

Automatizace publikačních procesů

Patrik Šálek

Pomalou nastává doba, kdy většina společností chápe význam procesů a postupně přistupuje k jejich reálnému řízení. Stává se tak zpravidla ne globálně, nýbrž po jednotlivých oblastech, tak jak je jednotlivé firmy řeší. Jednou z takových oblastí je i content management a vůbec problematika toho, jak se informace dostávají zevnitř firmy na webové stránky, kde jsou k dispozici pro jednotlivé typy uživatelů.

Obecně na publikování informací spolupracují tři naprosto odlišné skupiny uživatelů:

- Původci informací, kteří se zpravidla rekrutují z „produkční“ části firmy. Jedná se o různé specialisty, vedoucí projektů atd.
- Marketingoví pracovníci. Jejich úkolem je jednak stanovovat, co by mělo nejlépe podpořit image firmy, jednak určují formu, v jaké se informace budou publikovat.
- Weboví specialisté, kteří technicky zajišťují zveřejnění informací. Jejich hlavním úkolem je realizovat myšlenky obou výše uvedených skupin.

Proces, jakým se informace dostane do světa, může demonstrovat následující příklad: vedoucí projektu dokončí závěrečnou zprávu a zpracuje textový dokument o projektu, který by se měl publikovat. Ten předloží marketingovému oddělení, které jej zkontroluje (případně dodá standardní hlavičku a jiné náležitosti), sepiše dotazy a nejasnosti a navrhne některé změny. Vedoucí projektu zprávu upraví a ta se přes marketingové oddělení dostane k „webistům“, kteří ji přetransformují do podoby, v jaké by se mohla nacházet na webových stránkách. Draft této podoby kontroluje jak marketingové oddělení, tak autor – vedoucí projektu. Po doladění formy a potvrzení všech těchto zúčastněných stran dostávají weboví pracovníci pokyn ke zveřejnění na firemních webových stránkách. Průchod všemi těmito kroky obvykle trvá několik dnů a nebývá bezbolestný...

Jak je vidět z uvedeného příkladu, i když se nejedná o výrazně složitý proces, je rozhodně na čem pracovat. Potřeba automatické podpory samozřejmě roste s velikostí firmy, množstvím informací, které se publikují a množstvím pracovníků, kteří se na publikaci podílí.

Jaké jsou tedy požadavky na takový proces?

- Zmenšit počet kontrol (a chyb), které plynou například ze změny formátu, a umožnit pracovníkům soustředit se na obsah. To může vést například k automatizaci převodu mezi formáty (DOC, HTML, PDF) a jiným opatřením.
- Zkrátit dobu mezi vznikem informace a její publikací. V závislosti na velikosti a typu firmy totiž může docházet k výrazným prodávám při předávání mezi jednotlivými pracovníky.
- Automatizovat činnosti, u kterých by to bylo možné. Zde se už více dostáváme k technice a jde například o to, jak dostat zprávu z ověřovacího do ostrého prostředí.
- Případně další, jako zajištění stejného průchodu, udržení kvality publikované formy atp.

Jedním z příkladů, jak s touto problematikou naložit, je content management systém Tridon R5. Vzhledem k nízké složitosti procesu je pro jeho definici použit nástroj Visio. Přitom je nutné respektovat jistá pravidla, která jsou při ukládání procesu kontrolována. Definice může obsahovat

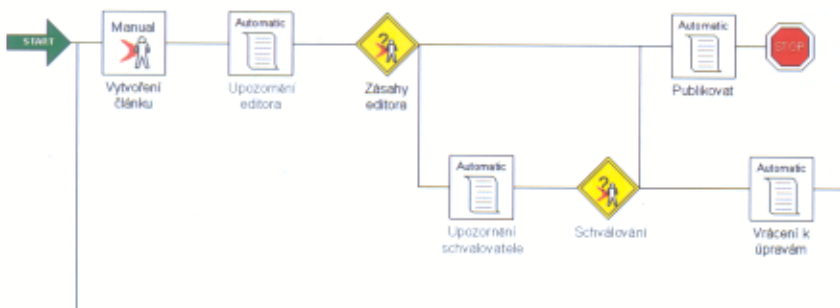
jak manuální činnosti (např. vytvoření článku nebo vyjádření schvalovatele), tak automatizované činnosti (typicky publikace článku po jeho schválení do prostředí ostrého webu). Vytvořenou definici si převezme workflow engin, který na základě této definice na požádání postupně vytváří jednotlivé instance procesu. Ty mohou odpovědní pracovníci sledovat a například se dotazovat schvalovatelů, proč zpracování případu stojí. Vlastnosti nástroje přitom umožňují, aby byl článek vytvořen v textové podobě a automaticky se formátoval do



HTML stránky nebo třeba do PDF dokumentu bez zásahu uživatele, vždy s předepsanými náležitostmi. Pracovníci v roli schvalovatele si mohou zobrazit seznam případů, které na ně čekají ve frontě a vyjádřit svůj souhlas, či nesouhlas se zveřejněním. Pokud je třeba, je možné prostřednictvím popsaného API takové publikační workflow navázat na jiné procesy, například na ukončování projektu.

I pomocí takovéto jednoúčelové a relativně jednoduché automatizace lze dosáhnout velmi dobrých výsledků. Dochází k úsporám času, zrychlení celého procesu a ke zkvalitnění formy, což ocení především marketing a často i návštěvníci webu. V jiných oblastech je možné využít specializovaných workflow nástrojů, které pomohou automatizovat jiné typy procesů – např. obesílání upomínek neplátcům atp. Jejich možnosti jsou poněkud odlišné, ale o tom až jindy...

e-mail: system@ccb.cz
www.SystemOnLine.cz



Autor článku, Patrik Šálek, je ředitelem odboru analýzy ve společnosti Komix.