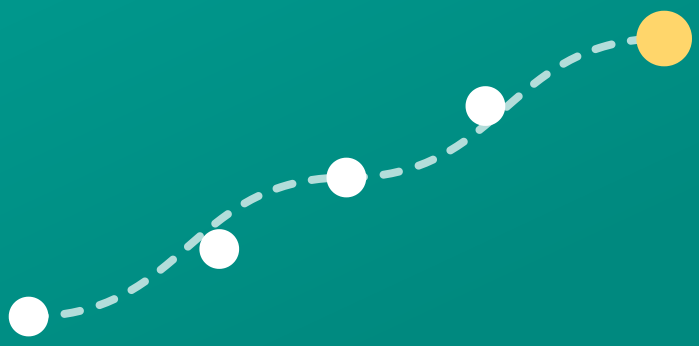
PLAYBOOK

Jak zbudować platformę wiedzy

Z CAMPUS i INTERVIEWER: od pierwszej myśli do pierwszego raportu dla zarządu



Acht S · CAMPUS · INTERVIEWER

O CO CHODZI

To nie podręcznik. To plan działania.

Wiedza, która tkwi w głowach i w rozproszonych folderach, kosztuje czas każdego dnia. Ten playbook pokazuje, jak zamienić ją w platformę wiedzy, z której Twój zespół naprawdę korzysta: jak zaplanować przedsięwzięcie, kogo do niego potrzebujesz, od jakich treści zacząć, jak udaje się pierwsze go-live i po czym Ty oraz Twoi przełożeni poznacie, że było warto.

Towarzyszą Ci Mara i Jonas ze zmyślonej firmy Butterfly Effect. Oboje robią dokładnie to w sześć tygodni, ze wszystkimi objazdami, które do tego należą.

Po lekturze będziesz wiedzieć,

- ✓ jak zaplanować przedsięwzięcie i zebrać zespół
- ✓ jakie treści powinny pojawić się najpierw i jak udaje się go-live
- ✓ po czym poznasz sukces i jak o nim raportować

Spis treści

WSTĘP

0 Zanim zaczniesz 5

DECYZJA

1 Rozpoznać i zdecydować 9

2 Zaplanować przedsięwzięcie 14

BUDOWA

3 Zespół i role 20

4 Treści i struktura 26

5 Pilotaż i pierwsze go-live 32

EKSPLOATACJA

6 Po go-live 37

7 Mierzyć sukces i raportować 41

PRZEGLĄD

8 Rzut oka na całość 45

PRZEDMOWA

Nie premiera. Początek.

Osiem lat temu wdrożyliśmy dla pewnego koncernu naszą pierwszą platformę wiedzy. Wtedy było to jeszcze coś wyjątkowego i tak widział to klient: jako kampanię, nie jako coś trwałego. Było 600 miejsc. Zgłosiło się 3 000 osób z kadry kierowniczej. Tematy były ustalone, treści też.

To był sukces. Na jakiś czas.

Potem pierwszy entuzjazm opadł. Treści były te same co pierwszego dnia, a korzystanie spadało. Musieliśmy szybko znaleźć nowe formaty i nowe treści. Wprowadziliśmy sesje na żywo, wtedy jeszcze przez WebEx, a z czasem dołączało coraz więcej mediów.

Wtedy nauczyliśmy się czegoś, co towarzyszy nam od tamtej pory: go-live platformy wiedzy to nie premiera filmowa. Film po premierze jest gotowy. Platforma wiedzy dopiero w dniu go-live naprawdę się zaczyna. Od tego momentu chodzi o to, by wciąż przyjmować nową wiedzę i rozdzielać ją tak, żeby docierała do ludzi, którzy jej potrzebują.

W gruncie rzeczy tu narodził się ten playbook. Zawiera to, czego nauczyliśmy się od tamtej pory, także na własnych objazdach. Ma Ci pomóc ułożyć przedsięwzięcie tak, żeby po go-live dopiero się zaczęło na dobre.

Jan Tenné

Założyciel i dyrektor zarządzający, Acht S

0

WSTĘP

Zanim zaczniesz

Czym jest ten playbook, czym nie jest i jak w dziesięć minut znaleźć właściwy punkt wyjścia.

To nie podręcznik. To plan działania.

Podręcznik tłumaczy, jaki przycisk nacisnąć. Ten playbook wyjaśnia, dlaczego go naciskasz, kiedy i kto w zespole powinien to zrobić.

Chodzi o pytania, które stoją przed techniką i obok niej: Jak zaplanować przedsięwzięcie? Kogo do niego potrzebuję? Od jakich treści zacząć? Jak przebiega pierwsze go-live? Co dzieje się potem? I po czym moi przełożeni i ja poznamy, że było warto?

Tam, gdzie chodzi o konkretne czynności, playbook odsyła do podręczników CAMPUS i INTERVIEWER. Te odsyłacze rozpoznasz po małych symbolach książki, na przykład CAMPUS Czym jest CAMPUS? Dzięki temu playbook pozostaje krótki, a szczegóły dostajesz dokładnie wtedy, gdy ich potrzebujesz.

Dla kogo jest ten playbook

Dla wszystkich, którzy platformy wiedzy nie obsługują, lecz za nią odpowiadają: dla osoby prowadzącej projekt, dla kierownictwa działu, które chce zabezpieczyć swoją wiedzę, i dla lidera zespołu, którego ludzie będą potem z niej korzystać. A także dla wszystkich, którzy od dawna myślą o tym temacie i szukają początku. Wiedzy technicznej nie potrzebujesz.

Nie każdy musi czytać wszystko. Znajdź swoją ścieżkę czytania:

JESTEŚ …	PRZECZYTAJ NAJPIERW	POTEM W RAZIE POTRZEBY
osobą odpowiedzialną za projekt	wszystkie rozdziały po kolei	narzędzia pracy w każdym rozdziale

JESTEŚ …	PRZECZYTAJ NAJPIERW	POTEM W RAZIE POTRZEBY
członkiem zarządu lub zleceniodawcą	rozdziały 1, 2 i 7	rozdział 3 (kogo potrzebuje projekt) i 6 (czego potrzebuje stała eksploatacja)
kierownikiem działu lub zespołu	rozdziały 3, 4 i 6	rozdział 5 (co czeka Twój zespół przy go-live)
w redakcji	rozdziały 4, 5 i 6	odsyłacze do podręczników

Dwa narzędzia, jedna droga

W tym playbooku współpracują dwa rozwiązania Acht S. Każde ma swoje zadanie:

PUNKT WYJŚCIA — **Wiedza w głowach i dokumentach**
Doświadczenie, nawyki, pliki PDF, foldery, maile

↓

INTERVIEWER — **Zbierać wiedzę**
AI przeprowadza wywiad, dopytuje tam, gdzie czegoś brakuje, i pisze ustrukturyzowany dokument, czyli iDoc.

↓

CAMPUS — **Udostępniać wiedzę**
Z iDocs i dokumentów powstają sprawdzone treści, uporządkowane i widoczne dla właściwych osób.

↓

EFEKT — **Twój zespół znajduje, uczy się, pyta**
Przez wyszukiwarkę, nawigację i, jeśli wykupiony, asystenta AI Bryan.

CAMPUS możesz wdrożyć także bez INTERVIEWER. INTERVIEWER pokazuje swoją siłę tam, gdzie wiedza nie jest jeszcze spisana, lecz tkwi w głowach doświadczonych koleżanek i kolegów. Jak oba narzędzia ze sobą współgrają, pokazuje rozdział 4.

Jak zbudowany jest ten playbook

1. **Rozpoznać i zdecydować.** Autotest: czy potrzebujesz platformy wiedzy i jakiej wielkości?
2. **Zaplanować przedsięwzięcie.** Cel, tematy, ramy prawne i realistyczny harmonogram.
3. **Zespół i role.** Kto w projekcie za co odpowiada i jak mądrze rozdzielić uprawnienia.

4. **Treści i struktura.** Od czego zacząć, skąd wziąć wiedzę i jak sprawić, by dało się ją odnaleźć.
5. **Pilotaż i pierwsze go-live.** Najpierw mały test, potem zaproszenie wszystkich.
6. **Po go-live.** Plan redakcyjny, pielęgnacja i pytanie, co będzie dalej.
7. **Mierzyć sukces i raportować.** Wskaźniki, które coś mówią, i raport mieszczący się na jednej stronie.
8. **Rzut oka na całość.** Lista kontrolna całej drogi, wszystkie narzędzia pracy i mały słowniczek.

Każdy rozdział kończy się ramką „To zabierasz ze sobą". Kto ma mało czasu, czyta tylko te ramki i narzędzia pracy.

Opowieść jako nić przewodnia

Przez cały playbook towarzyszy Ci zmyślona firma: Butterfly Effect. Mara, która kieruje tam wewnętrznym szkoleniem, i Jonas z jej zespołu budują w sześć tygodni platformę wiedzy. Ich przeżycia znajdziesz w kolorowych ramkach. Pokazują, jak rady sprawdzają się na co dzień, także z objazdami.

> **W BUTTERFLY EFFECT** · *Prolog*
>
> Butterfly Effect to średnie przedsiębiorstwo, które świadomie wybrało swoją nazwę: z przekonania, że małe decyzje mają wielki skutek.
>
> Gdy firma wprowadziła CAMPUS, szybko było to widać: jasne pytanie o cel, druga osoba w zespole, cztery kategorie zamiast czternastu. Każda decyzja z osobna była niewielka. Razem zdecydowały o tym, czy platforma będzie używana.
>
> Ta opowieść pokazuje, jak z pustego ekranu w sześć tygodni powstało miejsce, w którym zespół naprawdę pracuje. I jak Mara po trzech miesiącach mogła wyjaśnić prezesce, co to dało.

TO ZABIERASZ ZE SOBĄ

- Playbook odpowiada na pytania dlaczego, kiedy i kto. Na pytanie jak odpowiadają podręczniki online pod adresem help.8s.de.
- INTERVIEWER wydobywa wiedzę z głów i dokumentów, CAMPUS dostarcza ją właściwym osobom.
- Nie musisz czytać wszystkiego. Wybierz ścieżkę czytania pasującą do Twojej roli, z tabeli Dla kogo jest ten playbook.

1

DECYZJA

Rozpoznać i zdecydować

Dwa krótkie autotesty: Czy Twój zespół traci wiedzę? A jeśli tak, to czy pasuje do tego CAMPUS i w jakiej wielkości?

Pięć sygnałów ostrzegawczych, że Twój zespół traci wiedzę

Utrata wiedzy rzadko daje o sobie znać głośno. Objawia się w drobnych tarciach, do których wszyscy dawno się przyzwyczaili. Przeczytaj te pięć zdań i szczerze powiedz, czy pasują do Twojego zespołu.

