



sieber & partners



Social Media Tools

Einsatz & Nutzen im Unternehmen

9. November 2010

Dania Gerhardt, Amazee Labs & Veronika Mischler, sieber & partners

accelerate the pulse of ICT ■■■



Bevor wir beginnen ... Vorstellungsrunde

- Ihr Name
- Ihre Firma & Kerngeschäft
- Warum sind Sie hier?
... was sind Ihre Erwartungen?



Workshop

- **TEIL I: Einsatzmöglichkeiten und Nutzen für Unternehmen**
Übersicht Tools & deren Einsatz

- **Pause**
„Social Web Readiness“

- **TEIL II: Was bedeutet der Einsatz dieser Tools konkret?**
Erfahrungsberichte



Teil I : Social Media Tools

Einsatzmöglichkeiten und Nutzen für Unternehmen

- 1. Um was geht es? Welche Tools gibt es?
- 2. Übersicht über die Charakteristika und Features von SMT
- 3. Einsatz der Tools entsprechend den Zielen
- 4. Wie verbreitet sind SMT?
- 5. Ausgesuchte Anwendungsbeispiele



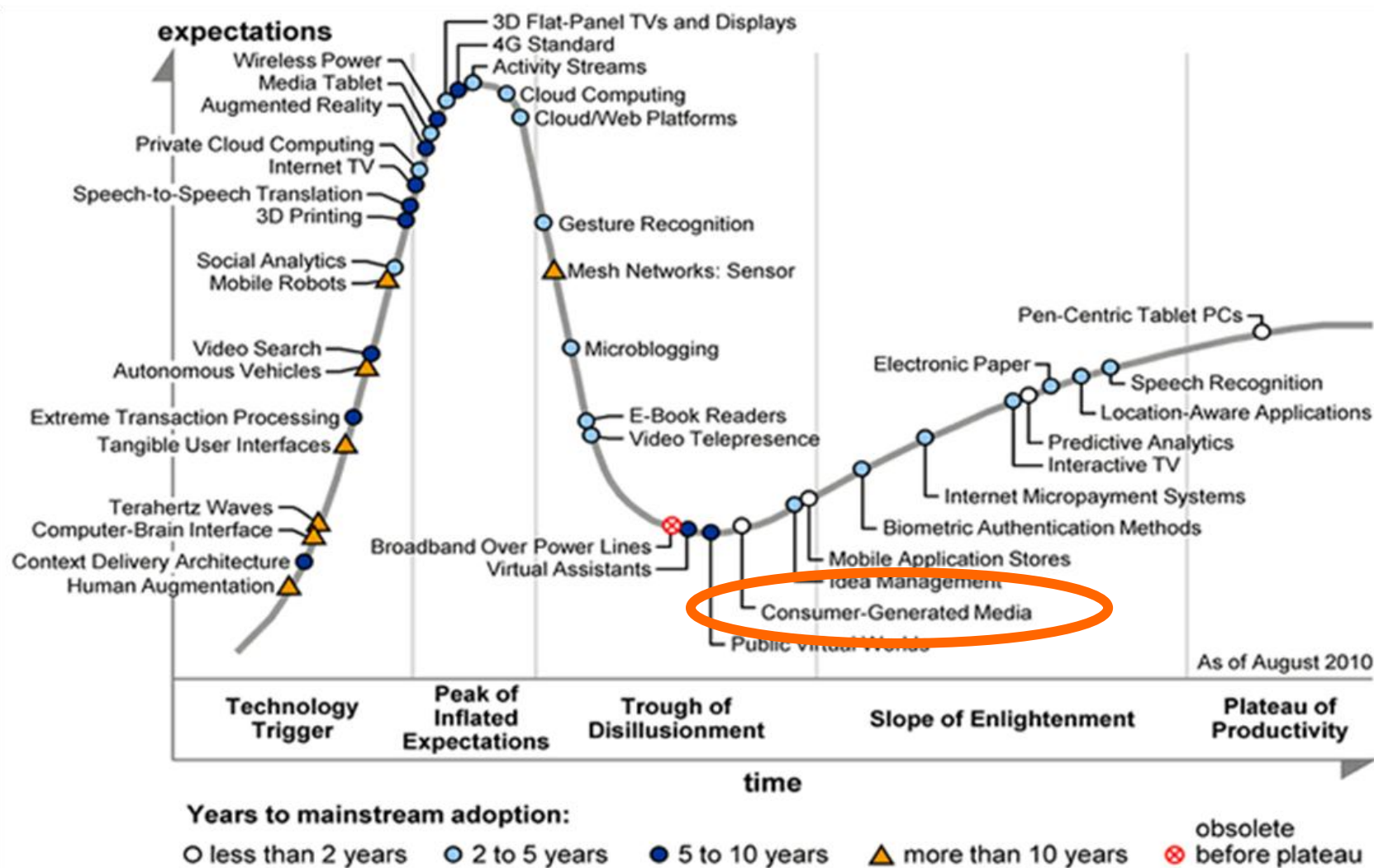
Verbreitung von Social Web in Unternehmen

Von was reden wir eigentlich?

- Web 2.0
- ECM 2.0
- „Enterprise 2.0“
- Social Web
- Social Media
- User generated content
- ...

