



Primo piano

E' entrato in produzione il nuovo sito di Volocom. Lo stile è quello di Volocom, semplice, concreto e orientato ad una ottimale fruizione dei contenuti. Il sito ha l'obiettivo di essere un contenitore, non solo di informazioni sulla società e il suo portafoglio di offerta, ma anche di riflessioni e spunti su problematiche organizzative e tecnologiche, aree di applicazione delle soluzioni, scenari di settore e di stimoli e idee per l'innovazione dei metodi e delle tecnologie.

Ad esempio nella sezione "Aree applicative" è possibile trovare spunti per l'introduzione di soluzioni di KM a supporto del marketing, del CRM della Gestione Risorse Umane e di altre funzioni. Nell'area " Knowledge Management" è possibile trovare spunti per un approccio pragmatico al KM o supporti metodologici per impostare in modo efficace programmi e progetti per la gestione della conoscenza.

Volocom.it sarà un sito dinamico e ai contenuti attualmente disponibili si andranno progressivamente ad aggiungere tutti i contributi Volocom e gli spunti che già ci state inviando e di cui vi ringraziamo.

Per finire con una piccola nota autoreferenziale, nella sezione "Newsletter" potrete trovare tutti i numeri di questa pubblicazione.

Per visitare il sito : www.volocom.it

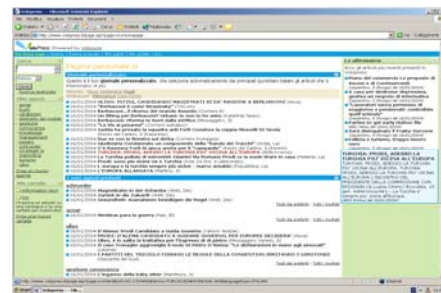
Clients

Brodeur ImageTime
- società leader in Italia in consulenza di comunicazione per società ad elevata innovazione - ha dato di recente vita a Pleon attraverso la fusione con la società tedesca ECC e il network Brodeur Worldwide. Pleon si configura quindi come la prima società realmente paneuropea di comunicazione. Brodeur prima e Pleon adesso usano profittevolmente **Volopress**, il servizio di analisi intelligente delle notizie online fornito da Volocom. In questo contesto di società estremamente attenta alle dinamiche politiche, economiche e sociali europee, obiettivo di **Volopress** è quello di rendere più veloce, affidabile, personalizzata e dinamicamente aggiornata la ricerca e selezione delle notizie pubblicate dalle principali testate giornalistiche, agenzie di stampa on-line e siti specializzati, italiani ed esteri.

PLEON



Grazie ad un avanzato sistema di ricerca per concetti il servizio permette di ricercare e selezionare articoli da una base di oltre 1.000.000 di notizie derivanti da più di 400 fonti di informazione internazionali, dalle quali vengono indicizzate giornalmente 20-25.000 nuove notizie . Il servizio offre agli Utenti regolarmente registrati e in regola con i diritti di lettura delle fonti la possibilità di effettuare tutti i tipi di ricerche e di giovare di funzionalità avanzate per la gestione delle informazioni.



Per saperne di più : www.volopress.it

Tecnologia

In un sistema di IR è determinante l'*efficacia* del sistema che in modo grezzo potremmo definire come la capacità di soddisfare l'utente fornendogli tutte e solo le informazioni rilevanti. Valutare l'efficacia è un problema di non facile soluzione perché attiene al concetto di "**rilevanza**" che ha evidenti aspetti soggettivi: 2 utenti distinti, pur eseguendo la stessa query, possono esprimere valutazioni diverse sulla effettiva rilevanza dei documenti reperiti.

I sistemi di IR sono generalmente poco "adattivi" perché hanno un approccio statico alla indicizzazione dei documenti e delle richieste.

Per rendere il sistema più flessibile e in grado di adattarsi alle esigenze di ogni singolo utente è possibile usare meccanismi di "**Relevance feedback**".

Il "**Relevance feedback**" è un processo iterativo basato sulla possibilità di affinare la query usando le preferenze espresse in modo esplicito o implicito dall'utente.

In altri termini il sistema utilizza le impronte concettuali dei documenti reperiti in una prima query e identificati dall'utente come rilevanti (**feedback esplicito**) o il profilo dinamico costruito sulla base delle attività dell'utente (**feedback implicito**) per affinare il meccanismo di retrieval.

Il modello probabilistico può utilizzare queste informazioni per intervenire sul meccanismo di reperimento dei documenti. Il processo avviene integrando la query originale con i lemmi estratti rispettivamente dai documenti di feedback o dal profilo dinamico dell'utente.

In questo modo è possibile individuare all'interno della base di conoscenza documenti che, per quell'utente specifico, hanno **maggiore rilevanza** rispetto alla ricerca iniziale, senza dovere intervenire direttamente sui termini utilizzati nella query di interrogazione.

Per saperne di più : v.emiliani@volocom.it

Organizzazione

Il primo punto nell'agenda di un progetto di KM è l'approccio- centralizzato o distribuito- che si intende adottare.

Anche se l'approccio deve essere in primo luogo rispondente alla cultura, al modello organizzativo e agli obiettivi della singola realtà per non trasformare un progetto di KM nella installazione di tecnologie disertate dagli utenti, alcune considerazioni sono applicabili in generale.

La prima considerazione concerne la natura stessa delle soluzioni di KM che dovrebbero avere come loro obiettivo prioritario la diffusione e condivisione della conoscenza. In questo senso quindi esprimono una necessità di "distribuzione" del sapere che quasi sempre si scontra con l'approccio centralizzato che rimane il modello di riferimento della maggior parte delle organizzazioni.

La seconda considerazione è relativa ai rischi che approcci totalmente distribuiti o totalmente centralizzati comportano.

Un approccio completamente distribuito (tipicamente bottom up) in cui ciascuna unità organizzativa gestisce la conoscenza prodotta al suo interno in modo locale, specialistico e autonomo porta alla dispersione delle informazioni e delle conoscenze e l'assenza di informazioni interdisciplinari enfatizza una difficoltà di collaborazione.

All' estremo opposto un approccio fortemente centralizzato (top down) introduce elementi di rigidità in un processo di gestione della conoscenza che dovrebbe evolvere "real time" con le informazioni.

E dunque che cosa proporre? La nostra visione è che occorre cambiare da un approccio basato su un modello organizzazione - ruoli - responsabilità (focalizzato sul controllo dell'informazione) ad un approccio basato su obiettivi-processi-informazioni, focalizzato sulla fruibilità dell' informazione e sulla sua efficace trasformazione in asset aziendale.

Di questo parleremo nel prossimo numero.

Per saperne di più : a.modena@volocom.it

Contatti :

VOLO.com Srl - Via Lampedusa, 20141 Milano
Telefono 02 45 40 93 19 Fax 45 40 93 20 -
e.mail: info@volocom.it - web: <http://www.volocom.it>