Ważne dokumenty istnieją w kilku wersjach.

☐ Tak ☐ Nie

Nowe osoby w zespole bez przerwy zadają te same pytania.

☐ Tak ☐ Nie

Gdy brakuje jednej konkretnej osoby, praca stoi.

☐ Tak ☐ Nie

Nie jest jasne, kto sprawdza treści, zanim wyjdą na zewnątrz.

☐ Tak ☐ Nie

Nie wszyscy widzą to, co jest dla nich przeznaczone. Albo widzą za dużo.

☐ Tak ☐ Nie

Policz, ile razy padło „Tak".

0 do 1 „Tak”: Działa. Twój zespół panuje nad swoją wiedzą. Miej te pięć zdań z tyłu głowy, zwłaszcza gdy zespół rośnie.

2 do 3 „Tak”: Warto się przyjrzeć. Tarcia są, ale da się je jeszcze opanować. Drugi test poniżej pokaże Ci, czy platforma ma już sens.

4 do 5 „Tak”: Czas działać. Twój zespół każdego dnia płaci czasem i nerwami. Zrób drugi test, a jeśli chcesz, porozmawiaj z nami.

W BUTTERFLY EFFECT · *Cztery z pięciu*

Mara przeczytała te pięć zdań w przerwie obiadowej. Przy trzecim musiała się roześmiać, nie dlatego, że było śmieszne, lecz dlatego, że od razu pomyślała o Hansie: dwadzieścia trzy lata w obsłudze klienta, za rok na emeryturze. Kiedy Hans był na urlopie, pół działu czekało.

Cztery razy „Tak”. Piątego zdania nie umiała ocenić. To, że tego nie wiedziała, było chyba również odpowiedzią.

Co zmienia platforma wiedzy

Z każdym z pięciu sygnałów ostrzegawczych z testu można się zmierzyć za pomocą platformy wiedzy. Żadna z odpowiedzi nie jest czarną magią. To rzeczy oczywiste, które platforma po prostu czyni niezawodnymi. Tabela pokazuje, jak:

SYGNAŁ OSTRZEGAWCZY	JAK POMAGA PLATFORMA
Kilka wersji	Jedna treść w jednym miejscu, którą się pielęgnuje, zamiast wielu kopii w folderach i mailach.
Ciągle te same pytania	Treści można znaleźć przez wyszukiwarkę, tematy i tagi. Dzięki modułowi dodatkowemu „Interactive Avatar” asystent AI Bryan odpowiada na pytania na podstawie Waszych własnych treści, także z dołączonych plików i filmów.
Wiedza zależy od osób	INTERVIEWER wydobywa wiedzę z doświadczenia w rozmowie, CAMPUS udostępnia ją wszystkim.
Niejasne, kto sprawdza	Tworzenie i zatwierdzanie to osobne zadania tam, gdzie ma to znaczenie. To, co trafia na żywo, widziała druga osoba.
Błędna widoczność	Group i zasady widoczności decydują, kto jakie treści widzi.

Jak te odpowiedzi przybiorą kształt w Twoim przedsięwzięciu, pokazują rozdziały od 3 do 5.

Czy CAMPUS pasuje do Ciebie?

Drugi test trwa dwie minuty. Nie ma złych odpowiedzi. Powie Ci, czy platforma się opłaca i na jaką wielkość warto planować.

1 · Jaki problem ma rozwiązać dla Ciebie CAMPUS?

- ☐ Wiedza jest rozproszona i trudno ją znaleźć.
- ☐ Nowe osoby mają być wdrażane szybciej i lepiej.
- ☐ Obowiązkowe szkolenia muszą być udokumentowane.
- ☐ Wiedza z doświadczenia nie powinna zależeć od pojedynczych osób.
- ☐ Jeszcze dokładnie nie wiem.

2 · Ile osób ma korzystać z treści?

- ☐ Do 20 (0)
- ☐ 20 do 100 (1)
- ☐ 100 do 500 (2)
- ☐ Ponad 500 (3)

3 · Ile osób będzie później utrzymywać treści?

- ☐ Nikt albo tylko jedna osoba (0)
- ☐ Dwie do trzech (1)
- ☐ Cztery do dziesięciu (2)
- ☐ Więcej niż dziesięć, z kilku obszarów (3)

4 · Jak dziś sprawdza się treści przed opublikowaniem?

- ☐ Wcale: kto pisze, ten publikuje. (0)
- ☐ Nieformalnie: ktoś rzuca okiem. (1)
- ☐ Sprawdza stała osoba. (2)
- ☐ Kilka osób sprawdzających, zależnie od działu. (3)

5 · Kto ma mieć wgląd w jakie treści?

- ☐ Wszyscy widzą wszystko. (0)
- ☐ Kilka Group ma własne treści. (1)
- ☐ Wiele grup docelowych, wyraźnie od siebie oddzielonych. (3)

6 · Gdzie jest dziś Wasza wiedza?

- ☐ Głównie w głowach. (0)
- ☐ W dokumentach i plikach PDF, rozproszonych w kilku miejscach. (1)
- ☐ W dużych zbiorach, częściowo wielojęzycznych. (2)

7 · Co ma zapewniać Reward-System?

- ☐ Na razie nic, chcemy po prostu udostępniać treści.
- ☐ Uwidocznić postępy w nauce.
- ☐ Umożliwić potwierdzenia, certyfikaty lub rywalizację.

Zsumuj punkty z pytań od 2 do 6. Pytania 1 i 7 nie dają punktów, wpływają na wskazówki poniżej. Sprawdź najpierw górny wiersz.

Pytanie 1 otwarte i najwyżej 7 punktów: Najpierw wyjaśnij cel. Wciąż nie wiadomo, do czego miałby służyć CAMPUS. To nie jest „Nie". Ale bez celu nie da się sensownie zaplanować struktury i ról. Czytaj dalej w rozdziale 2, decyzja 1.

0 do 3 punktów: Prawdopodobnie jeszcze nie. Przy takiej wielkości często wystarcza uporządkowany zbiór dokumentów z jasnymi odpowiedzialnościami. CAMPUS staje się interesujący, gdy więcej osób korzysta z treści lub je utrzymuje, gdy potrzebne jest zatwierdzanie albo gdy różne grupy mają widzieć różne rzeczy.

4 do 7 punktów: Tak, w wersji kompaktowej. Niewielka konfiguracja pokryje Twoje potrzeby: kilka ról, kilka tematów, szybki start.

8 do 11 punktów: Tak, jako zespół redakcyjny. Potrzebujecie jasnego podziału zadań między tworzeniem a zatwierdzaniem oraz kilku Group, aby treści trafiały do właściwych osób.

12 do 14 punktów: Tak, w większej skali. Przy wielu działach i wielu grupach docelowych dobrze zaplanowana koncepcja ról i widoczności opłaca się od samego początku.

Zapamiętaj swój wynik: kompaktowy, zespół redakcyjny albo większa skala. W rozdziale 3 znajdziesz do niego odpowiedni plan obsady.

A oto uczciwa odpowiedź na pytanie o wielkość: pod względem ekonomicznym CAMPUS opłaca się zwykle od około 100 do 200 uczestników. Poniżej tej liczby może być mimo to w sam raz, na przykład jako chroniona przestrzeń wiedzy dla zarządu lub rady nadzorczej. Wtedy liczą się przede wszystkim koszty wewnętrzne: czas na treści i redakcję.

Co pasuje do Twoich odpowiedzi

Do niektórych Twoich odpowiedzi w CAMPUS lub INTERVIEWER jest funkcja, która ułatwia start:

- **Pytanie 1, wiedza jest rozproszona:** Treści można znaleźć przez kategorie, tagi i wyszukiwarkę. Asystent AI Bryan odpowiada na pytania na podstawie Waszych własnych treści, także z dołączonych plików i filmów. Należy do modułu „Interactive Avatar", który dodatkowo wymaga modułu „AI Suite". Oba są opcjonalne i można je dokupić.
- **Pytanie 1, zabezpieczenie wiedzy z doświadczenia:** INTERVIEWER wydobywa wiedzę z głów w rozmowie, zanim ktoś odejdzie lub zmieni rolę. Więcej na ten temat w rozdziale

4.

- **Pytanie 3 i 4, kilka osób dba o treści i je sprawdza:** Dzięki uprawnieniu Reviewer rozdzielasz tworzenie i zatwierdzanie. Jak rygorystyczne musi być zatwierdzanie, zależy od treści, zob. rozdział 3.
- **Pytanie 5, wiele oddzielnych grup odbiorców:** Zaplanuj grupy i widoczność od samego początku. Później jest to znacznie bardziej pracochłonne.
- **Pytanie 6, wiedza w głowach:** Tu INTERVIEWER jest Twoim najważniejszym narzędziem. Zamiast prosić ludzi, żeby „coś spisali", AI prowadzi z nimi rozmowę i tworzy z niej ustrukturyzowany dokument. Więcej w rozdziale 4.
- **Pytanie 6, wiedza w dokumentach:** Generator AI w CAMPUS potrafi z istniejących dokumentów zbudować pierwszy szkic wraz z konspektem. Dopracowaniem zajmie się Twoja redakcja.
- **Pytanie 7, Reward-System:** Można je dodać w dowolnym momencie. Do widocznego postępu nadają się odznaki, do potwierdzeń certyfikaty. Najlepiej, gdy podstawowa struktura już stoi.

> Ceny, licencje i moduły omawiasz ze swoją osobą kontaktową w Acht S.

✓ TO ZABIERASZ ZE SOBĄ

- ✓ Cztery lub pięć „Tak" w pierwszym teście oznacza: Twój zespół codziennie płaci czasem za utratę wiedzy.
- ✓ Drugi test mówi Ci, jaka jest wielkość: kompaktowa, zespół redakcyjny albo większa skala.
- ✓ Jeśli cel jest jeszcze niejasny, zacznij od niego. Wszystko inne na nim się opiera.

2

DECYZJA

Zaplanować przedsięwzięcie

Trzy decyzje, harmonogram i pomiar przed startem. To kosztuje kilka dni i oszczędza Ci późniejszej przebudowy.

W BUTTERFLY EFFECT · *Jedno zdanie zamiast dwunastu slajdów*

Zanim Mara cokolwiek skonfigurowała, usiadła u Katrin, prezeski firmy. Przygotowała dwanaście slajdów. Katrin spojrzała na pierwszy i zapytała: „Co ma być inaczej za trzy miesiące?"

Mara zastanowiła się. „Nowe osoby w obsłudze klienta mają po trzech tygodniach radzić sobie bez Hansa."