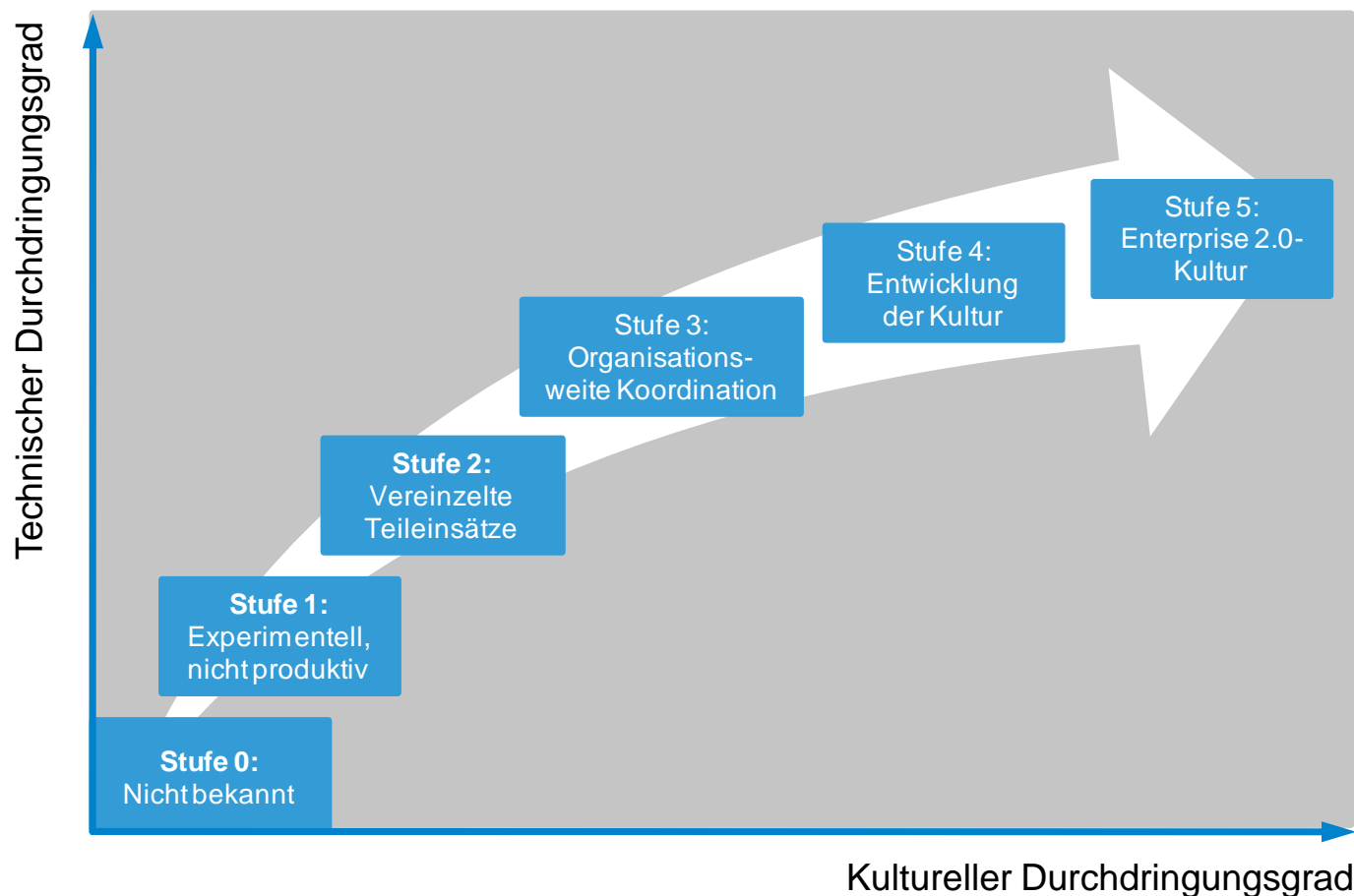


Zuerst ein Blick auf die Welt (Gartner Hype Cycle)



