



# Fast Search Summit

**Gestire la conoscenza aziendale:  
nuovi servizi e soluzioni  
grazie alle tecnologie di ricerca**

A. Modena  
Direttore Consulenza e Business Development

- **Volocom e Fast: innovazione nelle soluzioni e nei servizi**
- **Le soluzioni**
  - Enterprise Search, infrastruttura abilitante per la gestione delle conoscenze
  - Cx Intelligence, conoscere il contesto socio-economico per decidere

## Core business Volocom

### *I clienti*

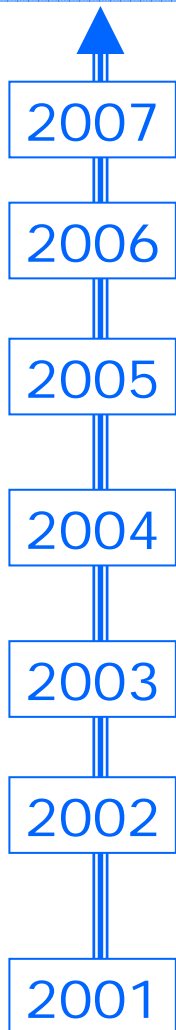
*Gestire  
proficuamente  
le informazioni  
interne ed  
esterne per  
capitalizzare la  
conoscenza  
esistente e  
creare nuova  
conoscenza*



### *Volocom*

*Fornire  
prodotti e  
soluzioni di  
Knowledge  
Management per  
integrare  
efficacemente  
processi  
e flussi di  
informazioni*





## **Volocom si allea con Fast**

Volocom rilascia VoloFrame Extender

2007

2006

Volocom rilascia VoloFrame 2.0: la piattaforma di KM di seconda generazione

2005

Nasce il servizio VoloMonitor (fornito in ASP) per l'analisi delle informazioni disponibili in Internet. Volocom si afferma anche all'estero con VoloMonitor

2004

Volocom integra i prodotti con servizi professionali atti a velocizzare i processi organizzativi: si affermano la metodologia VoloShare e i servizi di Application Hosting

2003

Volocom rilascia VoloFrame, la piattaforma integrata per lo sviluppo di progetti di Gestione della Conoscenza in ogni settore di business.

2002

Nasce il servizio VoloPress (fornito in ASP) per l'analisi concettuale delle news on line

2001

Volocom nasce dall'iniziativa e dalla passione di un gruppo di manager e professionisti con un progetto preciso: fornire soluzioni innovative ma perseguibili in tempi rapidi e quindi in grado di dare immediatamente benefici e ritorni ai clienti.



Conoscere per agire

Fast Search Summit



# Fast Search Summit

**Volocom e Fast  
Una alleanza per il Knowledge Management**

## Le esigenze dei clienti

- Monitorare in tempo reale il contesto socio-economico
- Migliorare la gestione degli assets intellettuali
- Presidiare e condividere la conoscenza esistente
- Creare nuove conoscenze
- Mettere a disposizione di clienti, dipendenti e fornitori spazi di informazione facilmente fruibile
- Acquisire una sempre più approfondita conoscenza dei propri "stakeholders" (clienti, cittadini, utenti, comunità in genere)
- Supportare l'apprendimento organizzativo