„Dobrze", powiedziała Katrin. „Więc zapisz dokładnie to. A za trzy miesiące powiedz mi, czy się udało." Pozostałych jedenastu slajdów Mara nigdy nie pokazała.

Trzy decyzje przed startem

Zanim ktokolwiek skonfiguruje platformę, wyjaśniasz trzy sprawy: cel, tematy i ramy. Każda mieści się na pół strony. Kto je pominie, i tak je podejmie, tylko później, pod presją czasu i większym kosztem.

Decyzja 1: Cel

Jasny cel to podstawa wszystkiego dalszego: struktury, ról i tego, po czym później poznasz, że to działa. CAMPUS działa najsilniej przy jasno zarysowanym przedsięwzięciu: jeden cel, jedna grupa docelowa, jeden projekt. „Jedno miejsce na całą naszą wiedzę" to piękna myśl, ale jeszcze nie cel.

- **Nazwać problem:** Co ma być inaczej? Na przykład zebrać rozproszoną wiedzę, szybciej wdrażać nowe osoby albo udokumentować obowiązkowe szkolenia.

- **Określić grupę docelową:** Kto ma korzystać z platformy i co ci ludzie mają dzięki niej móc robić?
- **Opisać sukces:** Po czym po trzech miesiącach poznasz, że było warto? Najlepiej po liczbie, którą możesz zmierzyć już dziś.
- **Wyjaśnić odpowiedzialność:** Kto zajmuje się projektem i kto stoi za nim po stronie kierownictwa?

Dobry test: czy Twój cel da się wypowiedzieć jednym zdaniem? „Za trzy miesiące nowe osoby w obsłudze klienta radzą sobie bez indywidualnej opieki, co widać po tym, że dopytują o połowę rzadziej niż dziś." Jeśli to zdanie sprawia Ci trudność, zwykle coś jest jeszcze otwarte i warto to wyjaśnić najpierw.

Większość przedsięwzięć realizuje jeden z czterech celów. Przegląd pomoże Ci wypełnić pierwsze wiersze karty projektu: jaki problem rozwiązujecie i po czym mierzycie sukces.

TYPOWY CEL	PO CZYM GO MIERZYSZ	CO W TYM POMAGA
Uczynić rozproszoną wiedzę łatwą do znalezienia	Czas wyszukiwania, powracające pytania	Kategorie, tagi, wyszukiwarka, na życzenie Bryan
Szybciej wdrażać nowe osoby	Czas, po którym typowe zadanie udaje się samodzielnie	Program onboardingowy ze ścieżkami edukacyjnymi
Udokumentować szkolenia obowiązkowe	Nakład pracy na dowody, odsetek ukończonych szkoleń	Certyfikaty w systemie nagród, zestawienia
Zabezpieczyć wiedzę z doświadczenia	Zabezpieczone tematy przed odejściem lub zmianą roli	INTERVIEWER i jego iDocs

Jak zapisać wartości z góry, opisano niżej w części Wartości wyjściowe, a jak porównać je później, w rozdziale 7.

NARZĘDZIE PRACY · **Karta projektu**

Odpowiedz na każdy wiersz w jednym lub dwóch zdaniach. Jeśli któryś sprawia Ci trudność, to znak, że jest tu jeszcze coś do wyjaśnienia. Karta projektu jest zarazem pierwszą stroną Twojego późniejszego raportu.

Jaki problem rozwiązujemy?
Kto jest grupą docelową?
Nasz cel w jednym zdaniu
Po czym mierzymy sukces? (Wartość wyjściowa dziś)

Kto odpowiada, a kto jest zleceniodawcą?	
Pożądany okres pilotażu i go-live	
Ile czasu tygodniowo ma zespół rdzeniowy?	

Decyzja 2: Zawęzić tematy

Nie musisz odwzorować wszystkiego naraz. Wręcz przeciwnie: platforma, która startuje z dwoma, trzema dobrze zrobionymi tematami, przekonuje bardziej niż ta, która wszystkiego dotyka i niczego nie kończy.

- **Zebrać wiedzę:** Gdzie jest dziś wiedza? W głowach, w dokumentach, w różnych zbiorach? To decyduje, czy zaczniesz od INTERVIEWER, od generatora AI, czy od treści napisanych przez zespół.
- **Wybrać tematy:** Wybierz na start kilka tematów i ustal ich kolejność. Dobre tematy startowe dotyczą wielu osób, są często wyszukiwane lub są obowiązkowe.
- **Przypisać osoby odpowiedzialne:** Kto będzie później utrzymywał który temat? Temat bez osoby odpowiedzialnej starzeje się jako pierwszy.

Z tych tematów powstaną później główne obszary Twojej platformy. Kilka stabilnych tematów to dobry początek. Całą resztę świadomie zostawiasz na później.

NARZĘDZIE PRACY · **Lista tematów**

TEMAT	W STARCIE?	PRIORYTET	GDZIE JEST WIEDZA?	ODPOWIEDZIALNOŚĆ
	Tak · Nie		Głowy · Dokumenty	
	Tak · Nie		Głowy · Dokumenty	
	Tak · Nie		Głowy · Dokumenty	
	Tak · Nie		Głowy · Dokumenty	

Decyzja 3: Sprawdzić ramy

Zanim powstaną treści i konta użytkowników, wyjaśniasz ramy prawne. Zależą od kraju, branży i firmy. Dobra wiadomość: kto pyta wcześnie, zwykle szybko dostaje odpowiedź. Kto pyta późno, często dostaje stop.

- **Ochrona danych:** CAMPUS przetwarza konta użytkowników i, zależnie od zastosowania, postępy w nauce. Ustal z właściwą osobą lub komórką, jakie dane gromadzicie, kto je widzi i jak długo je przechowujecie.
- **Współdecydowanie pracowników:** Jeśli istnieje rada pracowników lub porównywalny organ, włącz go wcześnie. Typowe pytania dotyczą koncepcji ról, tego, kto widzi które zestawienia, czy analizowane są zapytania w wyszukiwarce i czy mają być rankingi.
- **Rozmowy z INTERVIEWER:** Jeśli chcesz zbierać wiedzę w rozmowie i nagrywać dźwięk, porozmawiaj wcześniej z uczestnikami. Powinni wiedzieć, co stanie się z nagraniem i z wynikiem.
- **Wymogi branżowe:** Czy istnieją wymagania dotyczące potwierdzeń lub przechowywania, na przykład przy obowiązkowych szkoleniach? Zapisz je, zanim ustalisz strukturę.

NARZĘDZIE PRACY · **Lista kontrolna ram**

	PUNKT KONTROLNY	ODPOWIEDZIALNOŚĆ	ZREALIZOWANO DNIA
☐	Ochrona danych wyjaśniona		
☐	Organ pracowniczy włączony (jeśli istnieje)		
☐	Uczestnicy wywiadów poinformowani		
☐	Wymogi branżowe sprawdzone		
☐	Zgoda właściwej komórki została wydana		

> Ten playbook nie zastępuje porady prawnej. Wymagania swojej firmy i swojego kraju sprawdź z właściwą osobą lub komórką.

Harmonogram

W Butterfly Effect od pustego ekranu do go-live minęło sześć tygodni. U Ciebie mogą to być cztery albo dwanaście. Zależy to od tego, ile czasu ma zespół rdzeniowy i ile tematów zabieracie ze sobą. Kolejność faz pozostaje jednak taka sama:

FAZA 0 · JEDEN DO DWÓCH TYGODNI

Zdecydować i zaplanować

Cel, tematy, ramy, wartości wyjściowe. Ten rozdział.

FAZA 1 · OKOŁO TYGODNIA

Położyć fundament

Ustalić zespół rdzeniowy i role, założyć podstawową strukturę tematów. Rozdziały 3 i 4.

FAZA 2 · DWA DO TRZECH TYGODNI

Wypełnić treściami

Zebrać wiedzę, stworzyć pierwsze treści, sprawdzić i zatwierdzić. Rozdział 4.

FAZA 3 · JEDEN DO DWÓCH TYGODNI

Pilotaż

Mała grupa testuje, zespół wprowadza poprawki. Rozdział 5.

FAZA 4 · DZIEŃ GO-LIVE I DWA TYGODNIE PO NIM

Go-live i wsparcie

Zaprosić wszystkich, ogłosić, w pierwszych tygodniach ściśle wspierać. Rozdział 5.

FAZA 5 · NA STAŁE

Eksploatacja i rozwój

Plan redakcyjny, pielęgnacja, nowe tematy, mierzenie sukcesu i raportowanie. Także po go-live platforma potrzebuje stałych okien czasowych, orientacyjnie około pół godziny tygodniowo na przegląd, godzinę miesięcznie na planowanie i pół dnia na kwartał na porządkowanie. Rozdziały 6 i 7.

> Czas trwania poszczególnych faz to wartość orientacyjna do planowania, nie obietnica. Lepiej zaplanować tydzień zapasu przed go-live niż go-live, które trzeba przesunąć.

Zapisać wartości wyjściowe

To, czy platforma się opłaca, możesz za trzy miesiące wykazać tylko wtedy, gdy wiesz, gdzie stoisz dzisiaj. Dlatego mierzysz teraz, zanim cokolwiek się zmieni. Nie musi to być pracochłonne:

- **Powtarzające się pytania:** Poproś dwie, trzy osoby z wiedzą o prowadzenie przez dwa tygodnie kreskowej listy, jak często odpowiadają na te same pytania.
- **Wdrożenie:** Jak długo trwa dziś, zanim nowe osoby samodzielnie wykonają typowe zadanie? Zapytaj ostatnie trzy nowe osoby i ich liderów zespołów.
- **Czas szukania:** Wystarczy krótka ankieta z jednym pytaniem: „Jak długo średnio szukasz potrzebnego dokumentu?”
- **Obowiązkowe potwierdzenia:** Ile wysiłku kosztuje dziś wykazanie, kto ukończył obowiązkowe szkolenie?

Weź tylko te wartości, które pasują do Twojego celu. Jedna lub dwie dobrze zmierzone liczby są warte więcej niż dziesięć oszacowanych. Jak później je porównać i o nich raportować, pokazuje rozdział 7.

TO ZABIERASZ ZE SOBĄ

- Cel musi zmieścić się w jednym zdaniu, z liczbą, którą możesz zmierzyć już dziś.
- Zacznij od kilku tematów, które dotyczą wielu osób. Każdy temat potrzebuje osoby odpowiedzialnej.
- Ochrona danych i współdecydowanie pracowników należą na początek, nie na koniec.
- Zmierz wartości wyjściowe teraz. Później będzie za późno.