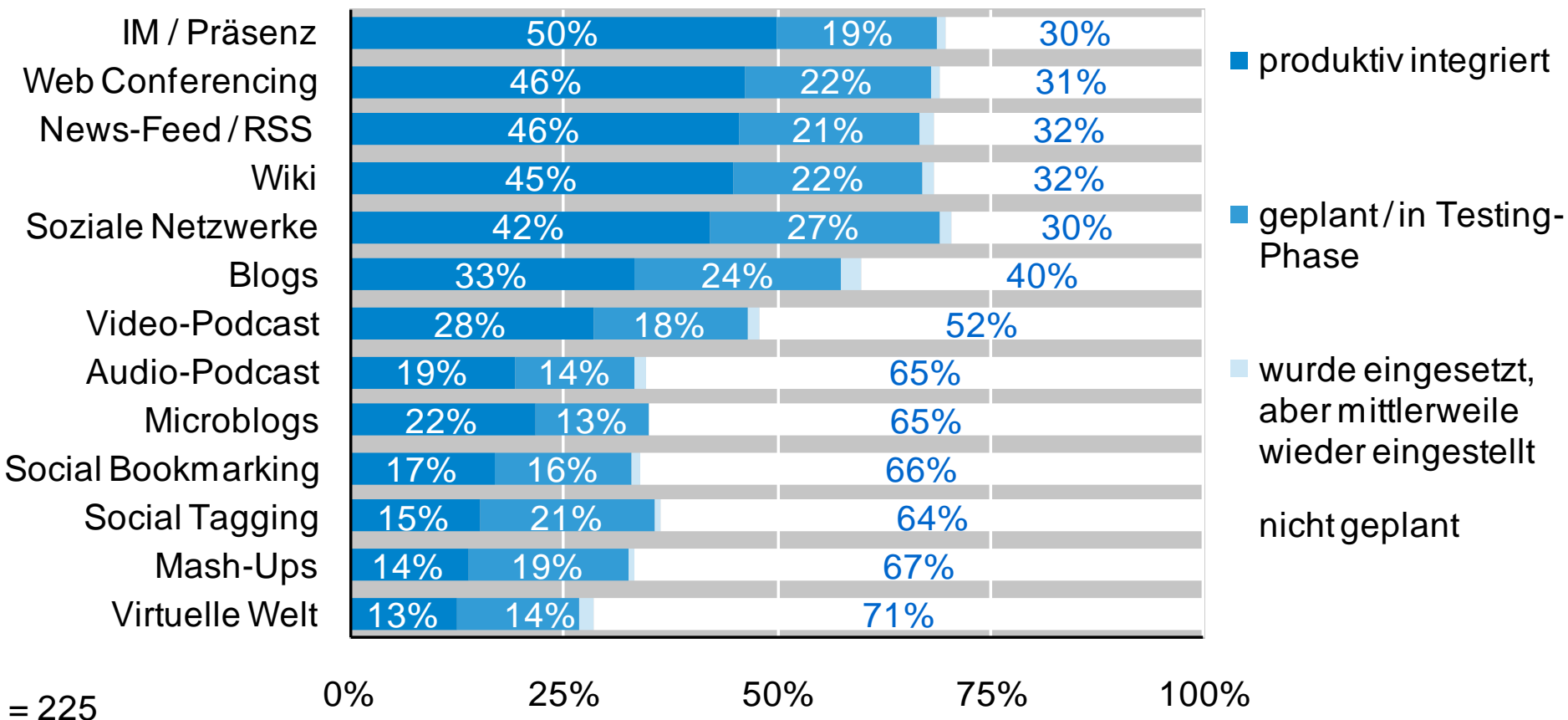


Blick auf die Schweiz: Enterprise 2.0 – Studie



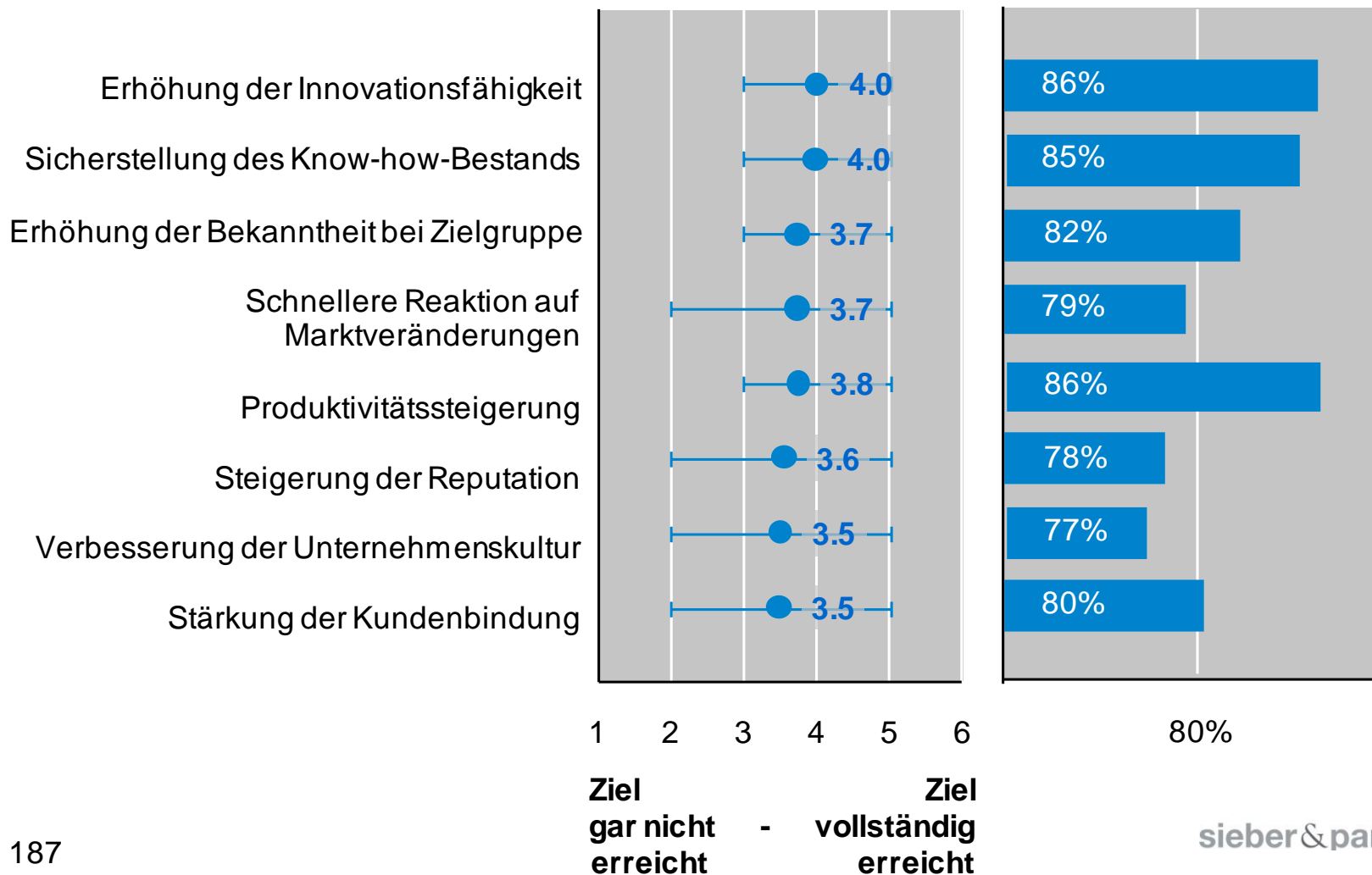


Der Blick in die Realität: „Testumgebung“





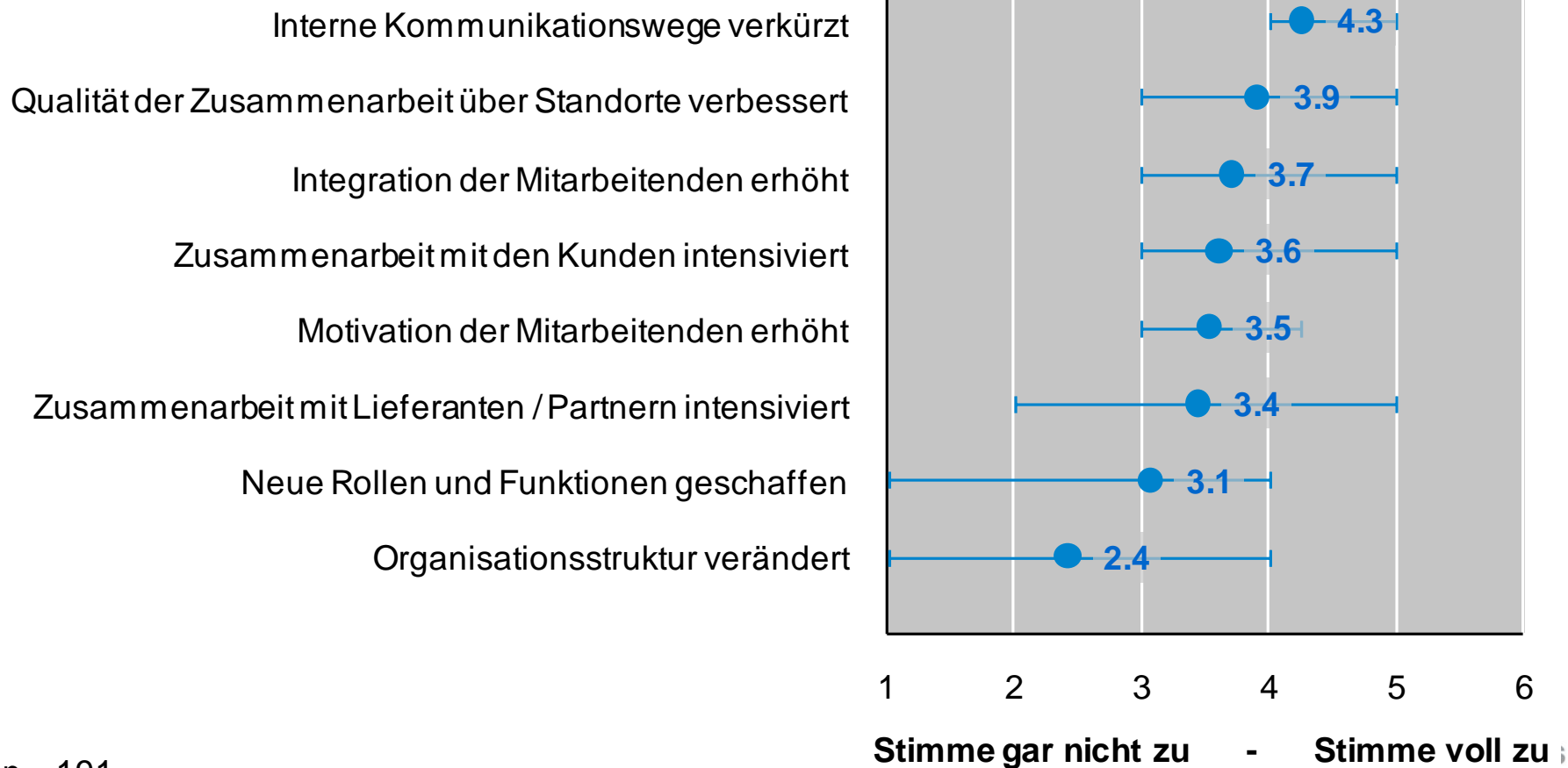
Ziel-Wirrwarr



n = 187



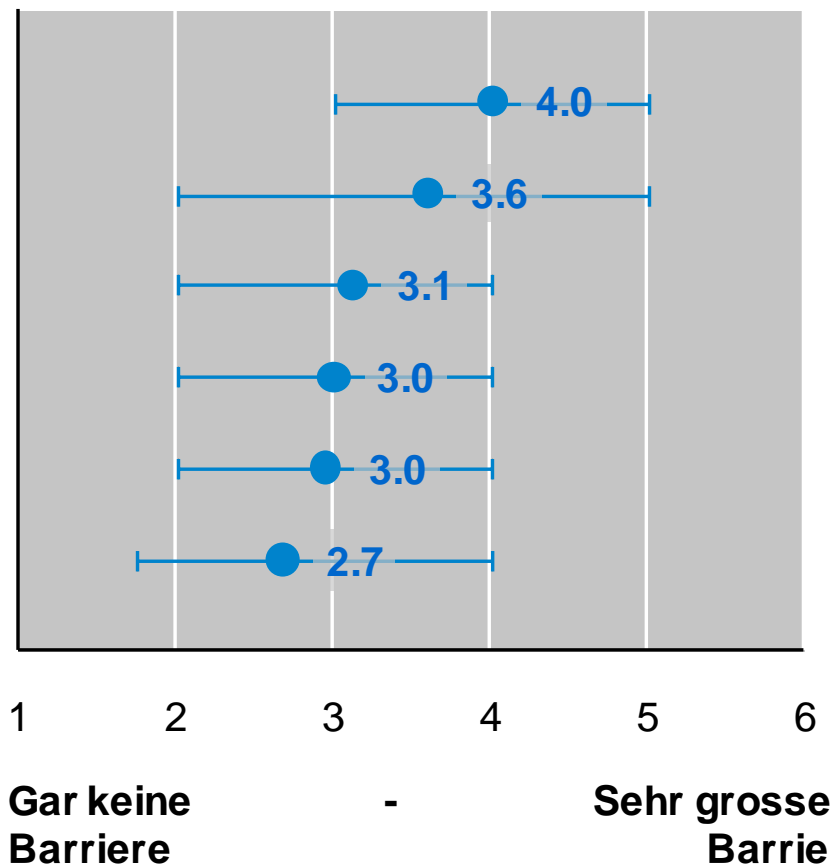