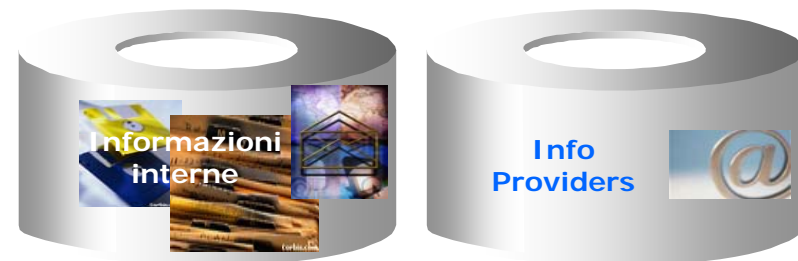
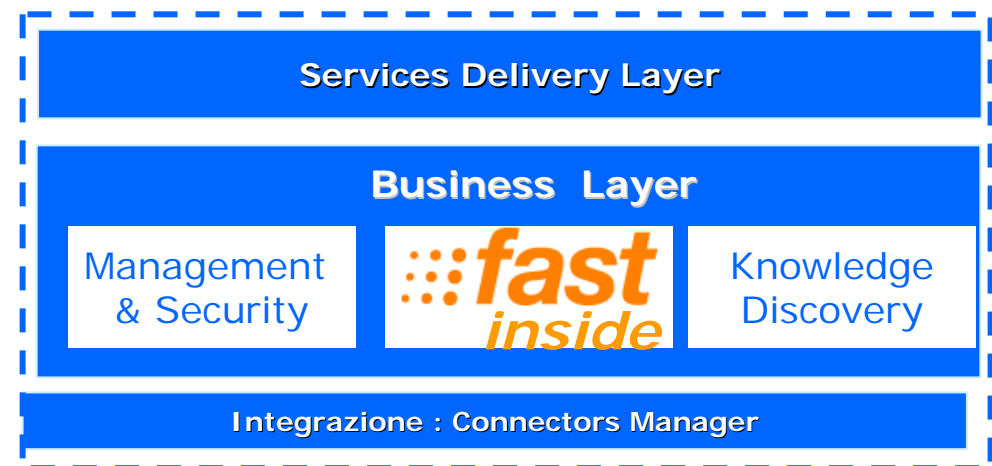
## Volocom & Fast: Value proposition

- **Transformare la tecnologia di search in una infrastruttura abilitante**
- **Best practices che consentano di affrontare la complessità crescente dell'informazione**
- **Ottimizzare la "search experience"**
- **Supportare applicazioni mission critical applications**
- **Sviluppare applicazioni "search-driven"**

# La gestione delle conoscenze

- Trasformare le conoscenze tacite ed esplicite in basi di conoscenza organizzativa altamente fruibili;
- Integrare le informazioni strutturate e non strutturate nei processi
- Information Self Service
- Operare in contesti poco conosciuti usando schemi concettuali e di navigazione che non richiedano necessariamente la precisa conoscenza dell'argomento;
- Distillare conoscenza dal mare magnum di Internet

## Knowledge Management System

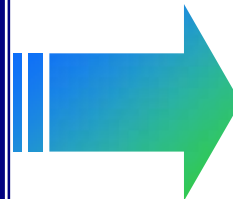


## Offering personalizzato

Soluzioni originali e rapidamente implementabili basate su **tecnologie Innovative**



**fast**



Progetti Custom

Prodotti

Servizi ASP

Per aiutare i clienti a implementare rapidamente soluzioni personalizzate

Per chi sviluppa soluzioni

Per accedere rapidamente e senza costi fissi a servizi di Knowledge Management



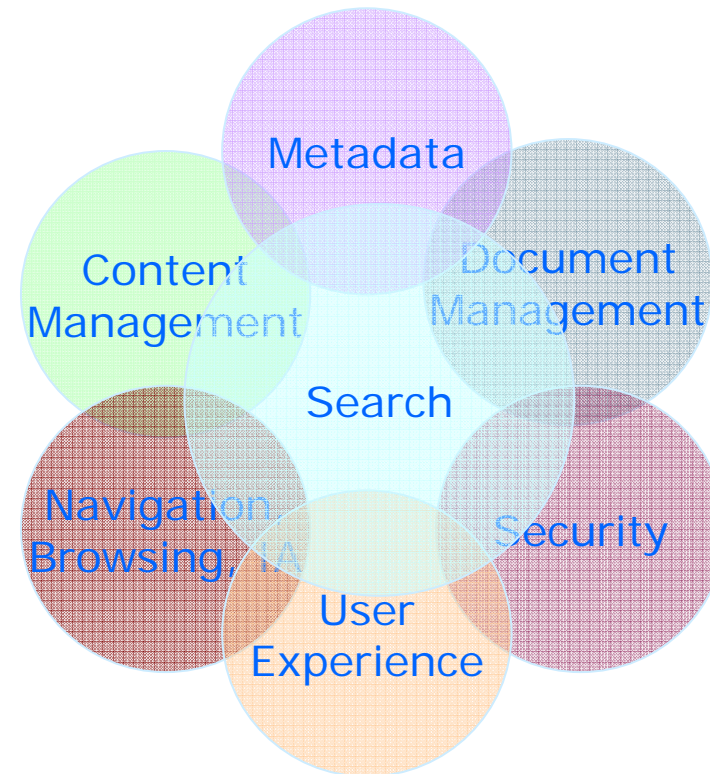
Conoscere per agire



Fast Search Summit

## Le soluzioni

- **Le soluzioni di Enterprise Search sono soluzioni composite:**
  - Best Practices per soluzioni “search enabled”
  - Piattaforme e servizi di search per la capitalizzazione dei Corporate digital assets
  - Partnership con content providers





