



# Social Communities in der Geschäftsinformatik

Referat W. Lampart, CSI Consulting AG  
14. Sept. 2010, Hotel St. Gotthard, Zürich

14. September 2010 Version 1.2



# Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung
2. Was sind Social Communities?
3. Bedeutung verschiedener Schlagwörter
4. Positionierung innerhalb Social-Media-Strategie
5. Vorstellung einiger Produkte
6. Kosten dieser Produkte
7. Unsere Meinung



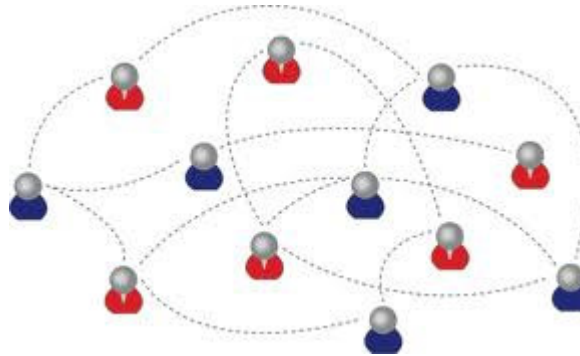
# Einleitung

- Herkömmliche Kollaborationslösungen oder Unified Collaboration Lösungen auf der Basis der Geschäftstelefonie und der Büroautomation prägen die Lösungen in der Geschäftswelt.
- Das heute bevorzugte Sourcingmodell „Make“ wird durch neue Lösungen herausgefordert wie Microsoft Business Productivity Online Services (BPOS).
- Im Referat soll aufgezeigt werden, wie alternative Kollaborationslösungen nicht durch Wirtschaftlichkeitsüberlegungen sondern durch neue Geschäftsmodelle gestaltet werden können.
- Die neuen Geschäftsmodelle gehen gezielt auf soziokulturelle Prozesse ein.



# Was sind Social Communities?

## Begriffsdefinition








1. Ein Internet Dienst, der eine Netzgemeinschaft beherbergt (z.B. Facebook, Twitter, Microsoft Live Meeting, Google Mail).
2. Eine Gruppe von Menschen mit gemeinsamen Interessen (z.B. Freundschaften, Spiele, Musik, Mathematik, Gesundheit).
3. Durch bestimmte Merkmale zusammengefasst und abgrenzbare Anzahl Personen, die als soziale Akteure miteinander verknüpft leben und direkt oder indirekt interagieren.



# Was sind Social Communities?

## Beispiele für soziale Websites

Folien-Muster Social Communities in der Geschäftsinformatik

	Grösse	Fokus	Audienz
	500 Mio. User (Alexa-Ranking: 2)	Freundschaften, Photos, Videos, Weblink teilen	viele Schüler, viele Privatpersonen, viele Frauen
	75 Mio. User (Alexa-Ranking: 11)	Freundschaften, Instant Messaging, SMS	viele Erwachsene, gute Bildung, viele Frauen
	0.08 Mio. User (Alexa-Ranking: 32'993)	Microblogging, Social Media	Unternehmen, Geschäftsleute
	9.0 Mio. User (Alexa-Ranking: 216)	E-Mail, Kontakte, Foren, Fachgruppen	Geschäftsleute
	70 Mio. User (Alexa-Ranking: 27)	Kontakte, Lebensläufe, Links auf eigene Website	Geschäftsleute

Quelle: <http://www.alexa.com/> und [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_social\\_networking\\_websites](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites)



# Bedeutung von Schlagwörtern

## Web 2.0:

- Eine Metapher für eine veränderte Wahrnehmung und Nutzung des Internets
- Das Internet ist wesentlich die Summe aller Beiträge seiner aktiven Nutzer
- Die Nutzer werden unterstützt durch interaktive Anwendungen
- Der Zugriff erfolgt mit einem Webbrowser auf eine „public Cloud“