Einigkeit über Beitrag zur Vernetzung





Bedeutung (noch) verkannt

Andere Prioritäten
Unklarer Nutzen
Implementierungsaufwand zu gross
Fehlende Skills
Mangelnde Reife der Technologien
Inkompatible Infrastruktur



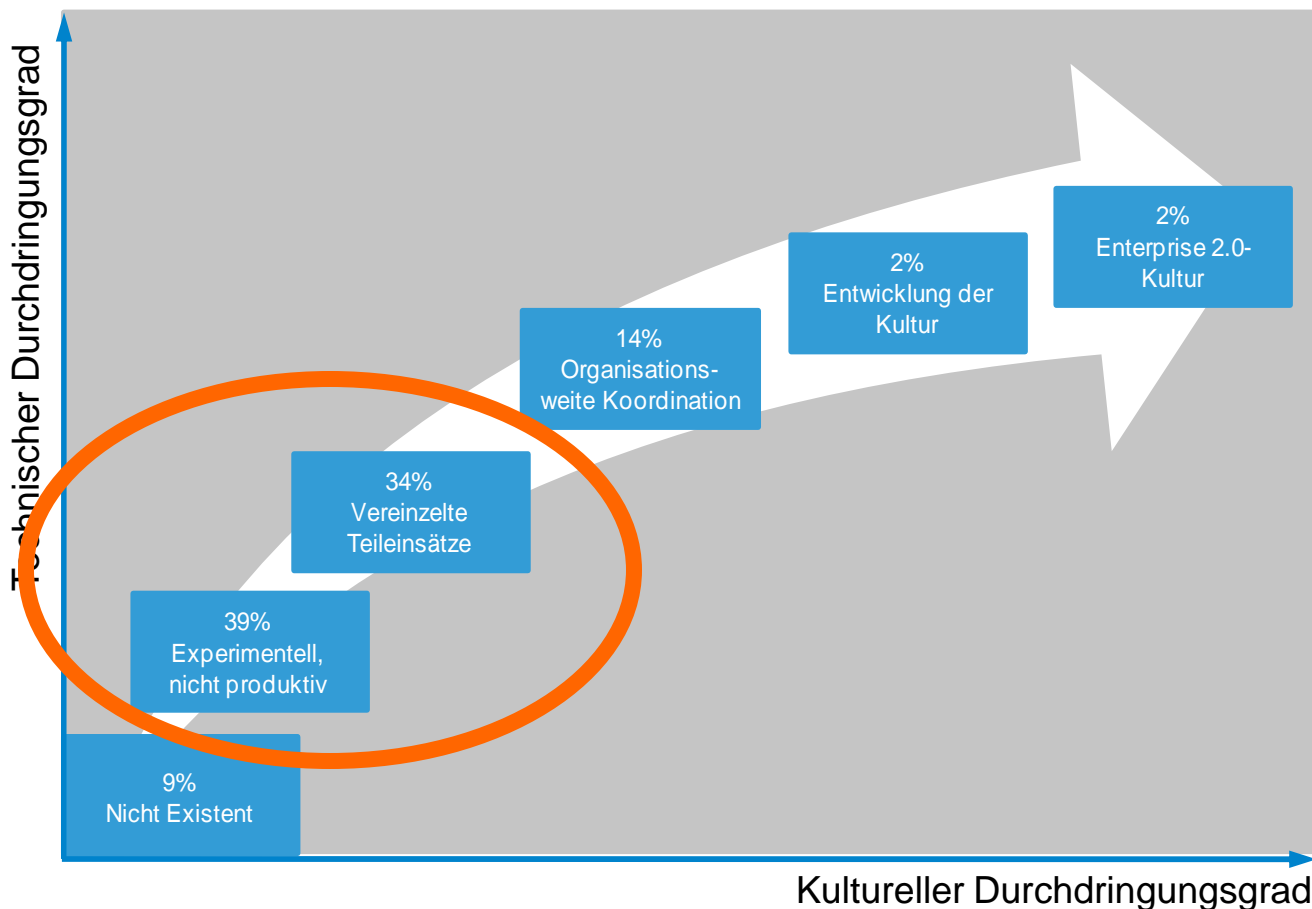
n = 214



Wie verbreitet sind „Social Media Tools“?

