Способността на компанията да учи е несъмнено най-важната предпоставка за пътя към съвършенство. Компаниите и обществените административни органи ще бъдат в състояние да изградят конкурентоспособност само когато успешно институционализират организационното учене и го поддържат с ефективен мениджмънт на знанието. Тази връзка става достатъчно ясна от определението на термина от Пробст и Бюшъл (1994, 1997). Te определят организационното учене като:

... процес на подобряване и промяна на организационните ценности и базата от знания, подобряване на компетентността за решаване на проблеми и реализация.

Стартовите позиции за създаването на учеща организация се намират на всички нива и във всички области. Класическото образование/тренинг и продължаващото обучение могат да се ориентират към по-висши цели на познанието, като обърнат повече внимание на приноса на ученето. Чрез насърчаване на работата в екип при фокусираните върху качеството работни групи (т.нар. кръжоци за качество) и/или проекти се подпомага обмяната на знания. Традиционните и електронните комуникационни програми съдействат за интер- и интраорганизационния трансфер на ноу-хау. Въпреки че практически няма ограничения върху творчеството на жадните за знания и обучение служители, важно е многостранните мерки да се ориентират към по-високите нива на политиката на знания и да се вградят в цялостния организационен контекст.

За да може една компания да създаде компетентност за знание и иновация, тя трябва да има на разположение съответните средства за комуникация. Добри възможности в това отношение са срещите под формата на форум на служителите (напр. отворени конференции по интереси – „open space”), уъркшопове и „практически групи”. Освен това е необходима електронна медия като база данни и вътрешни компютърни форуми. Създаването на ориентирани към знанието мотивационни и управленски системи също става все по-важно. Така, от една страна, целите на знанието могат да се вградят в управленския процес като цели от типа „управление чрез знание”, а от друга страна, управлението на знанието предлага различни възможности за възнаграждение на постиженията над средното ниво с нематериални стимули (напр. участие в проекти за развитие, важни за бъдещето на компанията, подпомагане на специален тренинг и др.).

Стремежът към съвършенство може да се сравни с изкачването на планина – човек трябва да е в добра физическа форма; да има силна психика, подходяща екипировка и точна карта. Ако една компания желае да постигне върха на съвършенството, са нужни подходящо УЧР, организационни компетенции и компетенции на знанието. Те обаче не се появяват самоцелно, а трябва непрестанно да се развиват и преобразуват в конкурентоспособност. За мениджърите, които търсят решения в компанията, това, наред с други неща, означава големи инвестиции в квалификацията на служителите, реализация на развитието на компанията, съчетаваща динамичните и съзнателните етапи на укрепване, както и създаване на възможности за срещи и комуникация за обмен на знания и идеи. В дългосрочен план компаниите, които се интересуват от продължително развитие на вътрешни компетенции, ще оберат лаврите в съревнованието за „по-бързо – по-високо – по-силно” в сравнение с организациите, ориентирани към краткосрочни ползи.