

Intranet content management

Maurizio Traversari Franco Angeli 2003

Proprio con l'avvento del Web ed in particolar modo con l'avvento della reticolarità creata dalla intertestualità, la sola rete come connessione tra più computer si è trasformata negli anni 90 un ambiente dove tutte le organizzazioni ancora oggi ci stanno dedicando ogni sforzo al fine di farla diventare il proprio strumento di massima condivisione e comunicazione interna.

Il valore gestito da questo tipo di sistema è uno dei più preziosi all'interno di un'organizzazione,

un valore di Produzione di Comunicazione Culturale.

Il processo che è coinvolto nel trattare questa capacità gestire dati, informazione, conoscenza e competenza, il tutto in tempo reale e senza limiti di spazio e di tempo, si chiama “Intranet content management”, che come tutti i processi tende a svilupparsi in modo programmato e pianificato, in relazione ad obiettivi e risorse.

In questo testo vengono spiegate tutte le

competenze necessarie ed i ruoli svolti in questo processo. Vengono prese in considerazione tutte le aree argomentative che possono entrare in contatto, dalla differenza tra intranet ed extranet, il commercio elettronico, le comunità di pratica, la simpatica espressione di e-culture, la web usability, la gestione del ROI, la relazione con il cambiamento, vari attori che entrano nel gioco delle comunicazioni, la relazione contenti e tecnologia, i modelli top down e bottom up, intranet integrate e di processo, cambiamenti di paradigma.

Il tutto supportato da casi storici di riferimento ben documentati che, insieme alle spiegazioni, fanno intendere quante intranet esistono con questo nome e poco hanno a che fare con questo significato.