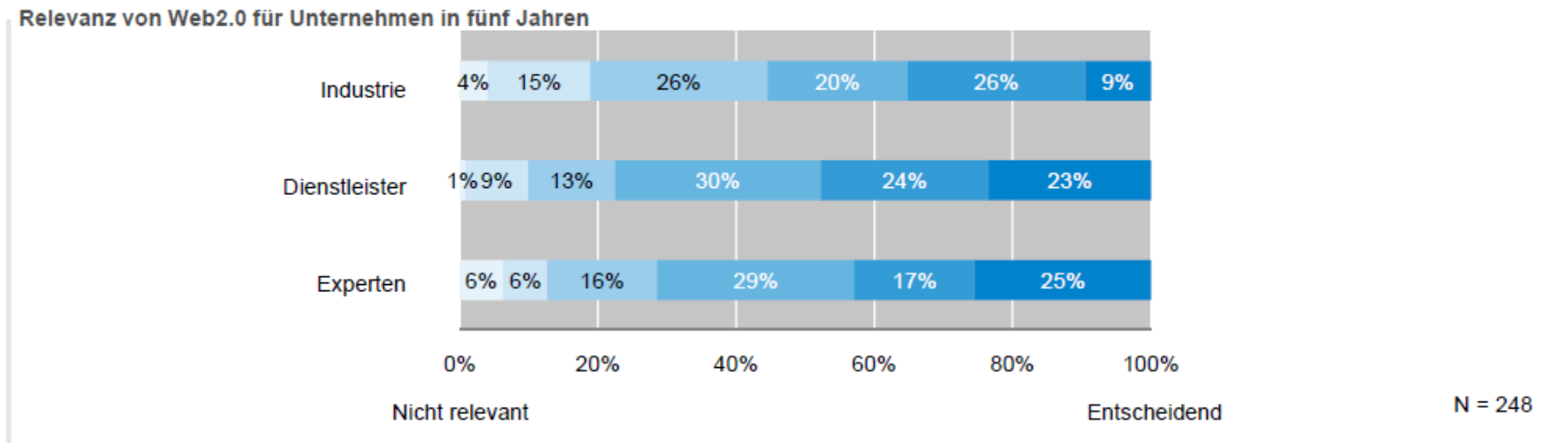


Fazit: Enterprise 2.0 steckt noch in den Kinderschuhen





ECM 2.0-Studie, 2010 – Relevanz von Web 2.0 n5Y



- 1999 haben noch über 90% der befragten Schweizer Geschäftsleitungen geäußert, dass E-Mail kein geschäftsrelevantes Hilfsmittel sei. Heute ist E-Mail in keinem Unternehmen mehr wegzudenken.
- Web2.0-Anwendungen haben sich erst in den letzten Jahren zu verbreiten begonnen. Im 2010 schätzen dennoch bereits sehr viele der Studienteilnehmer, dass diese Technologien für ihr Geschäft relevant bis sogar entscheidend sein werden.
- Typischerweise ist diese Ansicht im Industrie-Cluster weniger weit verbreitet als im Experten-Cluster. Die Einschätzung ist allerdings über alle drei Cluster erstaunlich euphorisch.



Verbreitung Social Media / „Web 2.0“



Enterprise Content Management 2010

Wie die Struktur der Wissensarbeitenden den Software-Einsatz in der Organisation bestimmt

Vorwort des Studienleiters



Norman Briner

Die ECM-Studie konnten wir im 2010 nach 2004 und 2007 zum dritten Mal durchführen. Wir wollen damit einen Beitrag für Entscheider in Unternehmen und Verwaltungen leisten, damit sie ihre Entscheidungen für die Investitionen in ECM-Systeme dimensionieren und planen können. Enterprise Content Management betrachten wir im Vergleich zu betriebswirtschaftlicher Software und zu Web 2.0-Anwendungen.

2004 haben wir vermutet, dass ECM ein „sleeping giant“ ist. Damals war das Thema noch neu. Die Vermutung hat sich jetzt aber bestätigt. In ECM-Systeme wird ähnlich viel investiert, wie in ERP-Lösungen. ECM ist in diesen Jahren in der Wachstumsphase. Die IT muss sich darum kümmern, will sie den Anforderungen des Business noch gerecht werden.

Norman Briner, Leiter Market Intelligence

sieber&partners



PAUSE

20 Minuten



TEIL II: Was bedeutet der Einsatz dieser Tools?

Erfahrungsberichte

1. SuisseID :: Stabi3IKT (BR / SECO)
2. Growth Generator :: KPMG
3. Weitere viele andere



SuisseID Community – Projekt Stabi3IKT des SECO

- Geschichte des Vorhabens
- Entstehung der Kanäle
- Ziele der Community
- Erfolg der Community?
- Herausforderungen des Social Networkings / des Community Managements
- Fazit



Die SuisseID-Community - Elemente

The screenshot shows the SuisseID Community page on the amaze platform. The page header includes the amaze logo, navigation tabs (Überblick, Gruppen, Menschen), user information (Veronika Mischler, 1471), and a search bar. The main content area features the SuisseID logo and tagline: "Die Vernetzung und den Austausch der SuisseID Community fördern". It displays 231 members and social sharing options. A featured post from November 9th announces a workshop at Kulturncasino Bern. Below this is a photo of a large event and a post from October 28th about the "Eugen" award. The right sidebar lists group admins (Claudia Roy, Veronika Mischler, Christian Weber, Markus Priester) and visitors (Pascal Frei, Veronika Mischler, Pascal Hauser, Erika Wyss, etc.). A list of recent comments is also visible.

amaze Überblick Gruppen Menschen Veronika Mischler | 1471 | Ausloggen Suche

Starte deine Gruppe

Homepage Wall Mitglieder Abstimmungen Kalender Spenden Diskussion Writeboard Dateien Admin Backend

SuisseID Community
Bern, Schweiz

Die Vernetzung und den Austausch der SuisseID Community fördern


231 Mitglieder | Tweet | Gefällt mir -27

Homepage | Pionier-Anwendungen | Geschichte | Medien-Spiegel

9. November: Ankündigung Workshop [Bearbeiten][x]

Am 9. November von 16-17 Uhr im Kulturncasino Bern, Herrengasse 25, 3011 Bern:
Workshop "Mit Post SuisseID auf Nummer sicher im elektronischen Geschäftsverkehr".
Flyer zum Workshop
Anmeldungen bitte direkt an Email: mt@pascal-sieber.ch.