## Enterprise 2.0:

- Web 2.0 Konzept für Unternehmen
- Der Einsatz erfolgt unternehmensintern
- Der Zugriff erfolgt auf eine „private Cloud“



# Bedeutung von Schlagwörtern

## Social Media Networking:

- Nutzen sozialer Internet Webdienste für geschäftliche Zwecke
  - Statusberichte über Projektarbeiten
  - Brainstorming und Wissensaustausch für Innovatoren, Entwickler
  - Kundensegmentierung für Marketing und Werbung
  - Meinungsanalysen zu Unternehmen (z.B. Reputationsranking für Banken)
  - Polizeifahndungen nach Personen oder Gegenständen

## Microblogging:

- Eine spezielle Form des Blogs
- Mittel zur one-to-many-communication
- Meldungen werden chronologisch dargestellt („News-Ticker“)
- Zentrale Ablage aller Meldungen und Wiederauffindbarkeit mit Suchfunktionen
- User folgen anderen Usern nach dem Follower-Prinzip



# Positionierung von Social Media-Strategien

Folien-Muster Social Communities in der Geschäftsinformatik



## Strategie für Kommunikation:

- Alternative zu (verstopften) Kanälen wie E-Mail
- Konzentration auf das Wesentliche (z.B. Microblogging)
- Teilen von Wissen firmenintern oder global
- Informationsverteilung erfolgt entlang von sozialen Verbindungen



# Positionierung von Social Media-Strategien

Folien-Muster Social Communities in der Geschäftsinformatik



## Erfolgsrezepte für Social Media Einsatz:

- Anreiz für Benutzung liegt in der Wertschätzung der Person
- intelligente Verteilsysteme für geldwerte Belohnungen können wichtig sein
- die Regeln für die Kommunikation sind selbstorganisiert
- es braucht eine sehr aktive Kerngruppe von Microbloggern (z.B. 10 % der gesamten Nutzergruppe)
- es braucht Profis, welche die neuen Medien kennen und Erfahrung haben (Hinweis: ganz neu gibt es ein Diplom für Social Media Managers)



# Vorstellung einiger Tools

	Yammer	Google Mail
Kunden	geschäftlich	geschäftlich privat
Service	Microblogging, IM, SMS, E-Mail, Gruppen, File & Photo Sharing	E-Mail, Kontakte, Aufgaben, IM, Video, usw.
Sicherheit	Authentisieren Verschlüsselung	Verschlüsselung (Store, Transport)
PDA Support	i Phone, Android, MS Mobile, Blackberry	iPhone, Android, Nokia S60, Blackberry
Kosten	Basis: kostenlos Silber: 36 US\$/p.a. Gold: 60 US\$/p.a.	kostenlos ( 7 GB) 5 US p.a. (+ 20 GB)



# Zusammenfassung

- Social Communities sind heute weit verbreitet und werden zunehmend auch für geschäftliche Anwendungen interessant.
- Auf der Basis von Social Media-Plattformen entstehen neue Einsatzmöglichkeiten für Unternehmen wie Wissensverwaltung, Ideenentwicklung, Erfahrungsaustausch, Marketing und Werbung, Reputationsranking oder Personalrekrutierung.
- Für die Kommunikation müssen neue Regeln beachtet werden wie Selbstorganisation anstelle von formellen Strukturen oder Reglementen.
- Die Tools stellen eine Ergänzung dar zu etablierten Unified Communication Lösungen von Microsoft, Cisco, Alcatel-Lucent, Avaya, Oracle oder IBM.
- Die Tools können teilweise mit herkömmlichen Informatiksystemen verknüpft oder als integraler Teil der Geschäftsinformatik aufgesetzt werden (z.B. Verknüpfungen mit Kontakten, Terminen, Benutzer- und Rechteverwaltung, usw.).
- Die (sehr) geringen Kosten stellen in der Regel keine Eintrittsbarrieren dar.