# Costruire un "ecosistema" di relazioni



Systems  
Integration

Focus  
Partnership  
Integrazione  
Best practices



Enterprise Search



Content Management



Conoscere per agire

Fast Search Summit

## Alcuni scenari di business

- **Information Management**
  - Enterprise Information Access
  - Reference Library
  - Data Cleansing
- **Market Intelligence**
  - Business Intelligence
  - Competitive Intelligence
- **Soluzioni verticali**
  - Applicazioni innovative “value oriented”
- **Risk Management**
  - Compliance
  - Litigation protection



# Fast Search Summit

**Enterprise Search**

# Knowledge Management

- **Soluzioni (tecnologia + metodologia) che consentono di utilizzare in modo facile e produttivo le informazioni indispensabili per la creazione di valore**
- Poichè la variabilità di ambiti di interesse rende difficile individuare a priori in modo esaustivo e dato l'insieme delle fonti da cui attingere le informazioni necessarie ad una adeguata copertura del fabbisogno informativo, in primo luogo occorre valutare se e come gli asset informativi dell'azienda vengono gestiti :
  - Dove sono le informazioni?
  - Le informazioni vitali per la valutazione del business sono semplicemente recuperabili?
  - Le conoscenze dei singoli sono messe a fattor comune?
  - Il patrimonio di procedure, metodi, processi dell'azienda è valorizzato e gestito?
  - Le conoscenze generate sono riutilizzabili?
  - E' facile accedere alle informazioni disponibili sulla rete e indispensabili per monitorare il mercato, la concorrenza, i clienti?

## Stato dell'arte

40% del tempo  
speso  
a cercare le  
informazioni

70% dei  
contenuti ricreato  
invece che  
riusato

58% delle  
informazioni  
rilevanti scambiate  
via mail

> 75% delle  
informazioni  
sono non  
strutturate

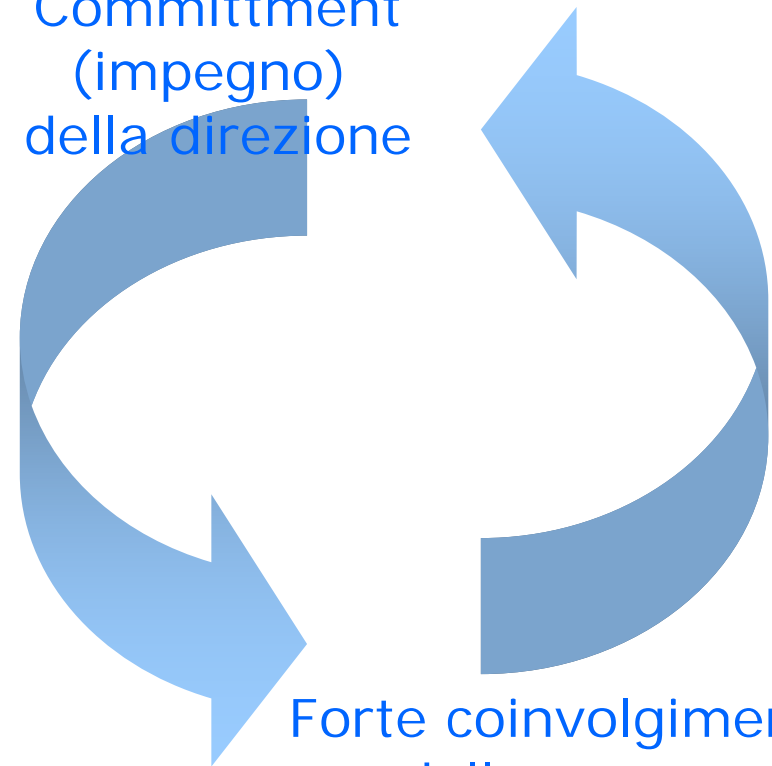
Pagine web  
Documenti  
Document management  
File system  
Archivi personali  
Comunicazioni