3

BUDOWA

Zespół i role

Kto w projekcie przejmuje jakie zadanie, jak z tego powstają uprawnienia w CAMPUS i INTERVIEWER oraz dlaczego dwoje oczu to za mało.

Role w projekcie i uprawnienia w oprogramowaniu to dwie różne rzeczy. Najpierw zastanawiasz się, jakie zadania się pojawią i kto je przejmie. Potem przekładasz to na uprawnienia. Kto zaczyna od drugiej strony, rozdaje uprawnienia na wyczucie, a potem dziwi się, dlaczego nikt nie jest odpowiedzialny.

W BUTTERFLY EFFECT · *Kto co może?*

W poniedziałek rano, tuż po dziewiątej, Mara siedziała przed pustym ekranem. Żadnego błędu, żadnej animacji ładowania, po prostu platforma, która na nią czekała. Mara nie była ani programistką, ani osobą z IT. W ostatnich tygodniach nauczyła się, że „skonfigurować platformę" oznacza dwie rzeczy: zrozumieć technikę i podjąć decyzje, które z techniką mają niewiele wspólnego.

Jej pierwszy telefon nie poszedł do IT, lecz do Jonasa z jej zespołu. „Chyba cię potrzebuję", powiedziała, zanim jeszcze wiedziała, do czego dokładnie.

Razem odkryli, że CAMPUS w gruncie rzeczy zna tylko trzy role: User, czyli osoby, które się uczą i szukają. Super-Admini z dostępem do wszystkiego, odpowiedzialność, której Mara świadomie nie chciała brać na siebie samotnie. A pomiędzy nimi rola Admin, którą można kształtować jak plastelinę. Z niej powstają znane nazwy: Editor dla tych, którzy tworzą treści. User-Admin dla tych, którzy zajmują się ludźmi, a nie treściami.

„A kto na końcu mówi: tak, to może wyjść?", zapytał Jonas.

Właśnie do tego było osobne, dołączane uprawnienie: Reviewer. Nie automatycznie Admin, nie automatycznie Mara, lecz świadomie wydzielone zadanie. Mara uczyniła Jonasa Editorem, a sobie nadała uprawnienie Reviewera. Kilka kliknięć, żadnej ceremonii. Ale od tej chwili każda osoba w zespole wiedziała, kto za co odpowiada. To samo, jak się miało okazać, było połową sukcesu.

Role w projekcie

Platforma wiedzy nie potrzebuje dużego zespołu, ale jasnych odpowiedzialności, przy budowie i w bieżącej eksploatacji. W małych przedsięwzięciach jedna osoba przejmuje kilka ról, w dużych jedną rolę dzieli kilka osób. Ważne tylko, żeby każda rola miała nazwę.

ROLA W PROJEKCIE	ZADANIE	KTO PASUJE
Zleceniodawca	Niesie cel, zapewnia czas i budżet, odbiera raport i usuwa przeszkody.	Ktoś z kierownictwa, kto sam odczuwa problem.
Osoba odpowiedzialna za platformę	Prowadzi projekt, decyduje o strukturze i zasadach, jest osobą kontaktową dla wszystkich.	Ktoś z przeglądem tematów i grup docelowych, niekoniecznie z IT.
Redakcja	Tworzy i utrzymuje treści, prowadzi wywiady, dba o porządek.	Osoby, które lubią pisać i rozumieją grupę docelową.
Eksperci merytoryczni	Dostarczają wiedzę i sprawdzają ją merytorycznie.	Ci, których dziś pytają wszyscy.
Zatwierdzanie	Sprawdza treści, zanim zostaną opublikowane.	Osoba pewna merytorycznie i językowo, i nie ta sama, która stworzyła treść.
Zarządzanie użytkownikami	Zakłada konta, przypisuje do Group, zajmuje się dołączaniem i odejściami.	Często dział kadr lub asystentura zespołu.
Technika	Wyjaśnia rejestrację i logowanie oraz, jeśli sobie tego życzycie, integrację z Waszymi systemami.	Wasze IT, wspólnie z Acht S.
Grupa pilotażowa	Testuje przed go-live i przekazuje szczerą opinię.	Pięć do dziesięciu osób z grupy docelowej, także sceptycy.
Ochrona danych	Sprawdza, jakie dane są zbierane i analizowane, przed startem i przy każdej rozbudowie.	Wasi inspektorzy ochrony danych lub właściwa komórka.
Rada pracowników, jeśli istnieje	Jest włączana przy koncepcji ról, zestawieniach i rankingach, także w bieżącej eksploatacji.	Właściwy organ, wcześnie, a nie dopiero tuż przed startem.
Liderzy zespołów	Zwalniają czas, kierują swój zespół na platformę i zgłaszają brakujące tematy.	Liderzy zespołów, których ludzie korzystają z platformy.

Ostatnie trzy nie są rolami projektowymi w ścisłym sensie. Pozostają jednak stale zaangażowane, dlatego od początku należą na listę.

Od zadania do uprawnienia

Gdy obsada jest ustalona, przekładasz ją na uprawnienia. W CAMPUS jest to prostsze, niż brzmi:

- Większość osób to **User**. Uczą się, szukają i pytają. Dotyczy to także wielu ekspertów merytorycznych.
- **Redakcja** dostaje uprawnienia do tworzenia i utrzymywania treści. W podręczniku te osoby nazywają się Editorami. Jeśli współpracuje kilka działów, każdą redakcję ograniczasz do treści jej Group.
- **Zatwierdzanie** dostaje uprawnienie Reviewer. To osobne uprawnienie, aby tworzenie i zatwierdzanie pozostały rozdzielone.
- **Zarządzanie użytkownikami** dostaje uprawnienia dotyczące ludzi, nie treści.
- **Pełny dostęp** jako Super-Admin dostają jedna lub dwie osoby, zwykle osoba odpowiedzialna za platformę i jej zastępca lub zastępczyni.

Jak role są zbudowane technicznie i jak je nadawać, wyjaśnia podręcznik: CAMPUS Role i uprawnienia, CAMPUS Macierz uprawnień — kto co może i CAMPUS Uprawnienie: Reviewer.

W INTERVIEWER jest jeszcze prościej: kto tworzy iDocs, jest członkiem (Member) przestrzeni roboczej. Co najmniej jedna osoba jest Owner i zaprasza pozostałe. Zwykle jest to ta sama osoba, która odpowiada za CAMPUS. Szczegóły: INTERVIEWER Role: Member i Owner.

Pięć zasad dotyczących ról

1. **Rozdzielić tworzenie i zatwierdzanie tam, gdzie ma to znaczenie.** Kto napisał treść, najgorzej widzi własne błędy. Przy ważnych treściach sprawdza więc druga osoba. Ale nie za wiele: jeśli zatwierdzać może każdy, nikt nie czuje się odpowiedzialny.
2. **Tak mało uprawnień, jak trzeba.** Każda osoba dostaje uprawnienia, których wymaga jej zadanie, i nic ponad to. To chroni przed pomyłkami i utrzymuje jasność odpowiedzialności.
3. **Pełny dostęp na dwóch barkach.** Super-Adminem powinna być co najmniej jedna, co najwyżej dwie osoby. Jedna sama to ryzyko, gdy jest na urlopie. Pięć to ryzyko, bo ustawienia obowiązują od razu na całej platformie.
4. **Group zamiast pojedynczych przypadków.** Kto co może widzieć, regulujesz przez Group, nie osoba po osobie. Dzięki temu platforma pozostaje opanowana także przy stu nowych kontach.
5. **Role żyją razem z ludźmi.** Ludzie zmieniają zadania i działy. Raz na kwartał spójrz na listę uprawnień i odbierz je, gdy ktoś odchodzi.

Jak rygorystyczne musi być zatwierdzanie

Nie każda treść wymaga takiej samej kontroli. Dla małego zespołu obowiązkowe zatwierdzanie wszystkiego szybko wydaje się przesadą. Przy szkoleniach obowiązkowych, bezpieczeństwie lub treściach prawnych jest natomiast często przyjęte, a nawet wymagane. A im więcej szkiców pisze generator AI, tym ważniejsze jest ludzkie spojrzenie. Sprawdziły się trzy poziomy:

POZIOM	DLA JAKICH TREŚCI	JAK TO DZIAŁA
Obowiązkowe zatwierdzenie	Tematy obowiązkowe i dotyczące bezpieczeństwa, treści prawne, polityki kadrowe, zobowiązania wobec klientów, takie jak ceny czy usługi	Druga osoba sprawdza przed publikacją.
Kontrola cykliczna	Procesy, instrukcje, wiedza o produkcie	Publikować od razu i kontrolować w stałym rytmie przeglądów (rozdział 6).
Na własną odpowiedzialność	Wskazówki, doświadczenia, osoby kontaktowe	Kto pisze, publikuje sam, z imieniem i datą przy treści.

W CAMPUS regulujesz to przez uprawnienia: kto może publikować bezpośrednio, a kto musi poprosić o zatwierdzenie, ustalasz dla każdej osoby. Jak to zrobić: CAMPUS Zatwierdzanie i publikowanie.

Plan obsady

Ile osób potrzebujesz do jakiego zadania, zależy od wielkości, którą pokazał Ci test w rozdziale 1:

ZADANIE	KOMPAKTOWA	ZESPÓŁ REDAKCYJNY	WIĘKSZA SKALA
Redakcja (Editor)	1 do 2	3 do 6	1 do 2 na obszar
Zatwierdzanie (Reviewer)	1	1 do 2	co najmniej 1 na obszar
Zarządzanie użytkownikami (User-Admin)	przejmuje osoba odpowiedzialna za platformę	1	1 do 2
Pełny dostęp (Super-Admin)	1 do 2	1 do 2	2

ZADANIE	KOMPAKTOWA	ZESPÓŁ REDAKCYJNY	WIĘKSZA SKALA
Group	0 do 2	2 do 5	według grup docelowych, ze stałymi zasadami widoczności

> Liczby to wartości orientacyjne, impuls do namysłu, nie wymóg CAMPUS ani informacja licencyjna. Uprawnienie Reviewer powinna, gdzie tylko to możliwe, mieć inna osoba niż ta, która tworzy treść.

Co Twój zespół naprawdę musi zrobić

Najczęstszą przyczyną, dla której platformy wiedzy utykają, nie jest technika. To założenie, że wszystko dzieje się „przy okazji". Dlatego zaplanuj czas wyraźnie:

- **Redakcja** potrzebuje w fazie budowy stałych okien czasowych w tygodniu, w eksploatacji wyraźnie mniej, ale regularnie. Stały termin pokona każdą dobrą intencję.
- **Eksperci merytoryczni** potrzebują niewiele czasu, ale we właściwym momencie: wywiadu na 30 do 60 minut na temat i krótkiego merytorycznego sprawdzenia wyniku.
- **Liderzy zespołów** zwalniają swoich ludzi na ten czas. I dają dobry przykład: kto dostaje pytanie mailem, odpowiada linkiem do platformy, a nie długim tekstem.
- **Zleceniodawca** regularnie dopytuje. Nie z chęci kontroli, lecz dlatego, że w ten sposób widać, iż przedsięwzięcie jest ważne.

