



## Social Business Mehr als Facebook & Co.?

# „Social“ ist „in“ oder „die Enkel von Groupware werden erwachsen“

Social Enterprise

Social Media

Enterprise 2.0

Business 2.0

Web 2.0

Social Business

## Fakten

154 Mrd weltweit verschickter Mails\*<sup>5</sup>

25 Mio Facebook-Nutzer allein in D  
(2010: rund 13 Mio)\*<sup>1</sup>

8 Mio verkaufte Smartphones  
(zum Vergleich: 8 Mio Mobiltelefone)\*<sup>3</sup>

81 Mrd Apps weltweit heruntergeladen\*<sup>4</sup>

25 E-Mails pro Tag und Postfach\*<sup>6</sup>

13 Mio XING-User weltweit  
(2010: 9,1 Mio)\*<sup>2</sup>

Quellenangaben: \*<sup>1</sup> allfacebook.de / statista , \*<sup>2</sup> Xing / statista , \*<sup>3</sup> Statista, GfK, gfu, \*<sup>4</sup> Gartner / statista,  
\*<sup>5</sup> The Radicati Group / statista, \*<sup>6</sup> interim 2000 / B&L

## Ein Versuch der begrifflichen Abgrenzung

---

### » Gablers Wirtschaftslexikon („social business“):

„... Sammelbegriff für internetbasierte, mediale Angebote, die auf sozialer Interaktion und den technischen Möglichkeiten des sog. Web 2.0 basieren.“

### » Definition im Trendbericht von Deloitte:

Social Technologies = Tools, die Menschen, Informationen und Werte orts- und zeitunabhängig miteinander verbinden

Social Media = Orte, an denen Menschen zusammen kommen, um die Arbeit (computergestützt) zu verrichten

Social Network = Verkörperung des Wissens, wer was weiß und wer wen kennt, ... ausgedrückt durch ein soziales Netz

Social Business = Konzept zur Aktivierung eines sozialen Netzwerks ... um Geschäft und Mehrwert zu generieren

## Social Business wird erwachsen

---

### » Bewegung in Richtung Social Business erfährt eine ganz neue Dimension

- » allgegenwärtiges Internet
- » ausgeprägte Mobilität
- » eine offensichtlich hohe Bereitschaft, soziale Beziehungen mit vielen zu teilen.

### » Erfolgsentscheidend

Bewegung geht von „unten“ nach „oben“;  
die Masse der Anwender ist die treibende Kraft.

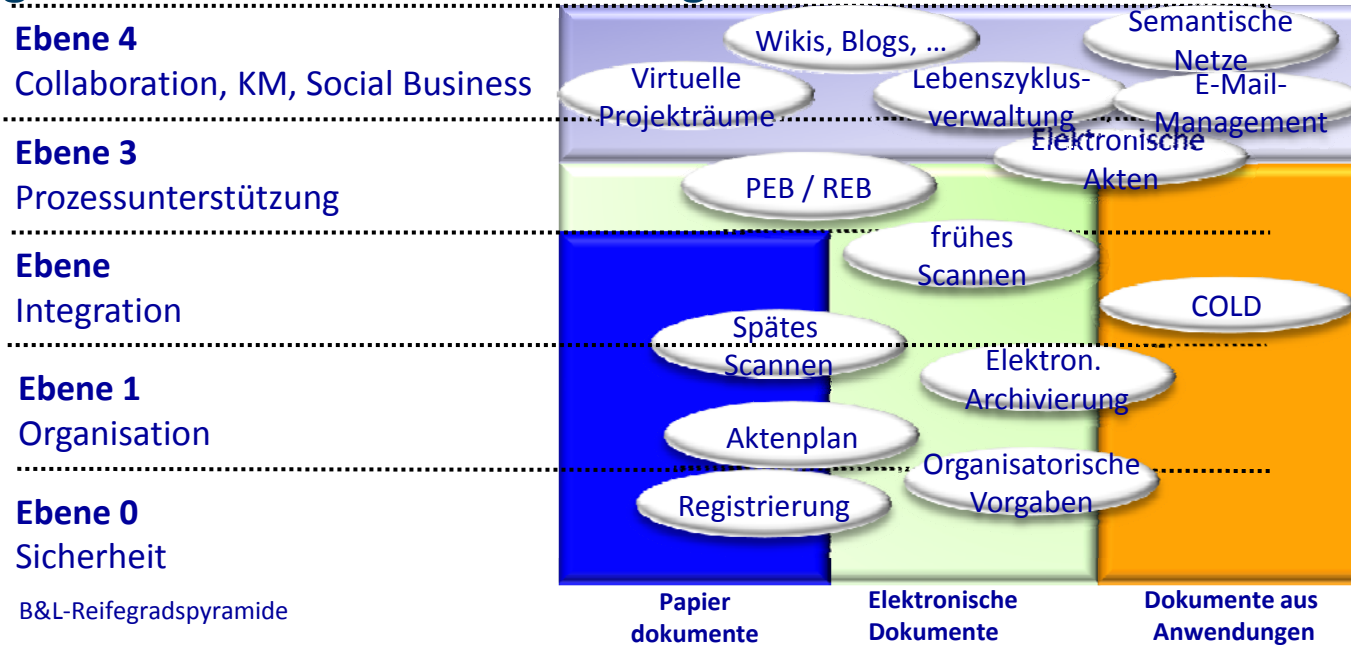
## Social Business, „DMS 2.0“: Symbiose erwünscht

---

- » Wikis, Blogs, Gruppenkalender, Communities und Activity Streams unterstützen die Kommunikation und den Austausch von Informationen (und Dateien) in beliebigen Gruppen und Konstellationen.
- » **Workflows (BPM), sichere Archivierung, komfortable Suche, Abo-Funktionen, Wiedervorlage und Protokollierung sorgen für effiziente und effektive Arbeitsabläufe.**
- » Soziale Netzwerke liefern wichtige Daten für Marketing, Vertrieb und Personal.
- » **DMS sorgen für Ordnung, Nachvollziehbarkeit und Rechtssicherheit.**

# Social Business und „DMS 2.0“, Symbiose erwünscht

» Social Business und DMS bringen gleichermaßen in erster Linie organisatorische Herausforderungen mit sich.



## Tipps im Umgang mit Social Business

- » Mit dem Internet hat sich das Kommunikationsverhalten geändert. Werden Sie „social“ und stellen Sie sich diesem Trend.
- » Aber lassen Sie sich nicht verrückt machen. Der Nutzen von Social Business besteht nicht darin, in Facebook und LinkedIn präsent zu sein.
- » Ein Social-Business-Leitfaden könnte ein erster Schritt sein.
- » Achten Sie auf die Konvergenz der Medien (Telefonie, E-Mail, Social Media, ECM/DMS).
- » Entwickeln Sie Regeln für die Kommunikation und reduzieren Sie dadurch Unternehmensrisiken (u.a. Datenschutz, Arbeitsrecht, Zeitbanditen).



# B&L Management Consulting GmbH



---

**Vielen Dank für Ihr Interesse!**

**Besuchen Sie uns am VOI-Stand**

**Halle 5 Stand D51**

oder kontaktieren Sie uns direkt:

**B&L Management Consulting GmbH**

**Tel.: 069-1330930**

**E-Mail: [info@bul-consulting.de](mailto:info@bul-consulting.de)**

**Internet: [www.bul-consulting.de](http://www.bul-consulting.de)**