## Approcci

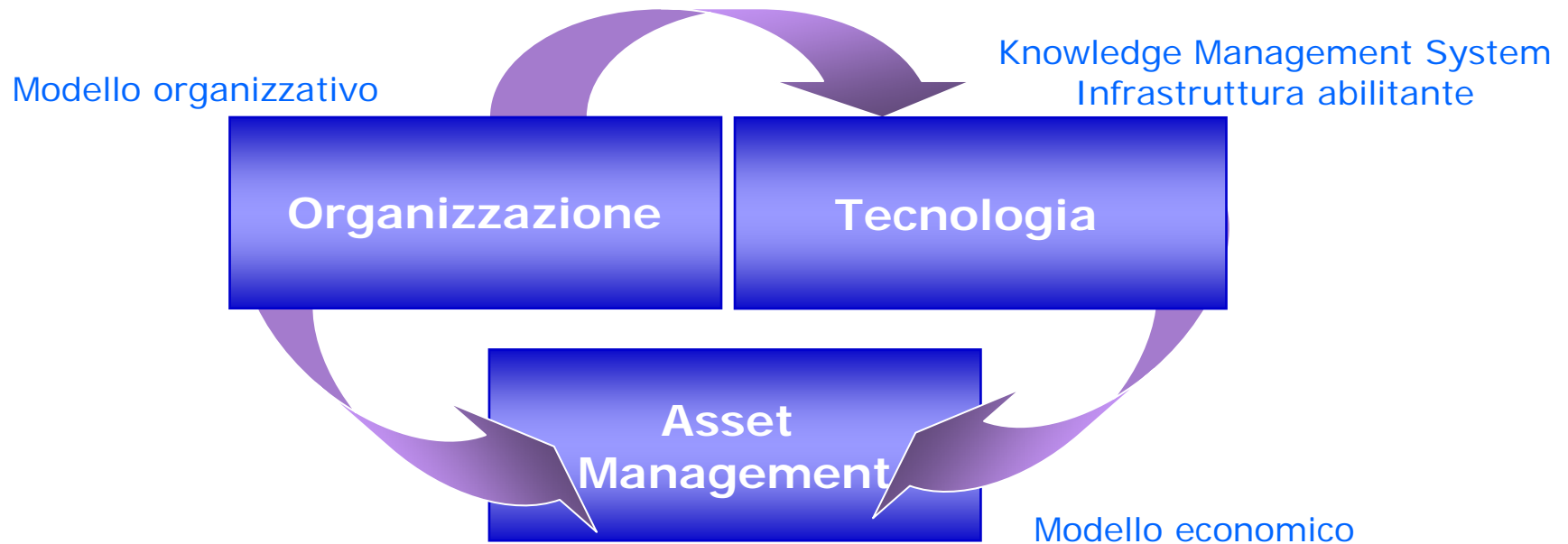
1. Strategico: la conoscenza come asset centrale per il raggiungimento degli obiettivi di business
2. Tattico: la conoscenza necessaria per uno specifico processo di business e gli strumenti atti a migliorarlo