Willkommen in der SuisseID Community [Bearbeiten][x]



28. Oktober: Der Schweizer E-Government-Preis "Eugen" geht 2010 an den Kanton St. Gallen und die Verwaltungsrechenzentrum AG St. [Bearbeiten][x]

Diverse Artikel und Beiträge sind zu diesem Thema in den letzten beiden Tagen erschienen. Hier zwei Links dazu:
[Hier gehts zum Artikel dazu im IT Magazine.](#)
[Da zur Information der Bedag.](#)

Gruppenadmins

Claudia Roy Veronika Mischler Christian Weber Markus Priester

Besucher (16859 Besuche)

Pascal Frei Veronika Mischler Pascal Hauser Erika Wyss
Hans Häni AT Heinz Robert Terry Leonarz
Robert Satzer Mathias Möller Christoph Keller Mike Zweifel

Christoph Keller hat einen neuen Kommentar in der Diskussion der Gruppe SuisseID Community veröffentlicht. Am 3. Nov.

Christoph Keller hat einen neuen Kommentar in der Diskussion der Gruppe SuisseID Community veröffentlicht. Am 3. Nov.

Igor Metz hat einen neuen Kommentar in der Diskussion der Gruppe SuisseID Community veröffentlicht. Am 3. Nov.

Christoph Keller hat einen neuen Kommentar in der Diskussion der Gruppe SuisseID Community veröffentlicht. Am 3. Nov.

Michael Quade hat einen neuen Kommentar auf der Wall der Gruppe SuisseID Community veröffentlicht. Am 3. Nov.

Empfohlene Mitglieder



Ziele (Herausforderungen im voraus)

Was ist die SuisseID? [\[Bearbeiten\]](#) [\[X\]](#)

Die SuisseID ist der erste standardisierte elektronische Identitätsnachweis der Schweiz, mit dem sowohl eine rechtsgültige elektronische Signatur wie auch eine sichere Authentifizierung möglich ist. Mit der als USB-Stick oder Chipkarte erhältlichen SuisseID können Geschäfte von Privatpersonen mit Firmen bzw. Verwaltungen direkt und sicher über das Internet oder per E-Mail abgeschlossen werden.

www.suisseid.ch



Bitte um Transparenz [\[Bearbeiten\]](#) [\[X\]](#)

Liebe SuisseID-Community

Schon 146 Mitglieder - das finde ich super !!!

Vielen Dank für euer aller Interesse an der SuisseID!

Trotzdem: Eine kleine Bitte an euch alle hätte ich - damit die Community ernsthaft und transparent bleibt:

1. Lade dein Bild hoch
2. Füll dein Profil wenigstens minimal ein (Merke: Connecten mit Xing oder ähnlichem ist ganz einfach möglich).
3. Mach mit! ...an Diskussionen, Abstimmungen, auf der Wall, etc.

Merci für die Einhaltung dieser Regeln & weiterhin viel Spass!
eure vero

Ziel dieser Community [\[Bearbeiten\]](#) [\[X\]](#)

Vernetzung und Erfahrungsaustausch zwischen den Pionieren und Unternehmen ermöglichen, welche die SuisseID in ihre Web-Applikationen integrieren. Weiter sollen aber auch alle Leute und Unternehmen angesprochen werden, welche sich mit dem Thema SuisseID bekannt machen wollen.

Wie kann ich hier beitragen? [\[Bearbeiten\]](#) [\[X\]](#)

Einfach beitreten, oben auf die entsprechenden Tabs klicken und loslegen. In diesem Projekt kann man diskutieren, Dokumente hochladen, Events organisieren, Abstimmungen durchführen etc. Es können über Amazee aber auch private Mitteilungen verschickt werden.

Wer hat diese Community [\[Bearbeiten\]](#) [\[X\]](#) initiiert?

