

Neue Lösung fördert Einzug von Social Networking in die Unternehmenswelt

Ordnung muss sein



Foto: Nortel

Die deutsche Nortel-Zentrale in Frankfurt/Main (MAC Frankfurt).

Bisher vor allem im privaten Bereich genutzt, wird das Potenzial von sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter langsam auch in der Geschäftswelt erkennbar: Über Web 2.0 gelangen Nachrichten nach draußen und Ideen von außen in die Unternehmen hinein. Doch lassen Sicherheitsbedenken und die Angst vor der Anarchie des Internets viele Chefs noch zögern. Hier bietet sich eine Lösung an, die die SVA BizSphere AG gemeinsam mit dem Karlsruher Forschungszentrum Informatik (FZI) entwickelt hat: Unternehmen steuern damit ihre Außenkommunikation und binden externe Beiträge gezielt in den eigenen Kontext ein.

Unter dem Stichwort „Web 2.0“ zusammengefasst, haben sich Online-Portale in freien Internet-Communities wie Twitter bereits bestens bewährt: Weltweit begegnen sich Abermillionen Anwender im Netz, um mit Gleichgesinnten ihr Wissen zu teilen und „Social Networking“ zu betreiben. Dabei versehen die Nutzer ihre Beiträge mit Schlagwörtern, um sie anderen zugänglich zu machen. Da diese Schlagwörter frei wählbar sind, gibt es in den Portalen keine verbindlichen Kategorien für die Einordnung der Inhalte. Der Einzug des Web 2.0 in die Enterprise-Welt erfordert jedoch mehr Systematik, wie die abwartende Haltung vieler Unternehmen zeigt.

Nachhaltiger Ordnungsrahmen

Das Forschungszentrum Informatik (FZI) an der Universität Karlsruhe und das 2006 gegründete IT-Software- und Beratungshaus SVA BizSphere haben in enger Zusammenarbeit eine

Lösung entwickelt, die einen Ordnungsrahmen für die von außen kommenden Innovationen bietet: BizSphere ergänzt semantische Webtechnologien um „Social-Networking“-Potenziale.

„Wir hatten die Aufgabe, die dynamische, wenig geordnete Welt des Social Networking in die BizSphere-Lösung zu integrieren, die bei Nortel bereits im Einsatz war“, erinnert sich Tim Romberg, wissenschaftlicher Mitarbeiter am FZI Karlsruhe, an den Beginn der Kooperation im Jahr 2007. Als Forschungseinrichtung des Landes Baden-Württemberg und der Universität Karlsruhe macht das FZI für Unternehmen neue Erkenntnisse aus Informatik, Ingenieurwissenschaften und Betriebswirtschaft verfügbar. Mitarbeiter von BizSphere suchten den Kontakt zum FZI, um ihre Lösung um interaktive Funktionen zu erweitern.

Der kanadische Telekommunikationsanbieter Nortel hatte das

BizSphere-Modul „Sales Enablement“ im Jahr zuvor eingeführt, um das Wissensmanagement in Vertrieb und Marketing zu verbessern. Eine zentrale Rolle spielt die Informationsarchitektur von BizSphere, in die sämtliche Marketing-Materialien, aktuelle Marktdaten, Nachrichten und Wettbewerberinformationen eingeordnet werden. Die Inhalte werden durch Metadaten nach Kontextdimensionen kategorisiert, wie Produkt, Informationstyp, Region, Branche, Kundenproblem



Matthias Roebel war bei Nortel für die BizSphere-Einführung verantwortlich.

oder Vertriebsphase. Demnach können sie von den Nortel-Verkäufern maßgeschneidert abgerufen

werden. BizSphere stellt dazu eine einheitliche Benutzeroberfläche mit intuitiven und multidimensionalen Navigationsmöglichkeiten bereit.

Die neue Anwendung löste bei Nortel mehrere Sales-Portale ab, über die der Vertrieb von Marketing und Produktmanagement bis dahin mit Informationsmaterial versorgt wurde.

„Das frühere Wissensmanagement war von Redundanzen und unklaren Zuständigkeiten geprägt, viele Informationen waren veraltet“, erklärt Matthias Roebel, bei Nortel als Director Knowledge Management Innovation für die Einführung von BizSphere verantwortlich. „Heute können die Informationen vom Marketing viel einfacher produziert und vom Vertrieb viel schneller gefunden und verarbeitet werden, die Zeit- und Kostenersparnis ist enorm.“