Committment  
(impegno)  
della direzione



Forte coinvolgimento  
delle persone

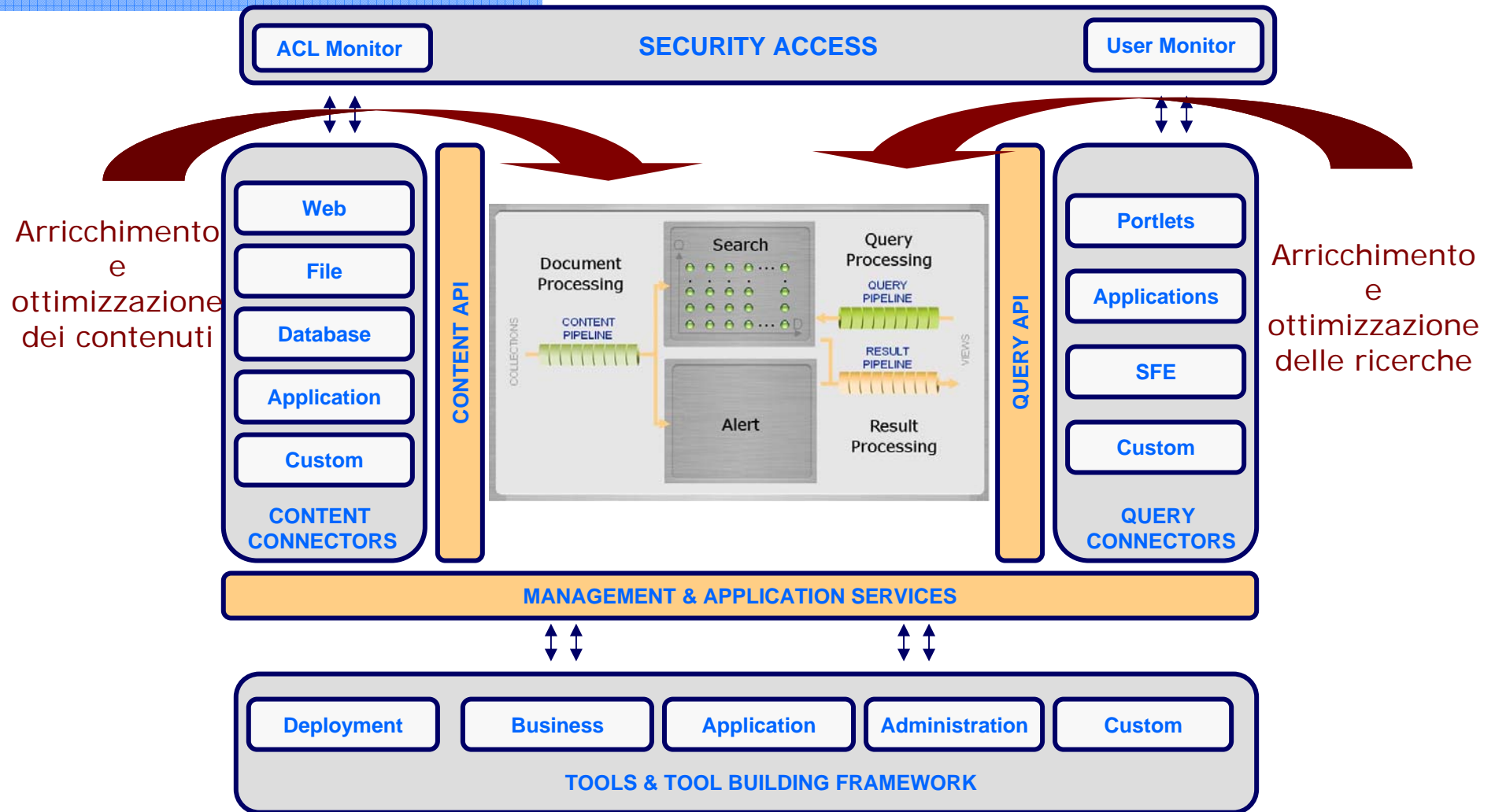
# Convergenza



Una soluzione di KM deve integrare  
organizzazione e tecnologie  
e modellarsi dinamicamente sul contesto



