

## 艾利丹尼森



### 统一全球员工 —— 一步一个脚印

**Bhupesh Arora**, 门户和社交软件总监

**Heather Marx**, 公司通信总监

**Susana Tamayo**, IT 总监

75 年来，艾利丹尼森已经成为压敏技术和材料、零售品标贴和信息解决方案、办公产品和消费产品标签领域的全球领先企业。艾利丹尼森 2009 年的销售额为 60 亿美元，位列全球财富 500 强，总部位于美国加利福尼亚州帕萨迪纳。

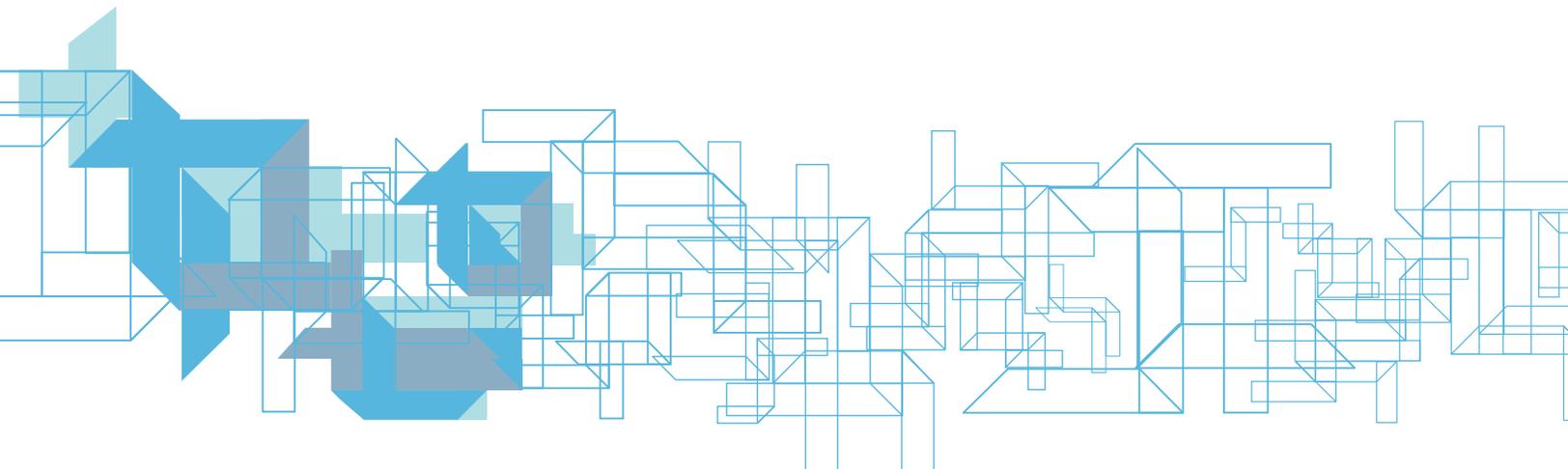
### Enterprise 2.0 技术是统一全球员工的“粘合剂”

艾利丹尼森需要一个将位于全球 300 个工作场所的 30,000 多名员工统一起来的方法。公司希望帮助员工更快制定决策，帮助他们在组织中找到不同领域的专业知识，并最终简化他们的工作，提高他们的生产力。社交技术为实现这一目标提供了一种开放式沟通媒介。

过去，艾利丹尼森在其内部网中推行门户战略。可惜的是，门户战略的概念起源于上世纪九十年代的理论和技术。该计划推行几年之后，公司在最终审核时发现新门户只能完成统一员工所需任务的一半。

**“过去的艾利丹尼森公司处于分散状态。”** 结果，在 2009 年年初，公司推出一个概念证明社交平台，力图弥合协作鸿沟。但是，艾利丹尼森的团队发现一次性部署所有社交功能会让员工们不知所措，难以实现他们协作的构想。于是他们没有

这样做，而是一次只公开一部分内容，从博客（允许高级领导向整个公司员工发布消息）开始，然后是个人资料（帮助员工为每张头像添加姓名，并查找其他拥有所需内部专业知识的人员），以及社交书签（帮助员工查找并共享相关内部和外部网站）。



员工们熟悉该工具后，团队又相继推出 wiki、文件、活动和社区——并于 2010 年 1 月部署了完整的门户和社交软件套件。

**“我们知道如果我们一次把所有功能全部推出，人们会感到不知所措。”** 这种大胆的阶段式方法与很多公司部署社交软件的方法完全不同。通常的方法是在一个小型工作组的稳固平台上推出全部功能并进行试验，以测试功能并评估收益。但

是，据艾利丹尼森团队所说，这些试验项目多数都有退步和失败的风险。通过每一次向员工提供有限的功能，团队可以让每个人逐步提高并确定下一步需要什么。通过给员工充分的时间关注有限的功能，团队无需开展大量培训计划。

**“我们的这种循序渐进的方法的确十分出色。”**

相反，员工有足够的时间分别熟悉每个工具——类似于大多数用户采用 Web 2.0 工具的方式（即熟悉 Facebook 后，再接触 Twitter，然后是博客）。

这一方法对艾利丹尼森非常有效。推出后 18 个月，艾利丹尼森的 12,000 名全职非合同员工中的 8,000 人已经参与了进来，形成了 500 多个社区。下一步是什么？向所有员工推出，为合同工、临时工和实习生提供访问权限。



本系列案例研究由 IBM 社交协作软件提供赞助。市场领先企业正在利用社交软件密切与客户的联系，转变工作方式，加速创新过程，轻松搜索专业知识。那些跨越内外联系建立

起社交业务环境的组织，逐渐在竞争中脱颖而出。IBM 协作软件让组织中的人员随时随地保持相互联系、分享最新信息、创造性地开展协作，消除封闭和孤立的工作方式。为创建 Web 社区，IBM 提供了最广泛、新颖、安全的社交软件和统一通信服务，查找主题专家、项目协作、分享内容和见解。您可以迅速找到所需的专业知识，无论它位于组织内部还是外部，您都能更快地完成工作。

**智慧软件缔造智慧地球。**



MIT Center for Digital Business (MIT CDB) 创立于 1999 年，是数字经济研究领域全球最大的研究中心。MIT CDB 与 50 多家赞助商公司合作，拥有

60 多名科研人员，完成了超过 75 个科研项目。该中心的科研人员和发起人是全球数字商务研究、分析和实践的领袖。MIT CDB 与其合作伙伴共同致力于创造数字商务的未来。



Dachis Group 是全球领先的社交商务咨询公司，在全球五个国家或地区设有办事处。Dachis Group 帮助大型企业从技术、社会和工作场所的趋势中捕获价值。该公司

专有的社交商务设计可帮助您在三个主要实践领域获得洞察：客户参与和合作、员工协作以及业务合作伙伴的优化。未来的商务在于与社会协调和动态的商业文化，Dachis Group 率先向我们展示了如何让未来变成现实。