

1. As empresas portuguesas que hoje em dia investem em Portais Empresariais fazem-no mais pelo apelo de contar com uma nova ferramenta de interacção com clientes e parceiros ou para facilitar a comunicação interna?

Actualmente é muito importante assegurar ambas as vertentes.

Por um lado o nível de exigência do consumidor moderno aumentou, e este pretende consultar, comparar e eventualmente poder decidir pela aquisição de um produto ou serviço online e a qualquer momento, o que torna de extrema importância a presença online de uma Empresa.

Na vertente interna, e especialmente em organizações de grande dimensão, existe a necessidade de partilhar uma dimensão crescente de informação, por um número crescente de pessoas. Os portais empresariais neste contexto actuam como enablers deste processo, permitindo uma partilha fácil e rápida entre indivíduos.

2. Que tipo de funções ou funcionalidades são mais prioritárias na procura de uma solução deste tipo (em ambas as situações), de acordo com a vossa experiência?

As funcionalidades a adoptar estão intimamente ligadas ao tipo e dimensão de empresa e ao tipo de serviço que presta. Para empresas de grande dimensão que disponibiliza uma oferta alargada ao consumidor (utilizando o caso da PT), existem duas grandes prioridades: comunicação e self-service. Na vertente de comunicação é imprescindível que a disponibilização de informação seja feita de modo muito eficiente e rápido de modo a estar alinhada com a dinâmica da oferta e de períodos de time-to-market cada vez mais reduzidos. A componente de self-service, embora de complexa implementação, pode trazer inúmeros benefícios: por um lado potencia uma melhoria na qualidade percebida do serviço, e por outro permite uma optimização e redução dos custos associados no atendimento ao Cliente para pedidos de baixa complexidade.

Na óptica de utilização interna, as funcionalidades mais relevantes acabam por ser semelhantes à vertente externa. Devem fomentar a comunicação e interacção entre colaboradores, e também contribuir para a melhoria de eficiência suportando e facilitando trabalho recorrente ou burocrático. Por exemplo, e no caso da PT, as funcionalidades de employee self service

(marcação e autorização de férias, agendamento de deslocações e viagens, etc.) permitiram não só processos mais rápidos, como também mais otimizados dado o maior nível de automatização.

3. Os preços deste tipo de soluções têm vindo a diminuir. Isso faz com que hoje o leque de empresas a investir nesta área seja mais alargado, ou é um investimento que permanece mais ligado às grandes empresas?

Embora há pouco tempo atrás só fosse possível justificar este tipo de investimento em grandes organizações, parece-me que actualmente já existe racional para ser aplicado a pequenas e médias empresas. Isto é hoje possível dado que começam a existir mais soluções no mercado para responder a esta necessidade, não esquecendo ainda o maior número e maturidade de soluções open-source existentes (com custos de licenciamento baixo ou nulo).

4. A web 2.0 está a mudar a forma das empresas olharem para estas questões. Isso tem reflexo no tipo de funcionalidades que querem ver disponibilizadas nos seus portais, nomeadamente ao nível da comunicação interna?

Não só ao nível da comunicação interna, como também ao nível do trabalho colaborativo. Actualmente, e com o aparecimento do information worker, é cada vez mais importante a utilização de funcionalidades que permitam e acelerem a partilha de conhecimento. Algumas das funcionalidades Web 2.0 que começam a abrir caminho no mundo empresarial são as áreas de partilha de informação e colaboração, blogs, instant messaging, RSSs e “redes sociais”.

5. No caso dos portais corporativos do grupo PT, as ferramentas de colaboração já são uma componente importante?

São claramente uma componente importante que tem vindo a ser dinamizada ao longo do tempo, mas que ainda tem muito espaço para evolução. Embora exista um roadmap claramente definido para esta evolução, importa notar que o trabalho online colaborativo representa um novo paradigma, e que portanto envolve de certo modo uma mudança cultural que nunca é imediata. Associado ao lançamento de cada nova funcionalidade “Web 2.0” deverá existir tipicamente um processo de gestão de mudança para assegurar a sua adequada compreensão e adopção.

6. Pode dar exemplos de áreas em que o feedback ou participação dos colaboradores é possível e esteja a apresentar resultados interessantes?

Um bom exemplo foi o lançamento de uma ferramenta chamada “Minhas Equipas” onde todos os colaboradores podem criar, através de um mecanismo muito simples, uma área de partilha de informação e colaboração para elementos que identifiquem e ao qual atribuem um significado específico (equipa de projecto, grupo de interesse, departamento, etc). Logo na primeira semana de utilização gerou resultados muito relevantes tendo sido criadas dezenas de equipas em poucos dias.

7. Desta experiência dentro do grupo, que vantagens destacaria para a produtividade ou melhor funcionamento da empresa relacionadas com a utilização dos portais e da informação que estes veiculam?

Maior satisfação e maior eficiência e eficácia, aplicando-se tanto a Clientes como Colaboradores. Indirectamente acredito que implicam também a diminuição e maior racionalização dos custos necessários para atingir os mesmos objectivos.