# Infrastruttura abilitante



## Punti critici



Conoscere per agire

Fast Search Summit

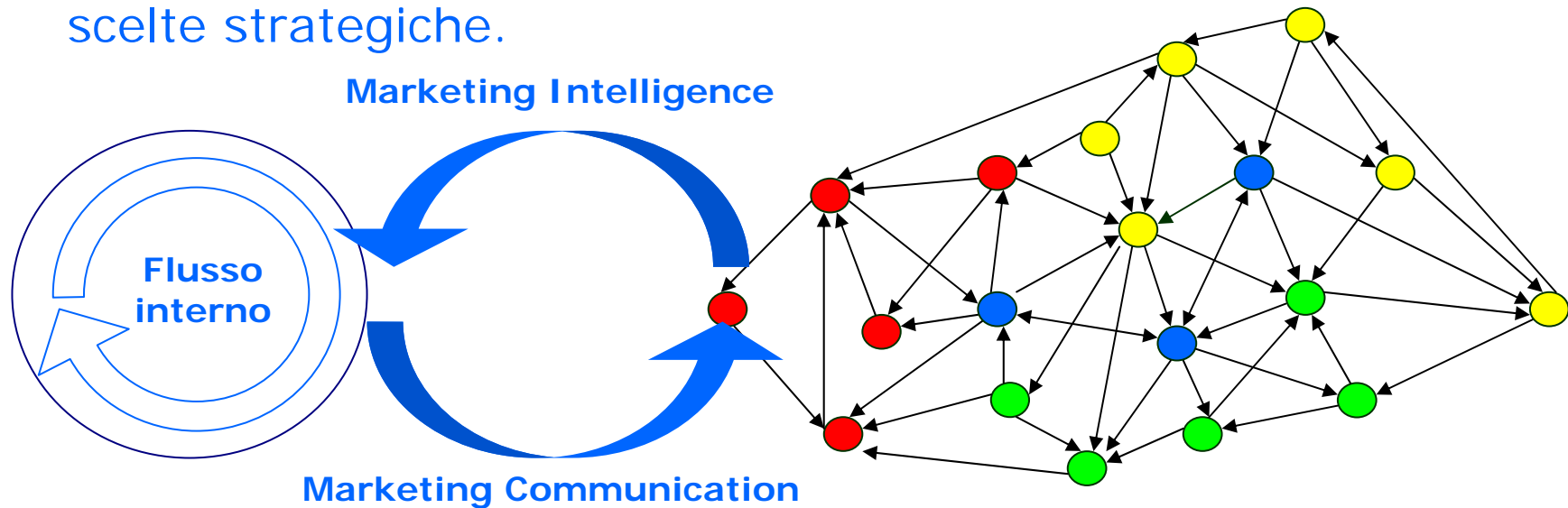


# Fast Search Summit

**Marketing Intelligence**

# Marketing Intelligence

- Processo eticamente corretto di raccolta ed analisi integrata di informazioni orientata a cogliere i cambiamenti e le tendenze del contesto competitivo e socio-economico nel quale si opera.
- Il processo è finalizzato alla riduzione dell'incertezza del processo decisionale e a favorire la tempestività delle scelte strategiche.



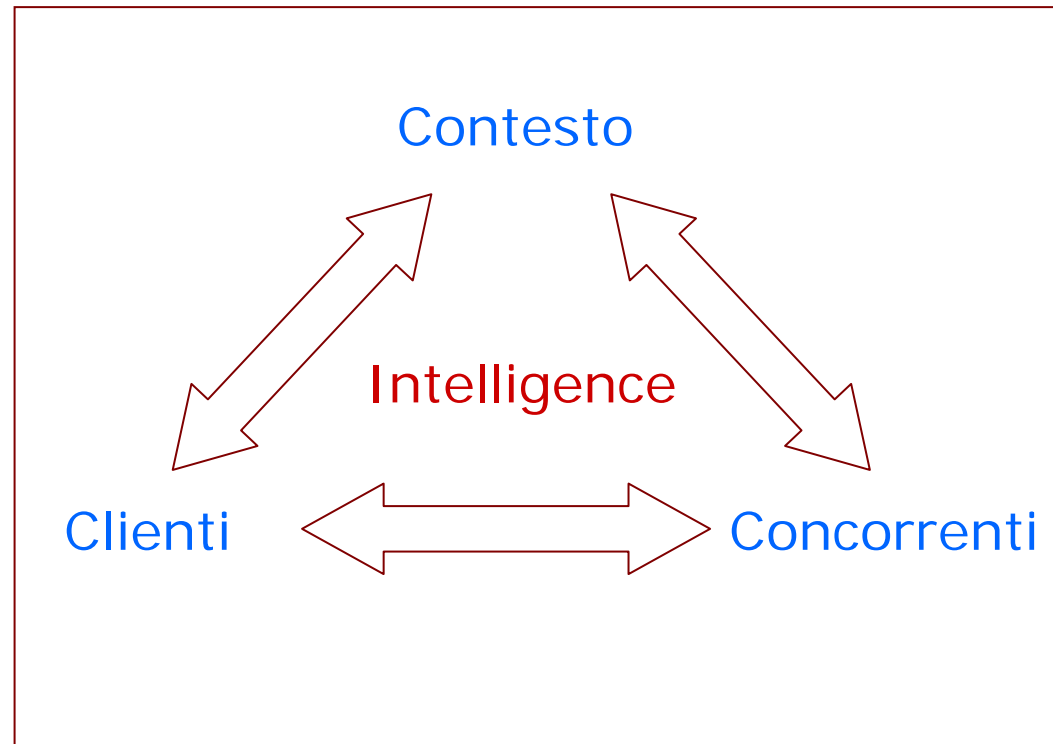
# Cx Intelligence

“Internet ha dotato di nuove capacità sia i consumatori sia i produttori: prima erano le imprese ad andare a caccia di clienti, oggi sono questi ultimi a essere i cacciatori”.