NARZĘDZIE PRACY · **Plan ról**

ROLA W PROJEKCIE	IMIĘ I NAZWISKO	ZASTĘPSTWO	UPRAWNIENIA W CAMPUS	W INTERVIEWER	CZAS TYGODNIOWO
Zleceniodawca			żadne szczególne	–	
Odpowiedzialność za platformę			Super-Admin	Owner	
Redakcja			Editor	Member	
Zatwierdzanie			Reviewer	–	
Zarządzanie użytkownikami			User-Admin	–	
Eksperci merytoryczni			User	są przepytywani	

TO ZABIERASZ ZE SOBĄ

- Najpierw rozdziel zadania, potem uprawnienia. Każda rola potrzebuje nazwy i zastępstwa.
- Ważne treści sprawdza druga osoba. Jak rygorystycznie, zależy od treści: obowiązkowo, cyklicznie lub na własną odpowiedzialność.
- Pełny dostęp dostają najwyżej dwie osoby, wszyscy pozostali tylko to, czego wymaga ich zadanie.
- Zaplanuj czas zespołu wyraźnie. „Przy okazji” to nie harmonogram.

4

BUDOWA

Treści i struktura

Od czego zaczynasz, jak wydobywasz wiedzę z głów i dokumentów i jak ją porządkujesz, żeby dało się ją odnaleźć.

Platforma jest tak dobra, jak to, co można na niej znaleźć. Ludzie ją otwierają, bo znajdą tam odpowiedź. Dlatego ten rozdział jest najważniejszy dla sukcesu i na niego warto przeznaczyć najwięcej czasu.

Od czego zaczynasz

Pokusa jest duża, by zacząć od tego, co już jest: od folderu ze starymi prezentacjami. Lepiej zacząć od tego, co jest potrzebne. Cztery pytania pomagają w sortowaniu:

- **Czy często o to pytają?** Każde pytanie, które dziś pada trzy razy w tygodniu, to dobra pierwsza treść.
- **Czy dotyczy wielu osób?** Treść dla wszystkich nowych działa mocniej niż treść dla dwóch specjalistów.
- **Czy błąd jest kosztowny?** Obowiązki, bezpieczeństwo i kontakt z klientem należą na początek.
- **Czy zależy od jednej osoby?** Wiedza, która odchodzi na emeryturę razem z człowiekiem, ma termin ważności.

Proste ćwiczenie szybko doprowadzi Cię do listy startowej: zbierz z dwiema, trzema osobami z zespołu dwadzieścia pytań, które nowe osoby zadają w pierwszych tygodniach. Te dwadzieścia pytań to Twój pierwszy plan treści. Na go-live nie musisz mieć odpowiedzi na wszystkie. Ale każdy temat startowy powinien obejmować najczęstsze pytania, żeby nikt nie klikał w pustkę.

Skąd bierze się wiedza

Wiedza jest w dwóch miejscach: w głowach i w dokumentach. Dla obu jest osobna droga na platformę, a trzecia dla wszystkiego, co redakcja szybko napisze sama.

INTERVIEWER

Z głów

AI prowadzi rozmowę, kierowaną szablonem, który wie, jakich informacji potrzebuje dokument. Tam, gdzie czegoś brakuje, dopytuje. Wynikiem nie jest zapis czatu, lecz ustrukturyzowany dokument, iDoc.

CAMPUS

Z dokumentów

Generator AI buduje z istniejących plików lub iDocs pierwszy szkic wraz z konspektem. Redakcja sprawdza fakty, ton i układ. Dla dużych zbiorów jest ponadto import.

CAMPUS

Napisane przez zespół

Krótkie, precyzyjne treści, instrukcję, osobę kontaktową, przebieg procesu, redakcja zakłada bezpośrednio. Często to najszybsza droga.

Najmocniejsze jest połączenie: INTERVIEWER zabezpiecza wiedzę, generator AI z CAMPUS robi z niej treść edukacyjną. Wtedy nie pracuje na zawołanie, lecz na Waszej własnej, sprawdzonej wiedzy.

Nie wszystko musi najpierw stać się treścią szkoleniową. Jeśli Bryan jest wykupiony, przeszukuje też pliki i filmy dołączone do Waszych treści. Dobry porządek mimo to jest potrzebny, bo Bryan odpowiada tylko tak dobrze, jak dobre są źródła.

Trzy zasady wywiadów z ekspertami merytorycznymi:

- **Jeden temat na rozmowę.** „Opowiedz mi wszystko” prowadzi do rzeczy bez znaczenia. „Jak przebiega reklamacja?” prowadzi do dokumentu.
- **Dać opowiadać.** Swobodna wypowiedź daje więcej niż kwestionariusz. Pytania uzupełniające AI wydobywają to, co dana osoba uważa za oczywiste.
- **Zacząć wcześnie.** W ostatnim dniu pracy jest za późno. Jak zaplanować całe przekazanie, pokazuje playbook Playbook Zabezpieczyć wiedzę, zanim odejdzie na emeryturę.

Więcej w podręczniku: INTERVIEWER Zabezpieczenie wiedzy jednej osoby, INTERVIEWER Szablon i zasada wywiadu oraz CAMPUS Ścieżka: generator produktów z AI.

W BUTTERFLY EFFECT · *Przecież to każdy wie*

Jonas zarezerwował u Hansa trzy kwadranse, temat: reklamacje. Hans przyszedł ze skrzyżowanymi rękami. „Nie ma tu wiele do opowiadania. Przecież to każdy wie."

Mimo to opowiadał, a INTERVIEWER dopytywał. Co się dzieje, gdy klient nie ma numeru faktury? Od jakiej kwoty informuje się kierownictwo? Przy trzecim pytaniu Hans rozluźnił ręce. „Z tą kwotą", powiedział, „ktoś mnie o to pytał kiedyś, lata temu. Nigdzie tego nie ma."

Po 45 minutach powstał dokument, jakiego jeszcze nigdy nie było. Jonas przekazał go razem ze starym zbiorem plików PDF generatorowi AI w CAMPUS i krótko opisał, co ma z tego wyjść: moduł wdrożeniowy dla obsługi klienta.

„To jeszcze nie jest idealne", powiedział, gdy powstał pierwszy szkic. „I nie musi być", odpowiedziała Mara. „AI dostarcza stan surowy. Wykończenie robisz ty."

Porządek, który da się odnaleźć

Każda platforma porządkuje treści na dwa sposoby: przez kilka dużych obszarów, po których się nawiguje, i przez wiele drobnych słów kluczowych, po których się znajduje. W CAMPUS nazywają się kategorie i tagi.

- **Kategorie to duże skrzynie.** Nieliczne, stabilne, nazwane z perspektywy użytkowników. Pięć do dziewięciu prawie zawsze wystarcza. Powstają z tematów startowych z rozdziału 2.
- **Tagi to małe etykiety.** Tych możesz nadawać wiele: „dla początkujących", „trwa 10 minut", „obowiązkowe". Pomagają w znajdowaniu i mogą nawet służyć jako zainteresowania w profilu.
- **Grupy docelowe nie są kategorią.** „Tylko dla kadry kierowniczej" nie należy do nawigacji, lecz do widoczności. W przeciwnym razie każdy widzi, kto należy do której grupy docelowej.

W BUTTERFLY EFFECT · *Skrzynie i etykiety*

Drugi tydzień zaczął się od sporu, który sporem nie był. Jonas chciał dla każdego tematu osobną kategorię: Onboarding, Sprzedaż, Technika, Compliance, Soft Skills. Po godzinie doszedł do czternastu.

„Jeśli tak dalej pójdziemy", powiedziała Mara, „nikt nie będzie potrzebował wyszukiwarki. Ale też nikt nie połapie się w nawigacji."

Na końcu zostały cztery kategorie, każda nazwana tak, że bez wyjaśnień wiadomo, co w niej jest: Onboarding, Sprzedaż, Obsługa klienta oraz Zasady i obowiązki. Technika i umiejętności miękkie stały się tagami, podobnie jak wszystko drobniejsze. Nawigacja pozostała uporządkowana, a mimo to wszystko dawało się znaleźć.

Zapisz zasady krótko, zanim treści zaczną zakładać różne osoby: jakie są kategorie, jakie tagi, jak się je pisze. Wystarczy pół strony. Długich regulaminów nikt nie czyta, dlatego krótko omawiasz je z każdą osobą, która dołącza do redakcji. W przeciwnym razie po trzech miesiącach będą obok siebie „Onboarding", „onboarding" i „Wdrożenie". Jak to zrobić konkretnie: CAMPUS Kategoria czy tag? i CAMPUS Kategorie i tagi w planie redakcyjnym.

Co składa się na dobrą treść

Dobra treść na platformie wiedzy nie jest wypracowaniem. Jest wyszukiwana, nie czytana. Z tego wynika pięć zasad:

1. **Jedno pytanie na treść.** Lepiej trzy krótkie treści niż jedna, która wyjaśnia wszystko.
2. **Najpierw odpowiedź.** Kto przerwie po trzech wierszach, i tak ma wiedzieć, co zrobić. Tło i wyjątki przychodzą potem.
3. **Przykład.** Prawdziwy przypadek z Waszej codzienności wyjaśnia więcej niż jakakolwiek definicja.
4. **Nazwisko i data.** Kto odpowiada i kiedy ostatnio sprawdzano? To buduje zaufanie.
5. **Właściwie przyporządkowana.** Odpowiednia kategoria, kilka tagów, właściwa widoczność.

Instrukcje krok po kroku dotyczące mocnych treści znajdziesz w podręczniku: CAMPUS Przepis na mocną treść i CAMPUS How to: idealne treści.

Języki

Jeśli Twój zespół pracuje w kilku językach, zdecyduj wcześnie, jak sobie z tym poradzicie. Każda treść w CAMPUS ma obowiązkowy język podstawowy, który zawsze musi być kompletny. Możliwy jest drugi język, redagowany ręcznie. Opłaca się tam, gdzie błędy byłyby kosztowne, na przykład przy tematach obowiązkowych lub związanych z bezpieczeństwem. Kolejne wersje językowe CAMPUS może tworzyć automatycznie. Ta funkcja jest stopniowo rozwijana, zapytaj o stan dla Waszej platformy. Więcej: CAMPUS Język: DEFAULT i QUALITY.

