



Web 2.0 @ work: So fördern Chief Information Officer (CIOs) Gewinne durch Verbesserung der Organisationseffektivität

Ohne Zugang zu historischen Informationen wären Unternehmen heutzutage in ihrer Fähigkeit, sachkundige und angemessene Entscheidungen sogar in Bezug auf die grundlegendsten Aspekte ihres Unternehmens zu treffen, ernsthaft eingeschränkt. Die Herausforderungen, mit denen man beim Versuch Kenntnisse zu erlangen, festzuschreiben und zu vermitteln, konfrontiert wird, können entmutigend sein. Die Antwort vieler Organisationen und ihrer CIOs ist die Anwendung von Web 2.0 für Unternehmen. Darunter verstehen wir hier ein reiches soziales Umfeld, das sichere und integrierte Tools für die Zusammenarbeit bereitstellt und Mitarbeitern die Möglichkeit einräumt, das gesamte Wissen des erweiterten Unternehmens zu nutzen.

Jim, ein Vertriebsmitarbeiter, aktualisiert die CRM-Anwendung (customer relationship management, Kundenbeziehungsmanagement) mit den erfolgreichen Ergebnissen seiner jüngsten Konferenz. Der Kunde möchte rasch handeln und wöchentlich ein Angebot unterbreitet bekommen. Während Jim das Update ausführt, geschieht etwas Seltsames. Ein Fenster mit einer Liste von Mitarbeitern dieses Unternehmens öffnet sich, die Erfahrung im Umgang mit Kunden aus derselben Branche oder vergleichbare Produkt- und Dienstansprüche haben. Wenn er seine Maus über den Namen einer bestimmten Kollegin (bspw. Barb) zieht, wird eine Liste von zuvor erstellten Angeboten angezeigt, vergleichbar mit jener, die er selbst erstellen muss. Diese Liste enthält Dokumente, in denen Renditepläne beschrieben werden und Barbs Blogbeiträge zu erfolgreichen Strategien und Diensten für ähnliche Kunden. Jim klickt auf das Bild von Barb, um sie anzurufen, oder um ihr eine Sofortnachricht zu senden, falls sie online ist.

Innovation ermöglichen

Laut den CEOs weltweit stellt Innovation eine entscheidende Komponente des wandlungsfähigen Unternehmens von heute dar. Ein jüngste CEO-Studie von IBM ergab, dass Innovation - neben globaler Integration und einem störenden Geschäftsmodell - zu den herausragenden Komponenten des Unternehmens der Zukunft zählt.¹ Was die konkret Form angeht, in der Innovation stattfinden soll, setzen CEOs Kooperation und die Verwendung von Web 2.0-Tools an die Spitze ihrer Aufgabenliste.²

Die vier Schlüssel zum Erfolg

IBM hat vier Schlüssel für eine erfolgreiche und nachhaltige Web 2.0-Initiative für geschäftliches Wachstum ausgemacht.

1. Geschäfte haben Priorität

Damit sie von den Personen, die sie verwenden, nutzbar gemacht werden können, müssen die Web 2.0-Tools der Organisationen eine Funktionsweise mitbringen, mit der Benutzer bereits vertraut sind und zwar in wahrscheinlich auftretenden Situationen.

2. Tools einbetten

Mit der Strategie Web 2.0-Tools in vorhandene Anwendungen und Prozesse einzubetten, werden zwei wichtige Herausforderungen für soziale Netzwerkiniziativen in zahlreichen Organisationen gemeistert: die Überwindung von Widerstand und die Umsetzung messbarer Vorteile.

3. Fokus auf Rollen

Mithilfe von rollenbasierten- Tools können traditionelle organisatorische Barrieren innerhalb einer Abteilung geografisch überwunden werden, und es wird Benutzern uneingeschränkter Zugriff auf Wissens- und Informationsquellen gewährt, die ansonsten nicht so schnell entdeckt würden, wenn überhaupt.

4. Eine Kultur der Kooperation pflegen

Um Mitarbeiter zur Teilhabe an sozialen Netzwerken anzuregen, muss die Organisation zu bestimmten Hauptverhaltensweisen motivieren. Hierzu zählen u. a. die Vermittlung von Fachkenntnissen und die Wiederverwendung von vorhandenen Kapitalanlagen des Unternehmens.



Das Ergebnis: ein anpassungsfähigeres Unternehmen

Im Folgenden werden die Merkmale von Unternehmen aufgeführt, die laut der IBM Global Human Capital Study 2008 sehr geeignet sind, „sich an veränderliche Geschäftsbedingungen anzupassen“:

- Fähigkeit, zukünftige Kenntnisse vorherzusagen
- Effektive Suche von Experten
- Effektive Kooperation.³

Wie bereits dargestellt wurde, kann eine umsichtige und geschäftsorientierte Web 2.0-Implementierung Organisationen dabei unterstützen, diese Merkmale der Anpassungsfähigkeit zu verwirklichen. Weitere Potentiale sind reduzierte -Produkteinführungszeit, die Förderung von erfolgreichem Wandel und verbesserte Betriebseffizienz.

Die Kapitalrendite von Web 2.0

Basierend auf ausgedehnter Erfahrung im internen Bereich sowie beim Implementieren von Web 2.0-Strategien für Kunden hat IBM vier Dimensionen der Kapitalrendite von Web 2.0 dargelegt:

- Verbessertes Wachstum durch Innovation
- Schnellere Aufgabenabwicklung
- Verbesserte Effizienz
- Gesteigerte Vollmacht der Hauptressourcen.

Mit diesen Komponenten als Framework hat IBM ein so noch nie da gewesenes ROI-Modell bzw. Renditemodell (ROI, Return on Investment) für die Kooperation erstellt, das die Vorzüge von Web 2.0 aufzeigt, die sich aus der Interaktion von Rollen in der Organisation ergeben.

Weitere Informationen

Wenn Sie eine vollständige Kopie White Paper „Web 2.0 @ work: So können CIOs Geschäftsumsätze durch Verbessern der Organisationseffektivität ankurbeln“ beziehen möchten, oder wenn Sie weitere Informationen zu Web 2.0, zur Web 2.0 Goes to Work-Initiative von IBM, zu IBM-Produkten und -Dienstleistungen für soziale Netzwerke benötigen, wenden Sie sich an Ihren IBM-Handelsvertreter oder an einen IBM Business Partner, oder besuchen Sie die folgende Website: ibm.com/cio/de/empower

Darüber hinaus kann IBM Global Financing individuelle Finanzlösungen für Ihre speziellen IT-Anforderungen entwerfen. Weitere Informationen zu hohen Preisen, flexiblen Zahlungsplänen und Krediten sowie Rückkauf und Freisetzung von Kapitalanlagen finden Sie unter: ibm.com/financing

IBM Deutschland GmbH
70548 Stuttgart

ibm.com/de
IBM Österreich
Obere Donaustraße 95
1020 Wien

ibm.com/at
IBM Schweiz
Vulkanstrasse 106
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM-Homepage finden Sie unter
ibm.com

IBM, das IBM Logo und ibm.com sind Marken oder eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Marken-, Produkt- und Servicebezeichnungen anderer Unternehmen/Hersteller werden anerkannt.

^{1,2}IBM Global CEO Study 2008,
<http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/ceostudy2008.html>.

³ IBM Global Human Capital Study 2008,
<http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/2008ghcs.html>.

© Copyright IBM Corporation 2009
Alle Rechte vorbehalten.