*[Philip Kotler – Marketing Moves. A New Approach to Profits, Growth and Renewal]*

■ **La rete è il luogo dove sempre più spesso vengono cercate le informazioni essenziali per le attività di:**

- Marketing Intelligence.
- Competitive Intelligence.
- Consumer (Citizen, Customers,..) Intelligence.



## Dati e informazioni

Integrazione / convergenza tra  
informazioni non strutturate e strutturate



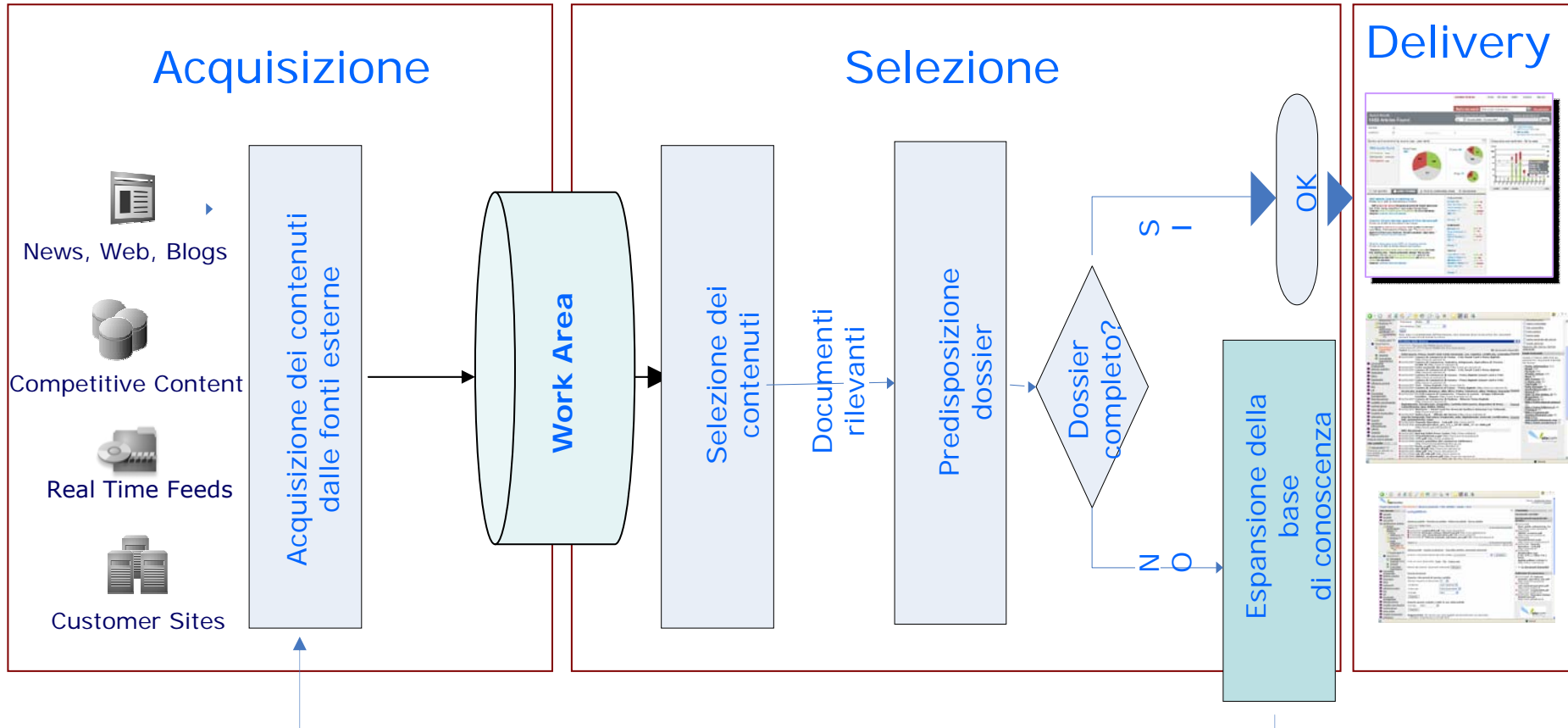
- Letteratura (Review, Magazines, Journals, Pubblicazioni, Quotidiani, Working Papers, Atti di convegni)
- WEB sites istituzionali
- Informazioni on line della concorrenza
- Intranet
- Documenti in formato vario (Word, PDF, Text, PPT, RTF, ..)
- Comunicazioni e messaggistica
- .....