NARZĘDZIE PRACY · **Plan treści na start**

PYTANIE, NA KTÓRE ODPOWIADA TREŚĆ	KATEGORIA	DROGA	REDAKCJA	SPRAWDZENIE MERYTORYCZNE	GOTOWE DO
		Wywiad · Generator AI · napisane przez zespół			
		Wywiad · Generator AI · napisane przez zespół			
		Wywiad · Generator AI · napisane przez zespół			
		Wywiad · Generator AI · napisane przez zespół			
		Wywiad · Generator AI · napisane przez zespół			

TO ZABIERASZ ZE SOBĄ

- Zacznij od tego, czego naprawdę się szuka, nie od tego, co przypadkiem leży już w folderach. Dwadzieścia pytań nowych osób to Twój plan startowy.
- Wiedzę z głów wydobywa INTERVIEWER w rozmowie, wiedzę z dokumentów generator AI zamienia w szkic. Wykończenie zawsze robi człowiek.
- Mało kategorii, dużo tagów, a zasady do nich na piśmie.
- Dobra treść odpowiada na jedno pytanie, i to od razu na początku.

5

BUDOWA

Pilotaż i pierwsze go-live

Najpierw mała grupa, potem wszyscy. Jak testować, po czym poznasz, że nadszedł czas, i co liczy się w pierwszych dwóch tygodniach.

Na pierwsze wrażenie nie ma drugiej szansy. Kto po raz pierwszy otwiera platformę i trafia na puste obszary, nieprędko wróci. Dlatego nie zapraszasz wszystkich naraz, lecz najpierw małą grupę. To, co jej rzuci się w oczy, nie musi później rzucić się w oczy wszystkim.

Przećwiczyć drogę zatwierdzania

Zanim ktokolwiek z zewnątrz wejdzie na platformę, droga od szkicu do publikacji przechodzi raz w całości. Redakcja kończy treść i prosi o zatwierdzenie. Osoba z uprawnieniem Reviewer sprawdza i zatwierdza albo zwraca ją z uwagami. Dopiero wtedy jest ona widoczna dla przewidzianej grupy docelowej.

Zatwierdzanie nie sprawdza tylko literówek. Patrzy na cztery rzeczy: Czy treść merytorycznie się zgadza? Czy wszystkie przewidziane języki są uzupełnione? Czy jest właściwie przyporządkowana? Czy widzą ją dokładnie właściwe osoby? Jak wygląda ten przebieg w CAMPUS: CAMPUS Zatwierdzanie i publikacja.

W BUTTERFLY EFFECT · *Cztery oczy*

Gdy Jonas ustawił swój pierwszy gotowy szkic na „Poproś o zatwierdzenie”, najpierw nic się nie stało. Żadnej wiadomości do wszystkich, żadnego alarmu. Tylko cicha kolejka, która czekała na Marę.

Otworzyła szkic oczami osoby sprawdzającej, nie koleżanki: Czy niemiecki i angielski są uzupełnione? Czy kategoria i tagi się zgadzają? Czy właściwe osoby mają dostęp? Dopiero gdy zatwierdziła, strona zmieniła stan ze szkicu na opublikowaną.

Później skopiowała link do czatu zespołu i przyszła jej do głowy myśl: udostępniony link nie otwiera drzwi automatycznie dla wszystkich. Kto naprawdę może przez nie przejść, rozstrzygają zasady widoczności, bez względu na to, jak daleko link krąży. Drugie zabezpieczenie za pierwszym. Mara poczuła ulgę.

Faza pilotażowa

- **Grupa:** Pięć do dziesięciu osób z prawdziwej grupy docelowej. Weź kilka nowych, kilka doświadczonych i co najmniej jedną osobę nastawioną do całości sceptycznie. Jej opinia jest najcenniejsza.
- **Czas trwania:** Jeden do dwóch tygodni. Ustal wcześniej początek i koniec, a także gdzie zbierane są uwagi.
- **Zadania:** Daj grupie prawdziwe zadania zamiast „zajrzyj tam”. Na przykład: „Sprawdź, co robisz przy reklamacji bez numeru faktury.”
- **Widoczność:** Sprawdź na koncie testowym dla każdej grupy docelowej, czy każdy widzi dokładnie to, co zamierzono. Przetestuj przy tym także udostępniony link.
- **Możliwość znalezienia:** Obserwuj, czego szuka grupa i czy to znajduje. Dopytaj albo skorzystaj z zestawienia wyszukiwań, jeśli jest u Was włączone. Frazy bez wyników to brakujące treści lub brakujące tagi.

NARZĘDZIE PRACY · **Plan testów pilotażu**

ZADANIE DLA GRUPY PILOTAŻOWEJ	KTO TESTUJE	ZNALEZIONO?	CZEGO BRAKOWAŁO?
		Tak · Częściowo · Nie	
		Tak · Częściowo · Nie	
		Tak · Częściowo · Nie	

ZADANIE DLA GRUPY PILOTAŻOWEJ	KTO TESTUJE	ZNALEZIONO?	CZEGO BRAKOWAŁO?
Jedna treść raz od szkicu do publikacji	Redakcja i zatwierdzanie	Tak · Częściowo · Nie	
Konto testowe dla każdej grupy docelowej: czy widzi to, co trzeba?	Osoba odpowiedzialna za platformę	Tak · Częściowo · Nie	

Czy to już ten moment?

Go-live to nie kwestia kalendarza, lecz kryteriów. Ustal je przed pilotażem, a na końcu nie trzeba będzie decydować na wyczucie.

NARZĘDZIE PRACY · **Lista kontrolna go-live**

	KRYTERIUM	KTO POTWIERDZA
☐	Droga zatwierdzania przeszła w całości co najmniej raz.	
☐	Każdy temat startowy odpowiada na najczęstsze pytania.	
☐	Widoczność została sprawdzona na kontach testowych.	
☐	Opinie z pilotażu zostały uwzględnione lub świadomie odłożone.	
☐	Konta i Group są przygotowane.	
☐	Jest jasne, kto odpowiada na pytania, i jest to w ogłoszeniu.	
☐	Liderzy zespołów są poinformowani i ogłaszają to w swoich zespołach.	
☐	Lista kontrolna ram z rozdziału 2 jest zrealizowana.	

Go-live

W samym dniu go-live dzieje się niewiele spektakularnego i dobrze. Zakładane są pozostałe konta, przypisywane role i Group. Większość osób to User, tylko nieliczne dostają więcej uprawnień. Przy wielu kontach pomaga import zbiorczy: CAMPUS Batch-Update i import.

Potem następuje ogłoszenie. Wystarczy krótka wiadomość, jeśli odpowiada na trzy pytania: Co nowego? Gdzie się zalogować? Do kogo się zwrócić? Jeszcze lepiej działa, gdy pochodzi od zleceniodawcy, a nie tylko od projektu.

NARZĘDZIE PRACY · **Szablon ogłoszenia**

Temat: Od dziś: nasza wiedza w jednym miejscu

Cześć wszystkim,

od dziś pod adresem [Adres] znajdziecie naszą nową platformę wiedzy. Na start jest tam wszystko na temat [Tematy startowe]. Logujecie się przez [Sposób logowania].

Czego brakuje, zostanie uzupełnione. Dajcie nam znać, czego szukaliście i nie znaleźliście: [Osoba kontaktowa, kanał].
[Jeśli Bryan jest aktywny: Pytania możecie zadawać też bezpośrednio Bryanowi, na dole po prawej na każdej stronie.]

Pozdrawiamy
[Zleceniodawca]

W BUTTERFLY EFFECT · *Drzwi się otwierają*

Dopiero w piątym tygodniu Mara zaprosiła cały zespół. Czekała świadomie: kto po raz pierwszy otwiera CAMPUS, powinien zastać coś gotowego, a nie plac budowy.

Założenie konta zajmowało minuty. Większość osób pozostała User, nieliczne dostały celowo więcej uprawnień, nigdy więcej, niż potrzebowały. A każda osoba dostała Group, jako cichą odpowiedź na pytanie, jakie treści są dla niej przeznaczone.

W pierwszym tygodniu pojawiły się trzy pytania, na które nie było jeszcze odpowiedzi. W piątek odpowiedzi były już na platformie.

Pierwsze dwa tygodnie

Po go-live rozstrzyga się, czy platforma stanie się nawykiem. W tym czasie warto zapewnić ścisłe wsparcie:

- **Być osiągalnym:** Osoba kontaktowa odpowiada szybko, najlepiej jeszcze tego samego dnia.

- **Zamykać luki:** To, czego szukano i nie znaleziono, pojawia się w ciągu kilku dni. Nic nie przekonuje bardziej niż doświadczenie „Padło pytanie, a teraz odpowiedź tam jest”.
- **Linkować zamiast tłumaczyć:** Poproś liderów zespołów, by odpowiadali na pytania linkiem do platformy. Tak zespół uczy się, gdzie najpierw sprawdzać.
- **Słuchać:** Po dwóch tygodniach krótka runda z grupą pilotażową i dwoma, trzema liderami zespołów: Co działa, co przeszkadza, czego brakuje?

TO ZABIERASZ ZE SOBĄ

- Zaproś najpierw małą, zróżnicowaną grupę, z prawdziwymi zadaniami i stałym końcem.
- Decyduj o go-live według kryteriów, nie według kalendarza.
- Ogłoszenie odpowiada na trzy pytania: co nowego, gdzie się zalogować, kogo zapytać.
- W pierwszych dwóch tygodniach liczy się tempo: to, czego brakuje, kilka dni później już tam jest.

6

EKSPLOATACJA

Po go-live

Z projektu robi się nawyk. Plan redakcyjny w trzech rytmach, termin ważności dla każdej treści i rozwój krok po kroku.

W BUTTERFLY EFFECT · *Ogród, nie lista kontrolna*

Po sześciu tygodniach CAMPUS nie był już projektem, który Mara musiała „dokończyć". Stał się czymś, o co dbała, tak jak dba się o ogród, a nie o listę kontrolną.

Dostosowywała role, gdy zmieniały się odpowiedzialności. Jonas dodawał nowe treści, w spokojnym rytmie zamiast zrywami. A gdy zespół faktycznie zaczął kończyć pierwsze moduły, włączyli Reward-System, z umiarem: certyfikat za prawdziwe potwierdzenia, odznakę za widoczne kamienie milowe. Nagradzano to, co ktoś osiągnął, a nie to, jak często klikał.

