молодые специалисты в партнерстве со школами и университетами
4. Коммуникации: глобальное сообщество менеджеров по коммуникациям

**Бизнес-цели** соответствуют стратегии компании, сфокусированной на:

1. Ускорении интеграции ИТ команд и обмена знаниями
2. Ускорении развития и инноваций
3. Мотивации и узнаваемости бренда
4. Увеличение результативности коммуникационных кампаний

### Результат

Оптимизация размещения накопленной экспертизы и подбора материалов по сложным запросам.

Лучшая информированность о способностях друг друга и более сильное чувство команды.

### Ключевые цифры

Более 60 000 участников

Более 50 сообществ

Более 6 000 ценных достижений

Проект стартовал в 2011 г.



Совместная работа

## Manoelle Lepoutre

Executive VP Sustainable development and Environment

### О компании

Компания Total является ведущей многонациональной энергетической компанией, насчитывающей более 96000 сотрудников и присутствующей в более чем 130 странах.

Total использует blueKiwi для поддержки проводимой HR политики паритета как части программы TWICE: Total Women Initiative for Collaboration and Exchange (Инициатива сотрудниц Total по сотрудничеству и обмену опытом).

### Бизнес-цели

1. Обеспечить паритет внутри всей организации.
2. Увеличить количество женщин в составе высшего руководства.

### Результаты / статистика

900 участников

5900 ценных достижений

Более 7000 комментариев

41000 просмотров страниц

Проект стартовал в 2009 г.

Открыто 4 локальных сообщества: Twice Ouest, Sud-Ouest, Китай, Бенелюкс



# Почему именно blueKiwi?

**Инновационное решение** с международной географией развертывания и признанное ведущими отраслевыми аналитиками (например, компания Gartner оценила blueKiwi как Visible еще в 2007 г.)

**Европейский хостинг**, на который не распространяется Закон США о противодействии терроризму (USA Patriot Act of 2001).

**Быстрое развертывание** платформы on-line в течение 24 часов и привлечение сотрудников к совместной работе в социальной сети в течение первого же месяца функционирования.

**Atos one stop shop** – от аренды ПО до консультирования: предложение типа «все включено» легко интегрируется в информационную систему заказчика.

**Пятилетний опыт** внедрения корпоративных социальных сетей в более чем 300 проектах в различных отраслях промышленности, в том числе в компаниях, входящих в список 500 крупнейших по выручке по версии журнала Fortune.

**Гибкий подход к развитию продукта** позволяет быстро реализовывать новые требования заказчиков в новых релизах.

---

## Thanks

Atos, the Atos logo, Atos Consulting, Atos Sphere, Atos Cloud and Atos Worldgrid, Worldline, blueKiwi are registered trademarks of Atos Group. November 2013

© 2013 Atos. Confidential information owned by Atos, to be used by the recipient only. This document, or any part of it, may not be reproduced, copied, circulated and/or distributed nor quoted without prior written approval from Atos.

---

25-04-2014