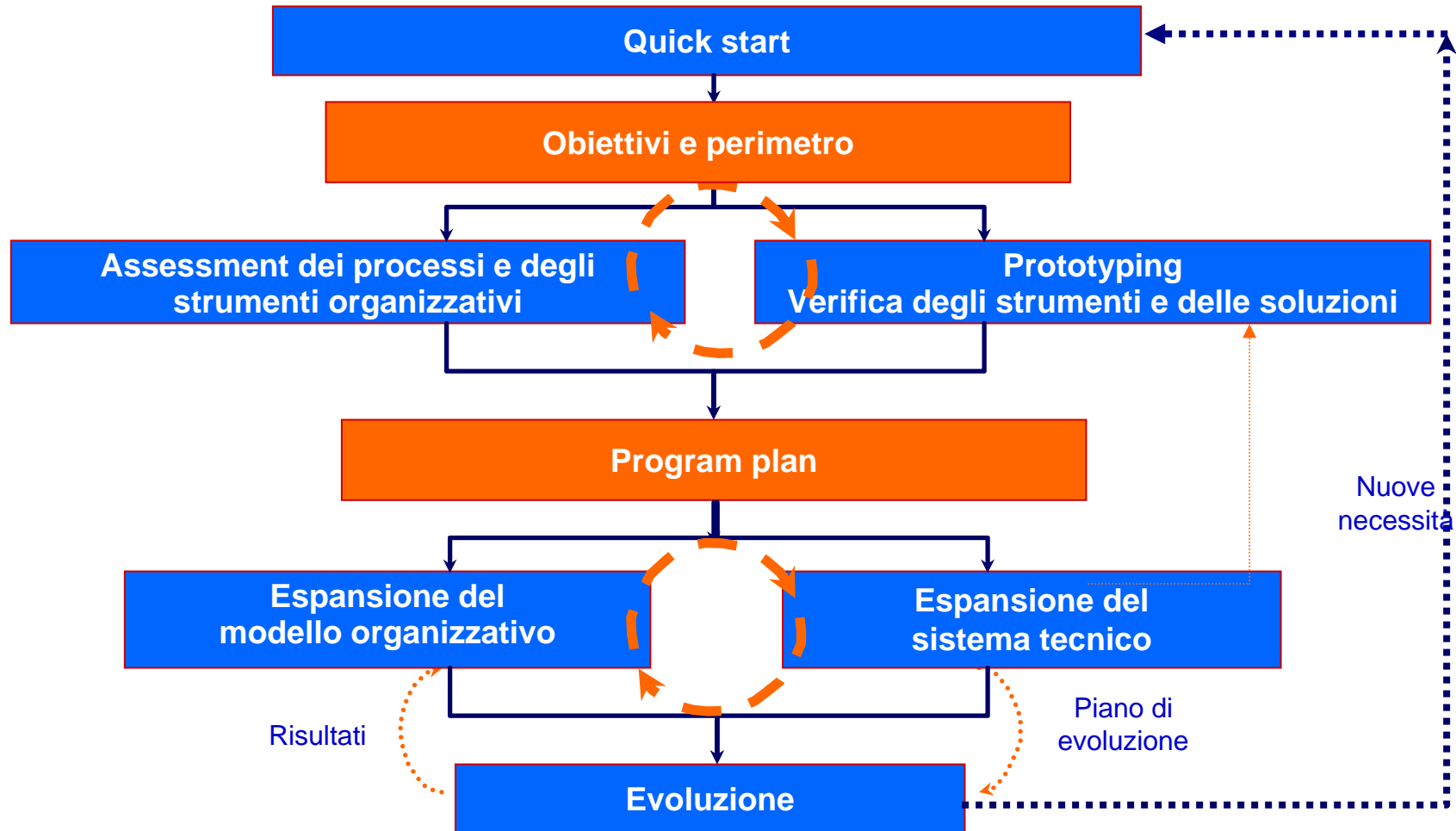
- Internal records
- Data base
- Informazioni statistiche
- Track record di transazioni
- Informazioni finanziarie
- .....



# Processo



# Metodologia di implementazione



Conoscere per agire

Fast Search Summit



# Fast Search Summit

[a.modena@volocom.it](mailto:a.modena@volocom.it)