Plan redakcyjny

Tak, platforma wiedzy potrzebuje planowania redakcyjnego. Niewielkiego, ale niezawodnego. Bez niego dzieje się to, co w każdym zbiorze dokumentów: na początku wszystko jest świeże, po roku nikt już nie wie, co jeszcze się zgadza. Wystarczą trzy rytmy:

RYTM	CO SIĘ DZIEJE	KTO
Co tydzień, pół godziny	Przejrzeć otwarte pytania i uwagi, spojrzeć na frazy bez wyników, załatwić oczekujące zatwierdzenia.	Redakcja i zatwierdzanie
Co miesiąc, godzina	Zaplanować tematy na najbliższe tygodnie: Co się szykuje? Nowy proces, start produktu, nowa reguła, sezonowe pytanie?	Odpowiedzialność za platformę, redakcja, w razie potrzeby działy
Co kwartał, pół dnia	Sprawdzić zasoby: zarchiwizować to, co się zestarzało, scalić zdublowane tagi, przejrzeć uprawnienia, ocenić wskaźniki i zaraportować.	Odpowiedzialność za platformę ze zleceniodawcą

NARZĘDZIE PRACY · **Plan redakcyjny**

MIESIĄC	OKAZJA LUB TEMAT	PLANOWANA TREŚĆ	DROGA	ODPOWIEDZIALNOŚĆ	STATUS
			Wywiad · Generator AI · napisane przez zespół		
			Wywiad · Generator AI · napisane przez zespół		
			Wywiad · Generator AI · napisane przez zespół		
			Wywiad · Generator AI · napisane przez zespół		

Skąd biorą się nowe tematy

Najlepszych tematów nie wymyśla redakcja. Same się ujawniają, jeśli się przyjrzeć:

- **Wyszukiwania bez wyników:** Czego szukano i nie znaleziono? Każda taka fraza to brakująca treść lub brakujący tag. CAMPUS potrafi analizować częste frazy i wyszukiwania bez wyników, jeśli tego chcecie i jest to uzgodnione z radą pracowników.
- **Pytania do Bryana:** Jeśli asystent AI jest aktywny, jego zestawienia pokazują, do czego jest używany. Częste pytania wskazują, jakich treści brakuje.
- **Uwagi zwrotne:** Każda skarga na brakującą lub błędną treść to prezent. Ułatw jej zgłaszanie.
- **Wydarzenia:** Nowe procesy, produkty, reguły. Zaplanuj treść razem z nowością, nie po niej.
- **Pożegnania:** Jeśli ktoś zmienia rolę lub odchodzi na emeryturę, wywiad z INTERVIEWER należy do listy przekazania. Miesiące wcześniej, nie w ostatnim dniu. Więcej w playbooku Playbook Zabezpieczyć wiedzę, zanim odejdzie na emeryturę.
- **Popularne tematy:** To, co jest dużo używane, zasługuje na pogłębienie.

Każda treść ma termin ważności

Przestarzała treść jest gorsza niż brakująca. Kosztuje nie tylko czas, kosztuje zaufanie do wszystkich pozostałych. Dlatego każdy temat dostaje osobę odpowiedzialną i rytm kontroli: dla procesów, które często się zmieniają, może pół roku, dla podstaw rok.

Szkic	Redakcja tworzy.
⌄	
Zatwierdzanie	Druga osoba sprawdza.
⌄	
Opublikowana	Widoczna dla grupy docelowej.
⌄	
Sprawdzona	W cyklu: czy jeszcze się zgadza?
⌄	
Zarchiwizowana	Albo poprawiona i zatwierdzona na nowo.

Archiwizowanie jest lepsze niż usuwanie: zarchiwizowana treść znika dla użytkowników, ale można ją przywrócić i poprawić.

Motywacja z rozwagą

Reward-System w CAMPUS potrafi uwidocznić naukę: odznakami za kamienie milowe, certyfikatami za potwierdzenia, punktami i kampaniami za działania w określonym okresie. To mocne narzędzie, i dlatego takie, którego używasz z rozwagą:

- **Nagradzaj wyniki, nie kliknięcia.** Kto nagradza aktywność, dostaje aktywność, ale nie naukę.
- **Znaczenie przed ilością.** Certyfikat, który coś znaczy, jest lepszy niż dziesięć odznak bez znaczenia.
- **Rankingi tylko po uzgodnieniu.** Nie każdy chce być publicznie porównywany. Tu rada pracowników, jeśli istnieje, to dobry pierwszy adres.
- **Najpierw struktura, potem nagroda.** Rewards wzmacniają to, co jest. Nie zastępują dobrych treści.

W podręczniku: CAMPUS System nagród — przegląd i CAMPUS Przepis: sensowne stosowanie Rewards.

Rosnąć krok po kroku

Gdy eksploatacja stoi, pojawia się pytanie: Co dalej? Rośnij w kolejności, w jakiej wszystko się zaczęło, krok po kroku:

- **Nowe tematy:** z powrotem do listy tematów z rozdziału 2, następny priorytet.
- **Nowe grupy docelowe:** nowe Group i zasady widoczności, mały pilotaż, potem go-live dla tej grupy.
- **Więcej redakcji:** działy same utrzymują swoje treści, z uprawnieniami ograniczonymi do ich Group. Zatwierdzanie pozostaje oddzielone.
- **Nowe formaty:** ścieżki edukacyjne, które krok po kroku prowadzą przez temat, terminy na żywo albo podcasty i zestawy slajdów, które AI Studio w INTERVIEWER tworzy z iDocs.

Inspiracje dla typowych przedsięwzięć znajdziesz w Use-Cases w podręczniku, na przykład CAMPUS Use-Case: program onboardingowy, oraz w przeglądzie CAMPUS Use-Cases — kompletne przypadki zastosowań.

TO ZABIERASZ ZE SOBĄ

- Plan redakcyjny w trzech rytmach: co tydzień przeglądać, co miesiąc planować, co kwartał porządkować.
- Nowe tematy ujawniają się w wyszukiwaniach bez wyników, w pytaniach do Bryana i w każdym pożegnaniu.
- Każda treść ma osobę odpowiedzialną i datę kontroli. To, co się zestarzało, zostaje zarchiwizowane.
- Nagradzaj wyniki, nie kliknięcia. I rośnij krok po kroku.

7

EKSPLOATACJA

Mierzyć sukces i raportować

Kiedy to sukces? Wskaźniki na trzech poziomach, właściwe momenty i raport mieszczący się na jednej stronie.

Sukces nie polega na tym, że wiele osób klika. Sukces to to, co zapisano jako cel w rozdziale 2. Dlatego ten rozdział nie zaczyna się od liczb, lecz od Twojej karty projektu: Jaki problem miał zostać rozwiązany i po czym miało to być mierzone?

Wskaźniki na trzech poziomach

Dobre wskaźniki odpowiadają na trzy pytania, w tej kolejności. Pierwszy najłatwiej zmierzyć, trzeci jest tym, który naprawdę się liczy.

POZIOM 1 · WYKORZYSTANIE

Czy ludzie przychodzą?

Aktywni użytkownicy, wejścia, rozwój w czasie. Czy wracają, czy tylko raz przy go-live?

POZIOM 2 · TREŚĆ

Czy znajdują to, co trzeba?

Wyszukiwania bez wyników, oceny treści, odsetek treści sprawdzonych w rytmie kontroli.

POZIOM 3 · SKUTEK

Czy coś się zmienia?

Liczba z Twojego celu: mniej powtarzających się pytań, krótsze wdrożenie, kompletne potwierdzenia przy obowiązkowych szkoleniach.

Pierwsze dwa poziomy pokazuje Ci CAMPUS. Trzeci mierzysz zwykle tak, jak mierzone były wartości wyjściowe: tą samą kreskową listą, tą samą ankietą, tymi samymi pytaniami do liderów zespołów. Tylko wtedy liczby są porównywalne.

Co pokazuje Ci CAMPUS

Analizy w CAMPUS dostarczają wskaźników dotyczących aktywności, treści i ich ocen, postępów w nauce z ukończeniami i certyfikatami oraz, jeśli aktywowane, korzystania z Bryana. Kto chce analizować głębiej albo przenieść liczby do własnych dashboardów, może je pobrać przez interfejs. To zadanie dla Waszego IT. Szczegóły: CAMPUS Analizy.

Słowo o ochronie danych: do raportu prawie nigdy nie potrzebujesz liczb o pojedynczych osobach. Analizuj zbiorczo, według zespołu lub grupy docelowej. To oszczędne w danych i zwykle także bardziej wymowne.

Kiedy mierzysz

PO 30 DNIACH

Wykorzystanie

Czy ludzie przychodzą i czy wracają? Jeśli nie: sprawdź ogłoszenie, logowanie i treści startowe.

PO 60 DNIACH

Treść

Czy znajdują to, czego szukają? Wyszukiwania bez wyników i uwagi zwrotne pokazują luki.

PO 90 DNIACH

Skutek

Liczba z celu, porównana z wartością wyjściową. To jest pierwszy raport.

POTEM CO KWARTAŁ

Wszystkie trzy poziomy

Razem z przeglądem zasobów z rozdziału 6.

Nie oceniaj zbyt wcześnie. Wykorzystanie widać po dniach, skutek po miesiącach. Kto po dwóch tygodniach mierzy czas wdrożenia, mierzy przede wszystkim przypadek.

Liczby, które mylą

Niektóre liczby dobrze wyglądają i mało mówią:

- **Same wyświetlenia stron.** Treść, która jest otwierana trzy razy, bo za pierwszym razem nie została zrozumiana, nie jest sukcesem.
- **Liczba treści.** Więcej nie znaczy lepiej. Dwadzieścia utrzymanych treści pokonuje dwieście przestarzałych.

- **Punkty w Reward-System.** Pokazują, jak dobrze przyjęto kampanię, nie to, czy ktoś się uczył.

Pomaga proste pytanie kontrolne: Czy cokolwiek zmieniłoby się w moich działaniach, gdyby ta liczba spadła? Jeśli nie, nie należy do raportu.

W BUTTERFLY EFFECT · *Jedna strona dla Katrin*

Po dziewięćdziesięciu dniach Mara napisała swój pierwszy raport. Nauczyła się: jedna strona. Na samej górze stało jedno zdanie. „Cel został w dużej mierze osiągnięty: nowe osoby w obsłudze klienta pytają wyraźnie rzadziej, a Hans na urlopie nie jest już niezastąpiony."

Pod spodem trzy liczby. Kreskowa lista, którą Hans i dwie koleżanki prowadzili przed startem, pokazywała 31 powtarzających się pytań w ciągu dwóch tygodni. Teraz było ich dwanaście. Potem dwa zdania o tym, co nie zadziałało: sprzedaż prawie nie korzystała z platformy, bo brakowało jej tematów.

