

Sosiaalinen media pelottaa ja kiinnostaa yrityksiä

24.10.2008 08:57 — Kalevi Nikulainen

Monelle suomalaiselle sosiaalinen media tarkoittaa yhä nettisivustoja, joilla nuoret surffailevat vapaa-aikanaan. Sosiaalisen median työkalut toimivat kuitenkin hyvin myös yrityskäytössä, kun tarkoituksena on tehostaa tiedon ja osaamisen hallintaa, kertoo uusi kirja Wikimaniaa yrityksiin - yritys 2.0.

Kirjan mukaan virtuaalisista verkostoista eivät hyödy vain it-alan työntekijät, vaan ne sopivat lähes mille toimialalle tahansa.

Sosiaalinen media on tuttu käsite etenkin tietokoneita paljon käyttäville nuorille, jotka ovat päivittäin tekemisissä esimerkiksi blogien, wikien, keskustelupalstojen ja virtuaalisten työtilojen kanssa. Sosiaalinen media liitetäänkin usein vain nuorten vapaa-ajanviettoon, vaikka se todellisuudessa tarjoaa mahdollisuuksia myös yrityksille tietotyön ja osaamisen johtamiseen.

- Sosiaalinen media yrityksissä on tapa jakaa ja tuottaa tietoa ja hallita osaamista. Kun käytettävissä on yhteinen virtuaalinen työtila, koko henkilöstö voi osallistua uusien innovaatioiden tuottamiseen, sanoo partner, diplomi-insinööri **Kaija Pöysti**, joka kirjoiti sosiaalisesta mediasta yrityksille suunnatun Wikimaniaa yrityksiin - yritys 2.0 -kirjan yhdessä **Leenamaija Otalan** kanssa.

Työtahti on nykyään nopeaa, ja työntekijät saattavat työskennellä hajallaan ympäri maata tai jopa maailmaa. Tämä edellyttää myös työkaluja, jotka vastaavat nykyistä tapaa toimia ja työskennellä.

- Nykyisiin toimintatapoihin mukautumisen lisäksi sosiaalisen median työkalut ovat organisaatioissa yksi merkittävä asia, jolla y-sukupolvea voidaan houkutella töihin. Nuoret ovat tottuneet olemaan tekemisissä niiden kanssa, ja odottavat saavansa hyödyntää niitä myös tulevassa työpaikassaan, toteaa dosentti, tekniikan tohtori Leenamaija Ojala.

Virtuaalinen työtila yhdistää

Kirjassa tähdennetään, että yritysten tärkein resurssi on osaaminen, jonka sen henkilöstö tuo tullessaan. Tiedon ja osaamisen hallinnassa voidaan käyttää apuna sosiaalisen median työkaluja, joiden avulla tiedetään, mitä osaamista organisaatiossa on, ja kuka osaa mitään.

Sosiaalisen median kautta koko henkilökunta voi osallistua yhteisen tiedon luomiseen, uuden innovoimiseen ja liiketoiminnan kehittämiseen. Uudenlaiset työkalut toimivat hyvin esimerkiksi projektityössä, joka vaatii usean henkilön osaamista.

- Muistioita ja suunnitelmia ei tarvitse enää kierrättää sähköpostin liitteinä ja lähettää aina uutta versiota jokaisen korjauksen jälkeen. Nyt muistio voidaan kirjoittaa wikinä, johon jokainen tekee korjaukset ja muutokset, jotka ovat sitten kaikkien muiden nähtävinä. Lopullinen versio syntyy nopeasti ja tehokkaasti yhteen paikkaan. Se säästää paljon aikaa, Leenamajja Ojala sanoo.

- Tietovaltaisen toiminnan ja tiedon tuottamisen lisäksi sosiaalista mediaa voi hyödyntää melkein millä alalla tahansa, vaikka esimerkiksi hoivatyössä. Pienet työyhteisöt saavat sitä kautta yhteyden muualla työskenteleviin asiantuntijoihin, ja voivat siten hyödyntää koko hoivaverkoston osaamista.

Käyttöönotto tarpeen mukaan

Sosiaalista mediaa käytetään yrityksissä paljon esimerkiksi Yhdysvalloissa, mutta Suomessa sen hyödyntäminen on yhä lapsenkengissä. Kirjaansa työstäessään Pöysti ja Ojala törmäsivät useisiin ennakkoluuloihin, joita yrityksillä on asiasta.

- Yrityksissä pelätään sosiaalisen median käyttöönoton tuottavan virheellistä tietoa tai murtavan tietoturvan. Useimmissa organisaatioissa sosiaalinen media on kuitenkin jo käytössä, sillä siihen kuuluvat periaatteessa myös sähköposti ja intranet, joissa myös jaetaan tietoa. Niiden rinnalle ovat tulleet uusina välineinä wikit, blogit, virtuaaliset työtilat ja muut, Kaija Pöysti huomauttaa.

Vaikka sosiaalinen media onkin Suomessa yrityskäytössä vielä melko tuntematon työkalu, se herättää kiinnostusta. Siitä puhutaan paljon, ja organisaatioissa pohditaan, pitäisikö se ottaa käyttöön myös omassa työskentelyssä. Pöysti ja Ojala muistuttavat kuitenkin, että käyttöönottoa ei pidä tehdä sillä perusteella, että "kaikilla muillakin on se jo".

- Ei ole tarkoituksenmukaista ottaa sosiaalisen median työkaluja käyttöön, jos niistä tulee henkilöstölle vain yksi työtehtävä lisää. Ensin pitää tutkia, missä osassa liiketoimintaa kaivattaisiin tehostusta, ja vasta sitten miettiä, millaisesta sovelluksesta voisi olla apua.

<http://www.digitoday.fi/yhteiskunta/2008/10/24/sosiaalinen-media-pelottaa-ja-kiinnostaa-yrityksia/200827747/66>