Schon bald nach der Einführung entstand der Wunsch, den Ver-

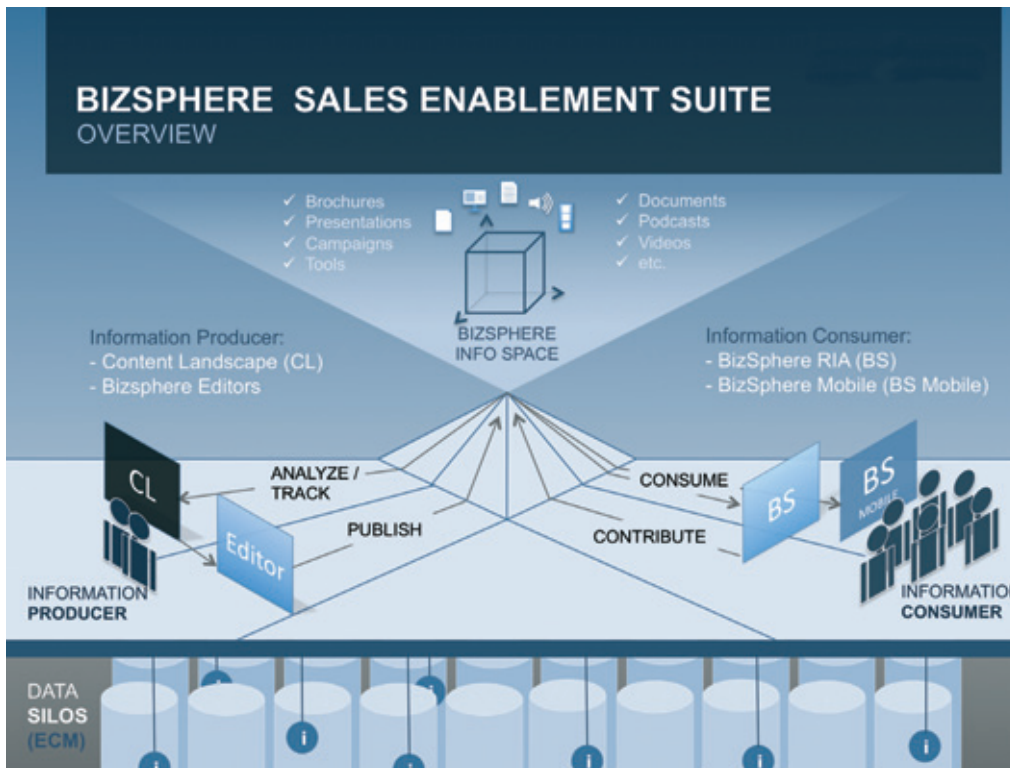


Foto: SVA BizSphere AG

Überblick über die BizSphere Sales-Enablement-Lösung (SalesEnablement-Suite).

triebsmitarbeitern bessere Möglichkeiten zur Mitwirkung zu geben und mehr Transparenz über die Verwendung der Inhalte zu erhalten: Insgesamt war die Vertriebs- und Marketingkommunikation noch nicht durchlässig genug, um die Innovationen und Impulse von Kundenseite aufzugreifen.

Wunsch nach mehr Mitwirkung

Ab Oktober 2007 wurden daher in Zusammenarbeit mit dem FZI Karlsruhe die Anforderungen von Vertrieb und Marketing an Social-Networking-Funktionen erhoben. Im Mittelpunkt stand die Frage, in welchem Maße gängige Anwendungen wie Wikis oder Social Bookmarking für die Sales-Enablement-Lösung nutzbar gemacht werden können. Als Ergebnis wurde die Plattform um verschiedene Social-Networking-Funktionen erweitert.

Bislang reine Wissenskonsumenten, können sich die Vertriebsmitarbeiter künftig auch als Autoren betätigen und ihre Inhalte in die bestehende Informationsarchitektur integrieren. Darin spiegeln sich die spezifischen Anforderungen wider, die die Verkäufer im direkten Kundenkontakt erfahren. Darüber hinaus wird es den

Mitarbeitern ermöglicht, ihr Wissen in eigenen Kategorien zu organisieren. Stellen mehrere Verkäufer fest, dass sie am gleichen Thema arbeiten, können sie ihre Inhalte gemeinsam in einer Kategorie verwalten. Am Ende kann daraus sogar ein offizielles Produkt oder neuer strategischer Schwerpunkt von Nortel werden, ein Paradebeispiel für „Open Innovation“.

Eine weitere konkrete Anforderung der Nutzer bestand darin, über eine einfache Bewertungsfunktion hinaus Verbesserungsvorschläge und Anfragen nach fehlenden Dokumenten zu stellen. Daher wurde die BizSphere-Lösung mit Funktionen für Diskussionen angereichert, die Impulse für die Optimierung der Informationsmaterialien geben. Durch die Integration von „Unified Communications“ können Telefonkonferenzen abgehalten werden, die unternehmensweite Experten im Rahmen der vorgegebenen Informationsarchitektur zusammenführen.

„Die Integration von ‘Social-Networking’-Funktionen erhöht das Potenzial der BizSphere-Lösung, den Nor-

tel-Vertrieb schlagkräftiger zu machen, Ideen von außen zu unterstützen und in die Produktentwicklung einfließen zu lassen“, lautet das Fazit von Tim Romberg. Doch können auch andere Unternehmensbereiche von der Kombination von Enterprise 2.0 und semantischen Webtechnologien profitieren.



Tim Romberg vom Karlsruher Forschungszentrum Informatik (FZI) unterstützte die Erweiterung der BizSphere-Anwendung bei Nortel.

„Das Erscheinungsbild von Unternehmen ist zunehmend geprägt davon, wie schnell sie reagieren und Fragen von außen beantworten können“, so Ralph-Peter Quetz, CEO von SVA BizSphere. Im Bereich des Competence Managements eingesetzt, ermöglicht die Lösung, das Wissen der Mitarbeiter zu kategorisieren. Damit kann zum Beispiel auch

die Kommunikationsabteilung bei Anfragen gezielt auf die geeigneten Kompetenzen zugreifen. Rückmeldungen von außen fließen in die kontinuierliche Weiterentwicklung der vorhandenen Kompetenzen ein.

www.fzi.de
www.bizsphere.com