

Steffi Gröscho
Dr. Claudia Eichler-Liebenow
Regina Köhler

Willkommen in der neuen Arbeitswelt

So erwecken Sie ein Social Intranet zum Leben



- 1 TRÄUME
- 2 ANALYSIERE
- 3 PLANE
- 4 BAUE
- 5 ERPROBE
- 6 NUTZE

... mit Intranet-Babett

WILLKOMMEN IN DER NEUEN ARBEITSWELT

So erwecken Sie ein Social Intranet zum Leben

Steffi Gröscho
Dr. Claudia Eichler-Liebenow
Regina Köhler

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der SCM c/o prismus communications GmbH unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und das Speichern und Verarbeiten in elektronischen Systemen.

[SCM] School for
Communication and
Management

Lehmbruckstraße 24
10245 Berlin
Tel. 030 47989789
Fax 030 47989800
www.scmonline.de

Babett-Zeichnungen: Bettina Lawrenz
Redaktion: Theresa Schulz
Lektorat: Bernd Stadelmann
Satz und Layout: Jens Guischart

Alle Rechte vorbehalten.
© SCM c/o prismus communications GmbH, Berlin 2015

1. Auflage e-Book, Juni 2015
ISBN 978-3-940543-45-5

EINFÜHRUNG 1

Neue Arbeitswelt – Warum sie nicht mehr aufzuhalten ist 1

Social Intranet – Das Herz des vernetzten Unternehmens 8

Was ist ein Social Intranet? 8

Modernes Wissensmanagement in lebendigen Wissensnetzwerken 11

Social Business – Neue Chancen für vernetzte Unternehmen 12

Mit modernem Change Management in die neue Arbeitswelt 15

Intranet-Einführung mit Methode 19

1 TRÄUME 24

1.1 Inspirationen – Neue Möglichkeiten für Kommunikation und Zusammenarbeit 25

Basis-Intranet-Features 27

Erweiterungen 29

Social Features 32

Neue Features und weitere Intranet-Trends 35

1.2 Die Intranet-Vision entwickeln 40

1.3 Ziele, Strategie, Skalierung und Messbarkeit 42

1.4 Nutzen aufzeigen und messen 47

Mehrwert für ausgewählte Abteilungen 47

Wie misst man den Nutzen von Social Collaboration? 54

1.5 Das Projekt richtig aufstellen 55

Projektorganisation 55

Projektinitialisierung 58

1.6 Stakeholder für das Projekt aktivieren 60

Stakeholder-Analyse 60

Betriebs- oder Personalrat 62

1.7 Häufige Barrieren bei der Social-Intranet-Einführung 65

1.8 Auf neun Punkte gebracht 70

2 ANALYSIERE 72

2.1 Analyse der Ausgangssituation 73

2.2 Analyse der Unternehmenskultur und Kompetenzen 75

2.3 Nutzer in die Anforderungsanalyse einbeziehen 78

Nutzerfeedback einholen 79

Mitarbeiter beteiligen 81

Führungskräften die Arbeit erleichtern 83

Fachabteilungen einbeziehen 85

Internationale Standorte im globalen Intranet 87

Betriebs- und Personalrat einbinden 89

Datenschutz- und IT-Sicherheitsbeauftragte 89

2.4 Anwendungsszenarien – Den Anforderungen Struktur geben 90

Ideen- und Innovationsmanagement – Die Intelligenz der Vielen nutzen 92

Business Intelligence (BI) – Aktuelle Informationen für alle Mitarbeiter 94

Collaborative Customer Relationship Management – Mehr Vertriebs-PS auf die Straße bekommen 98

Social Forecasting – Kollektive Intelligenz des Unternehmens nutzen 103

Projektmanagement – Herzstück für die Teamarbeit	106
Social HCM – Human Capital Management als echten Service begreifen	107
Integrationen – Nutzerfreundliches Arbeiten ohne Grenzen	112
Experten finden – Erfahrungen und Know-how im Unternehmen besser nutzen	113
Social Learning – Moderne Personalentwicklung für eine lernende Organisation.....	115
Support-Communities – Ausgezeichneter Service für die Nutzer	117
Dokumentenablage – Ein pragmatischer neuer Nutzeransatz	120
Mobiles Intranet – Kein Feature, sondern Quantensprung.....	124
Redaktionelle Inhalte – Verbindliche Informationsdarstellung bleibt	128
Verbindliches Informationspaket – Der Kompass im Informationsdschungel.....	129
Extranet – Mit externen Partnern und Kunden unkompliziert zusammenarbeiten	130
Weitere Anwendungsszenarien.....	132
2.5 Technische Plattform.....	133
Technologieauswahl – Ein strukturierter Prozess in sechs Schritten	133
Übersicht der gängigsten Plattformen.....	139
Alles neu oder Vorhandenes zusammenführen?.....	141
2.6 Cloud oder nicht Cloud	142
2.7 Auf neun Punkte gebracht.....	150
3 PLANE.....	152
3.1 Von Anforderungen und Agilität im Management von Intranet-Projekten.....	153
Erfolgsrezept Anforderungsmanagement.....	153
Klassisches oder agiles Projektmanagement – Eine Entscheidungshilfe.....	153
Projektmanagement bei der Social-Intranet-Einführung.....	158
3.2 Roadmap – Kategorisieren und Priorisieren.....	160
3.3 Erfolgsfaktor Usability	162
3.4 Informationsarchitektur	164
Überblick	164
Wie man eine gute Navigation entwickelt	167
Raumkonzepte	170
Konzeption der Suche.....	172
3.5 Design.....	174
Die besondere Stellung der Startseite	174
Entwicklungsprozess Design	177
Responsive Design.....	178
3.6 Rechte, Rollen, Gruppen.....	180
3.7 Governance für das Social-Intranet-Projekt	184
3.8 Prototyping und technologieorientierte Konzepte	187
Was macht ein Social Intranet zu einem besonderen Projekt aus Sicht der IT?	187
Überblick verschaffen	187
Technologieorientierte Fach- und Feinkonzeption	189
Infrastrukturplanung, Entwicklungs-, Test- und Demo-Umgebungen	191
Betriebskonzept und Weiterentwicklung der technischen Lösung	193
3.9 Migrationsplanung.....	194
Aspekte einer Intranet-Migration	194