Katrin przeczytała pierwszy wiersz, potem ostatni. „A czego potrzebujesz?" „Dwóch godzin tygodniowo ze sprzedaży, przez trzy miesiące." Katrin skinęła głową. Rozmowa trwała cztery minuty.

Jak raportujesz

Dobry raport dla przełożonych podlega prostej zasadzie: najpierw odpowiedź. Kto przeczyta tylko pierwszy wiersz, musi wiedzieć, jak jest. Wszystko pozostałe uzasadnia ten wiersz.

1. **Stan w jednym zdaniu.** Czy cel jest osiągnięty, częściowo osiągnięty, czy nie? Bez owijania w bawełnę.
2. **Dwie do trzech liczb.** Wartość wyjściowa, dzisiejsza wartość, cel. Nic więcej.
3. **Co poszło dobrze, co nie.** Szczerze. Raport bez słabości nie wydaje się mocny, lecz niewiarygodny.
4. **Następne kroki.** Co wydarzy się w następnym kwartale?
5. **Czego potrzebujesz.** Decyzji, czasu, budżetu, wsparcia. Konkretnie, z zakresem i datą.

NARZĘDZIE PRACY · **Raport o stanie na jednej stronie**

Stan w jednym zdaniu
Nasz cel (z karty projektu)

Wskaźnik · wartość wyjściowa · dziś · cel	
Wskaźnik · wartość wyjściowa · dziś · cel	
Co poszło dobrze	
Co nie poszło i dlaczego	
Następne kroki do	
Czego potrzebujemy, od kogo, do kiedy	

Gdy liczby się nie zgadzają

Jeśli skutku brak, rzadko leży to w platformie. Zwykle jest to jedna z czterech rzeczy i na każdą jest dźwignia:

- **Brakuje treści:** Przejrzyj wyszukiwania bez wyników i zamknij luki, najpierw najczęstsze.
- **Treści nie są znajdowane:** Sprawdź kategorie i tagi. Poszukaj razem z dwiema, trzema osobami i popatrz, jak szukają.
- **Brakuje nawyku:** Poproś liderów zespołów, by konsekwentnie odsyłali do platformy. Zamknij stare zbiory, które zawierają to samo.
- **Cel był za duży:** To nie porażka, lecz wiedza. Lepiej osiągnąć mniejszy cel niż chybić duży. Napisz o tym w raporcie.

TO ZABIERASZ ZE SOBĄ

- Sukces to Twój cel z rozdziału 2, nie liczba kliknięć.
- Mierz na trzech poziomach: wykorzystanie, treść, skutek. Skutek mierzysz tak jak wartości wyjściowe.
- Patrz po 30, 60 i 90 dniach, potem co kwartał.
- Raport mieści się na jednej stronie: stan, liczby, szczerość, następne kroki, czego potrzebujesz.

8

PRZEGLĄD

Rzut oka na całość

Cała droga na jednej stronie, wszystkie narzędzia pracy, mały słowniczek i Twój następny krok.

W BUTTERFLY EFFECT · *Epilog*

Mara czasem wracała myślą do tamtego pierwszego poniedziałku, do pustego ekranu. To nie był wielki moment. Tylko początek czegoś, co powoli rosło, tydzień po tygodniu, decyzja po decyzji.

Żadna z tych decyzji nie była sama w sobie pracochłonna. Ale w sumie zdecydowały, czym stał się CAMPUS w Butterfly Effect. Małe decyzje, wielki skutek. Nazwa była trafna.

Być może właśnie teraz siedzisz przed takim pustym ekranem. Dobra wiadomość: pytania, które zadała sobie Mara, to te same, które pomogą Tobie. Po co? Kto tworzy, kto sprawdza? Co jest pierwsze? Kiedy jest wystarczająco dobrze? I po czym zobaczymy, że działa?

Cała droga na jednej stronie

NARZĘDZIE PRACY · **Lista kontrolna całości**

	KROK	CO ROBISZ	ROZDZIAŁ
☐	**Rozpoznać**	Wykonać oba autotesty, zapisać wielkość.	1
☐	**Cel**	Wypełnić kartę projektu, cel w jednym zdaniu, uzgodnić ze zleceniodawcą.	2
☐	**Tematy**	Wybrać kilka tematów startowych, każdemu przypisać osobę odpowiedzialną.	2
☐	**Ramy**	Wyjaśnić ochronę danych, organ pracowniczy, wywiady, wymogi branżowe.	2
☐	**Wartości wyjściowe**	Zmierzyć jedną lub dwie liczby, zanim cokolwiek się zmieni.	2
☐	**Role**	Plan ról z nazwiskami i zastępstwem, potem nadać uprawnienia.	3
☐	**Struktura**	Ustalić kategorie i tagi oraz spisać zasady.	4
☐	**Treści**	Odpowiedzieć na dwadzieścia pytań nowych osób: wywiadem, generatorem AI lub tekstem napisanym przez zespół.	4
☐	**Zatwierdzanie**	Raz przejść całą drogę od szkicu do publikacji.	5
☐	**Pilotaż**	Mała grupa, prawdziwe zadania, stały koniec, konta testowe dla każdej grupy docelowej.	5
☐	**Go-live**	Lista kontrolna spełniona, konta założone, ogłoszenie wysłane.	5
☐	**Wsparcie**	Przez dwa tygodnie szybko odpowiadać i zamykać luki.	5
☐	**Eksploatacja**	Plan redakcyjny w trzech rytmach, data kontroli dla każdej treści.	6
☐	**Raport**	Po 90 dniach jedna strona dla zleceniodawcy, potem co kwartał.	7

Wszystkie narzędzia pracy

Narzędzia pracy znajdują się zawsze tam, gdzie są potrzebne. Tutaj masz je zebrane. Do wydrukowania i wypełnienia każde jest dostępne osobno jako PDF, a wszystkie razem w zeszycie narzędzi pracy.

NARZĘDZIE PRACY	DO CZEGO	ROZDZIAŁ
Pięć sygnałów ostrzegawczych i Czy CAMPUS pasuje do Ciebie?	Czy potrzebujesz platformy i jakiej wielkości?	1
Karta projektu	Cel, sukces, odpowiedzialność, okres realizacji na jednej stronie	2
Lista tematów	Wybrać tematy startowe i je przypisać	2
Lista kontrolna ram	Ochrona danych, współdecydowanie, wymogi	2
Plan ról	Kto przejmuje którą rolę, z jakimi uprawnieniami	3
Plan treści na start	Jakie pytania, jaka droga, kto, do kiedy	4
Plan testów pilotażu	Zadania dla grupy pilotażowej	5
Lista kontrolna go-live	Czy to już ten moment?	5
Szablon ogłoszenia	Wiadomość na start	5
Plan redakcyjny	Tematy na najbliższe miesiące	6
Raport o stanie na jednej stronie	Raport dla zleceniodawcy	7

Mały słowniczek

Najważniejsze pojęcia tego playbooka, bez żargonu. Pełny słownik znajdziesz w CAMPUS podręczniku CAMPUS.

Bryan	Asystent AI w CAMPUS. Odpowiada na pytania na podstawie Waszych własnych treści i źródeł wiedzy, także z dołączonych plików i filmów. Należy do opcjonalnego modułu „Interactive Avatar”, który wymaga modułu „AI Suite”.
Editor	Osoba, która może tworzyć i utrzymywać treści. Technicznie Admin z uprawnieniami do treści.
Zatwierdzanie	Krok między szkicem a publikacją: druga osoba sprawdza i zatwierdza.

Group	Łączy ludzi, na przykład według działu lub grupy docelowej. Steruje tym, do jakich treści odnoszą się uprawnienia i kto co widzi.
iDoc	Ustrukturyzowany dokument, który INTERVIEWER tworzy z rozmów, plików i notatek. Można go włączyć do CAMPUS lub użyć jako źródła dla generatora AI.
Kategoria	Jeden z kilku dużych obszarów, po których nawiguje się na platformie.
Generator AI	Tworzy w CAMPUS z istniejącej wiedzy pierwszy szkic wraz z konspektem. Człowiek sprawdza i dopracowuje.
Produkt	Tak w CAMPUS nazywa się pojedyncza treść, na przykład artykuł lub strona przeglądowa.
Reviewer	Uprawnienie do sprawdzania i zatwierdzania treści. Świadomie oddzielone od uprawnienia do tworzenia treści.
Reward-System	Odznaki, certyfikaty, punkty i kampanie, które uwidaczniają naukę.
Zasady widoczności	Określają, kto faktycznie może zobaczyć treść, także gdy link zostanie udostępniony. W podręczniku nazywają się Restrictions.
Super-Admin	Rola z pełnym dostępem, także do ustawień, które obowiązują od razu na całej platformie.
Tag	Słowo kluczowe leżące w poprzek kategorii, które pomaga w znajdowaniu.
Szablon	W INTERVIEWER instrukcja dla AI: jak postępuje z danymi wejściowymi, gdzie dopytuje i jak zbudowany jest dokument.

Twój następny krok

Nie musisz robić wszystkiego naraz. Zacznij od jednego zdania: zapisz swój cel, tak jak Mara zrobiła to dla Katrin. Potem znajdź osobę, która utworzy z Tobą zespół rdzeniowy. Reszta następuje w kolejności tego playbooka.

Jeśli chcesz wejść w szczegóły, pomogą Ci podręczniki: CAMPUS Czym jest CAMPUS?, CAMPUS CAMPUS i INTERVIEWER — współdziałanie oraz INTERVIEWER Czym jest INTERVIEWER?

Chcesz wiedzieć, jak mogłoby to wyglądać u Was? Umów się na rozmowę wstępną albo poproś o demo. Jesteśmy dla Ciebie.

Umów rozmowę wstępną https://8s.de/en/contact

TO ZABIERASZ ZE SOBĄ

- Cel w jednym zdaniu, druga osoba w zespole rdzeniowym: od tego wszystko się zaczyna.
- Lista kontrolna całości prowadzi Cię przez całą drogę.
- Na pytanie jak odpowiadają podręczniki, na wszystko inne my.

Jak zbudować platformę wiedzy
Z CAMPUS i INTERVIEWER: od pierwszej myśli do pierwszego raportu dla zarządu

Wydanie 11/2026

Ten playbook jest też dostępny online, z odsyłaczami do podręczników:
help.8s.de/playbooks/wissensplattform/

Liczby w tym playbooku to wartości orientacyjne do planowania, nie zobowiązania ani informacje licencyjne. Playbook nie zastępuje porady prawnej. Butterfly Effect i wszystkie postacie z opowieści są zmyślone.

© 2026 Acht S GmbH · Wszelkie prawa zastrzeżone
Acht S GmbH · 8s.de