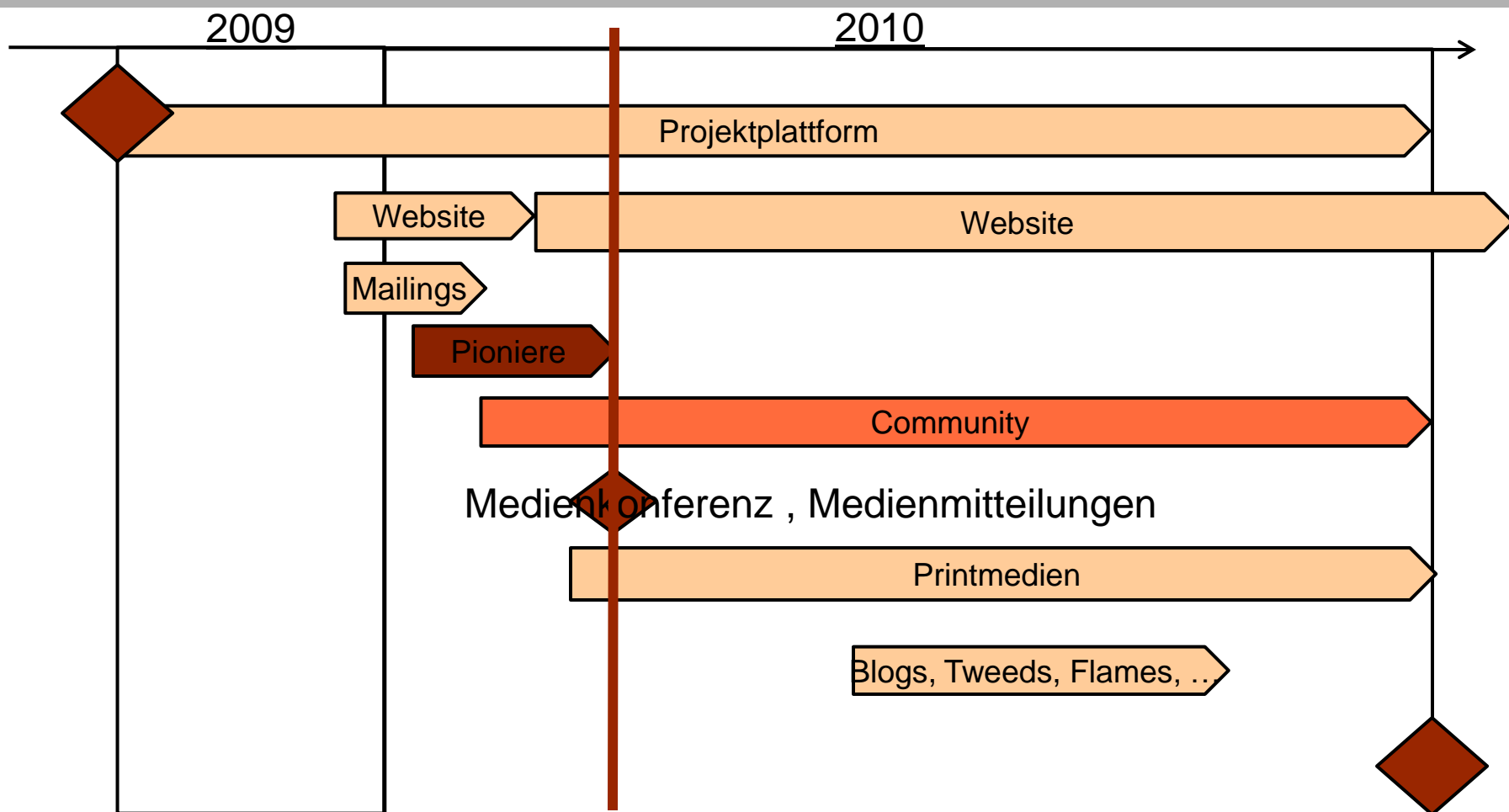
Christian Weber, der im Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) für das Projekt SuisseID verantwortlich ist.

Ziel dieser Community

Vernetzung und Erfahrungsaustausch zwischen den Pionieren und Unternehmen ermöglichen, welche die SuisseID in ihre Web-Applikationen integrieren. Weiter sollen aber auch alle Leute und Unternehmen angesprochen werden, welche sich mit dem Thema SuisseID bekannt machen wollen.

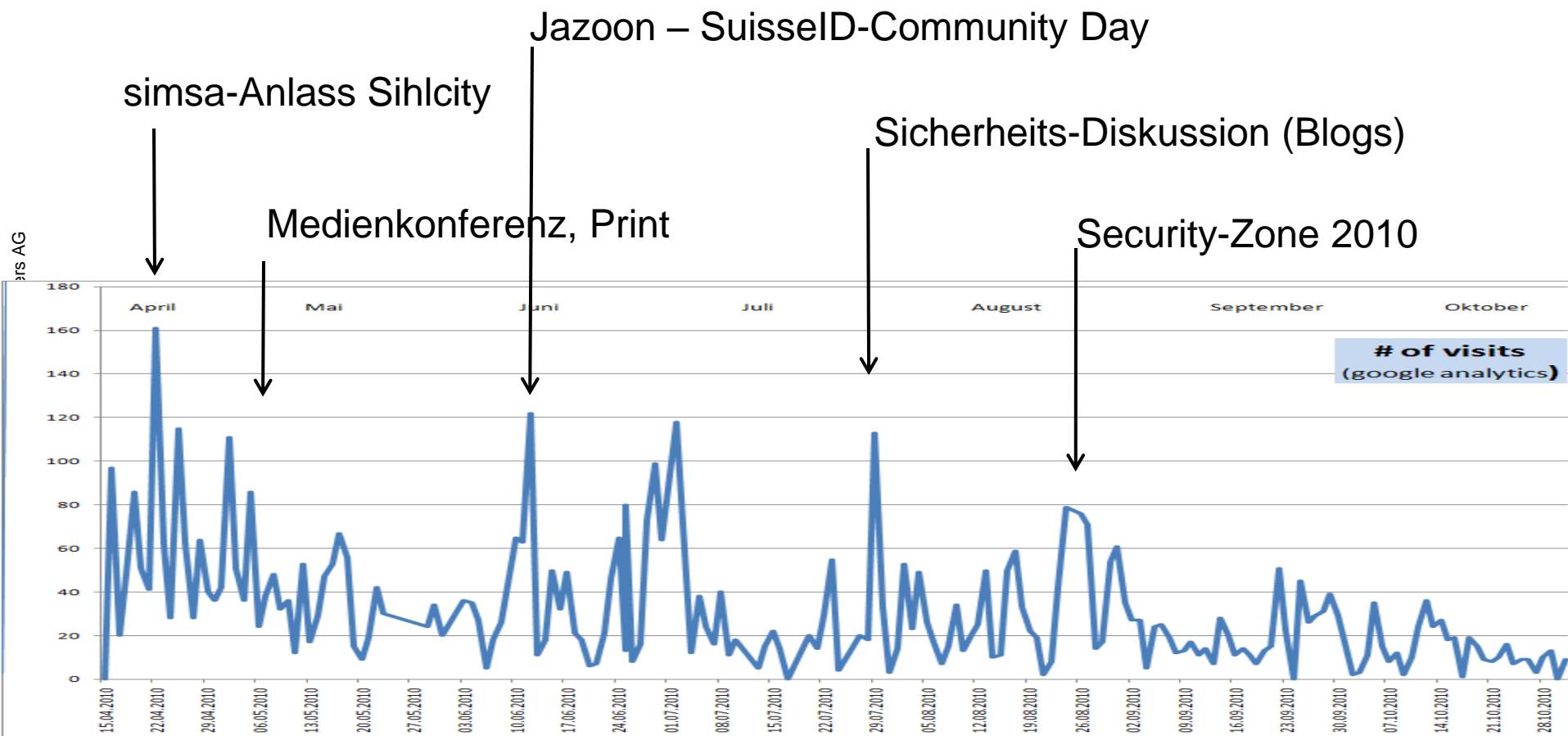


Geschichte & Entstehung der Kanäle





Erfolg der Community?





Misserfolg?... womit man immer rechnen muss...





