

שולחן מס' 5: דרכי מדידה כמותיות של ערך המידע

מנחה: טל גת (אינטל)

רושם: לאה

משתתפים: אושרי- ארגון 'בטרם', לאה- עיריית
ת"א, רז – אוניברסיטת חיפה, רותי – ביה"ס ליאו-
בק חיפה, רונן – רו"ח, יוחנן – שב"ס

שולחן מס' 5: דרכי מדידה כמותיות של ערך המידע

שאלה 1: מהם סוגי המידע

היגדים

מידע כלפי גורמי חוץ (למשל מתחרים)
מידע כלפי פנים הארגון (למשל היעדרויות עובדים)
מהו מקור המידע : מחוץ לארגון (למשל ניתוח שוק של אנליסט)
מהו מקור המידע : מתוך הארגון (ניתן לקבל מידע רב ערך מתוך הארגון)

שאלה 2: מיהם הלקוחות של המידע ?

היגדים

הנהלה, בעלי תפקידים – לצורך קבלת החלטות

עובדים מקצועיים בתוך הארגון – מידע שאמור להביא לשיפור בדרך עבודתם

בארגונים כגון עיר, ארגון ב'טרם' – הלקוחות הינם תושבי העיר, ההורים. למשל מידע להורים כיצד לשפר את בטיחות הילד ברכב.

שאלה 3: כיצד ניתן על ידי אנשי מקצוע (מידענים או אנשי מודיעין תחרותי עסקי) לייצר ערך מוסף למידע הגולמי ?

היגדים

בעולם של משאבים מוגבלים (כולל הזמן שמנהלים ובעלי תפקידים יכולים להקדיש למידע וקבל החלטות בהתאם) – חייבים להיות ממוקדים במקומות עם ה ROI הכי גבוה

קריטי – לשבת בצומת מרכזית כך שניתן להבין את צרכי הארגון

ניתוח מיהם הלקוחות החשובים בארגון אותם אנחנו צריכים ל"רצות"

ההנחה היא שלאחר שניתחנו נכון את ההיגדים הקודמים, אנחנו יודעים לאסוף מידע, לתמצת אותו, לנתח אותו, ולהפיק ממנו מסקנות

שאלה 4: כיצד ניתן למדוד בצורה כמותית את הערך המוסף משאלה 3 ?

היגדים

למידע אין ערך כל עוד לא השתמשו בו. מטרת המידע עבור בעלי תפקידים הינו לצמצם את אי הוודאות ולשפר את איכות ההחלטות המתקבלות

האם הצלחנו לשכנע בעל תפקיד / מנהל / מקבל החלטה להשתמש במידע ולקבל החלטה. מי ואיך הדרך הנכונה להציג ולשכנע ? למדוד כמה פעמים השפענו מתוך 10 פרויקטים למשל

מה הדרישה למידע שאנחנו מספקים. למשל – דרישה חוזרת לדו"חות מעודכנים. יחד עם זאת חייבים לוודא באופן פורמאלי האם נעשה שימוש במידע. לביקוש ללא שימוש אין שום ערך כמותי

חובה לבקש משוב על כל פרויקט שבצענו (האם למשל ענינו על צורך חשוב של הארגון ?)

בחברה עסקית : לבקש משוב ממקבל ההחלטה מה התועלת הכמותית שהפיק מהמידע (כסף ? נתח שוק, יעילות ? ועוד ...

בחברה ציבורית : סקר שביעות רצון מהמידע שניתן