Herausforderungen (im Rückblick)

- **Koordination** der verschiedenen Kanäle !!!
- **Organisation**
 - Was will man mit einer Gruppe erreichen? (ZIELE KLAR?)
 - Welche (anderen) Kanäle sollen für die Community „angezeigt“ werden
 - Wie kooperieren allgemein die Kanäle? Wer koordiniert die Aussagen?
 - Wer beantwortet besonders kritische Fragen?
 - Wer übernimmt die Verantwortung für die Korrektheit der Antworten?
 - Wer „überwacht“ / begleitet die Diskussionen?
 - Wer „überwacht“ die Vertrauenswürdigkeit der Beteiligten?
 - Welche Themen sollen überhaupt diskutiert werden?
 - Welche Abstimmungen wären interessant?
 - Wer kümmert sich, wenn es knallt (Eskalation)?



Fazit – Erfahrungen mit der SuisseID Community

- Die Tools bestehen und sind ohne Installation und Schulung einfach nutzbar ...
- ...dadurch Fokus auf das Wesentliche: Thema & Ziel, für das die Gruppe arbeitet.
- Aber:
 - Ziele müssen klar sein – Wer ist angesprochen? Mitwirkung wie?
 - Verantwortungen müssen organisiert werden (Wer kümmert sich?)
 - Betreuung und z.T. Überwachung ist notwendig (Schutz der Community)
 - Meist/immer mehrere Kommunikations-Kanäle → Koordination!
 - Ist das Ende geplant? Z.B. nach Projektabschluss: Einfach „sein lassen“?
 - Monitoring ist nützlich (v.a. bei multi channel)
 - „Flamer“ einbeziehen ist eine spezielle Kunst



Fazit (HHN)

- Von passiv zu aktiv: Umdenken im Umgang mit dem Kunden

- PR und Krisenmanagement:
 - Korrekte Reaktion durch Präsenz, Dialog und Glaubhaftigkeit
 - Meinungsführer als Kritiker und Multiplikatoren (Influencer, Amplifiers, Target Audiences)

- Es lohnt sich – Wenn man es ernst meint:
 - Es gibt kaum mehr Produkte oder Marken, die nicht auf den neuen Online-Kommunikationsplattformen diskutiert werden
 - → Die Markenkommunikation in den Social Media existiert.



Fazit (Enterprise 2.0 Studie, s&p / Unic)

- Komplexe soziotechnische Lösungen

→ In jeder Organisation / zu jedem Produkt ist ein eigenes Vorgehen erforderlich, um SMT einzusetzen

- Stand CH

Social Media Tools-Einsatz steckt noch in den Anfängen ...

... aber ist auf stark dem Radar für die nächsten 5 Jahre !

... auch bezüglich Investitionen

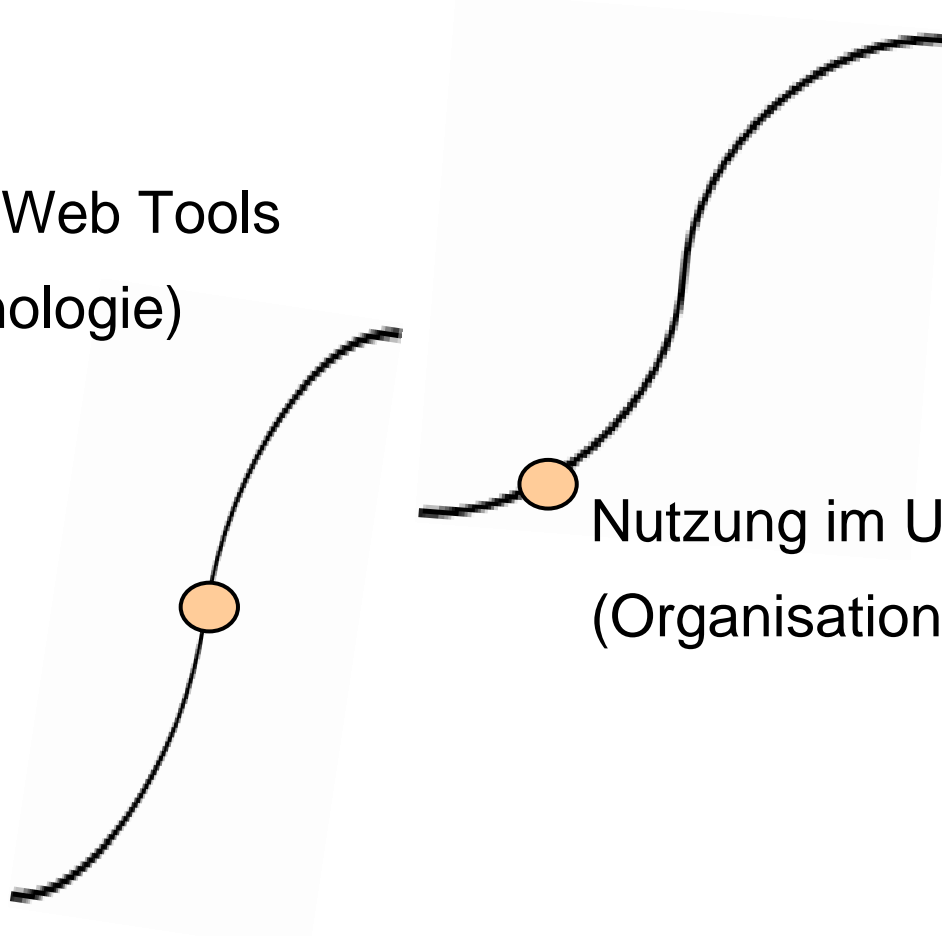
... → Organisatorisch / kulturell wie



Fazit (mein persönliches)

Social Web Tools
(Technologie)

Nutzung im Unternehmen
(Organisation, Kultur)





Weitere Praxisbeispiele



Abschluss

- Wurden Ihre Erwartungen erfüllt?



Quellen

- Prof. Dr. Marcus Meyer, Hochschule Heilbronn (2010): Marketing und Markenkommunikation in Social Media. Chancen, Grenzen und Optionen bei Blogs, Foren & Co.
- D. Vimalassery, N. Scheidegger, Dr. Pascal Sieber & Partners AG und Philippe Surber, Johann Richard, Unic AG (2009): Enterprise 2.0 – die kollektive Intelligenz als Wettbewerbsvorteil
- N. Briner, S. Ehrenbaum, P. Sieber, Dr. Pascal Sieber & Partners AG (2010): Enterprise Content Management 2010. Wie die Struktur der Wissensarbeitenden den Software-Einsatz in der Organisation bestimmt.
- P. Hogenkamp, M. Vettinger, Blogwerk AG (2010): Whitepaper Social Media Marketing.



Vielen Dank!

Dania Gerhardt danialgerhardt@amazee.com

Veronika Mischler vm@pascal-sieber.ch



... Sind Sie nächstes Jahr wieder dabei?
Dann bis am **9.11.2011** !



DANKE