
Web 2.0 für Unternehmen

Die Attacke aus dem Web

Christian H. Leeb
9. November 2006

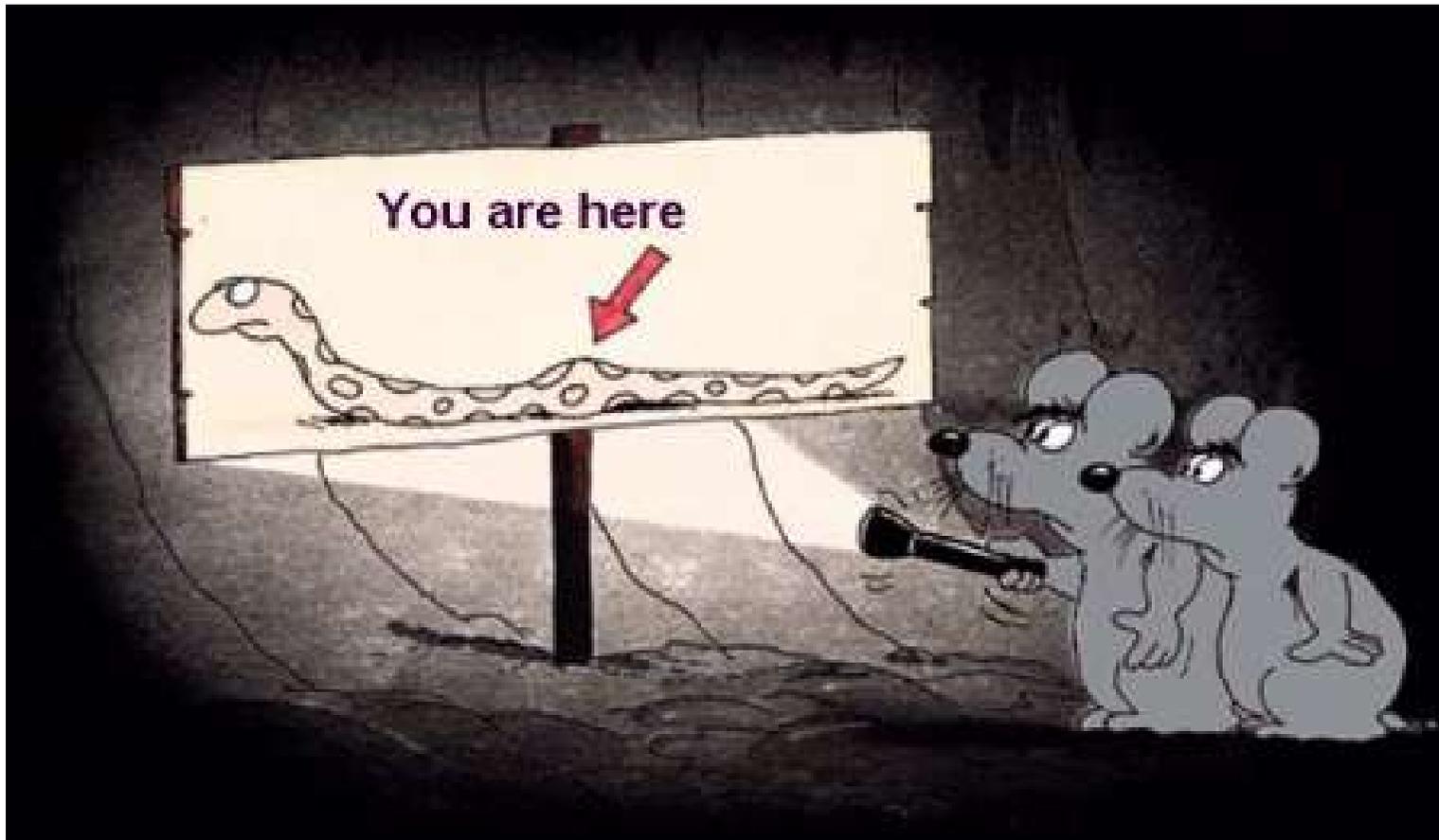
Inhalt

- 1 Endlich: wir haben einen neuen Hype!
- 2 Das neue Web als Desktop
- 3 Business-Kontaktplattformen im Web
- 4 Macht der Community
- 5 Auswirkungen

Endlich: Wir haben einen neuen Hype!

- Er heißt Web 2.0
- Sie fragen drei Leute und bekommen sieben Antworten, was das sei
- Aber es betrifft Sie ja nicht
 - Es gibt keinen Grund überleben zu müssen

Warum wir nichts verstehen



Mögliche Themen

- Das neue Web als Desktop: AJAX und Co als Voraussetzung
- Business-Kontaktplattformen im Web: die neue Art der Kooperation?
- Bookmark Manager im Web: Merken und Teilen
- Office-Funktionen am Web: nie mehr Software-Installation?
- Web, Landkarte und aktueller Ort
- Neue Kategorisierungen durch Tags
- User werden Producer: Über Blogs, Vlogs, Wikis und die Macht der Community

Mögliche Themen

- Mit wenigen Klicks zur eigenen dynamischen Website: RSS-Feeds und Mashups
- Fotos und Videos im Netz: Wozu soll das gut sein?
- Meinungen und Feedback des Kunden sofort im Netz: Das Ende klassischen Marketings und Sales?
- Innovation gemeinsam mit den Kunden: von firmeninternen Productising zum Beta am Netz
- Peer to peer (P2P) als Methode um Zentralismus zu verhindern?
- VoIP: Telefonieren wird weltweit gratis
- Schöne neue Welt und / oder gläserner Mensch?

Das neue Web als Desktop

- Alles was ein Benutzer braucht, ist ein Browser
- Alle Applikationen sind webfähig
- Die Benutzung ist wie am Desktop
 - Schnell
 - Dynamisch
- Techniken wie Ajax, etc. werden verwendet

Das neue Web als Desktop

- Einfluss auf Software-Entwicklung
 - Software ohne Web-Interface hat es schwer
 - Software integriert sich „automatisch“ (Plugin, etc.)
- Einfluss auf Software-Einsatz
 - Software muss nur mehr freigeschaltet und verwendet, nicht aber installiert und betreut werden

Business-Kontaktplattformen im Web

- Funktionieren nach dem „Small World“-Prinzip
 - „Jede/r kennt jede/n um 2 Ecken“
 - Gemeinsamkeiten werden im Netz entdeckt
 - Geschäfte entstehen durch Vertrauen
 - „Dating-Börse fürs Business“

Business-Kontaktplattformen im Web

- Fehlende Ressourcen oder Kompetenzen sind einfacher denn je findbar
- Auch Einzelfirmen und kleine Firmen haben eine Chance
- Menschen stehen im Mittelpunkt, nicht ihre Firmen

Macht der Community

Neue Kategorisierungen durch Tags

- Tagging-Prinzip: Jede/r vergibt Schlagworte nach eigenem Belieben
- System liefert nach Statistik die Schlagworte der Community

Neue Kategorisierungen durch Tags

- Es entstehen
 - neue Kategorisierungen
 - Neue Schwerpunkte
 - Neue Bedürfnisse
 - Neue Transparenz
- Die Community hat immer Recht

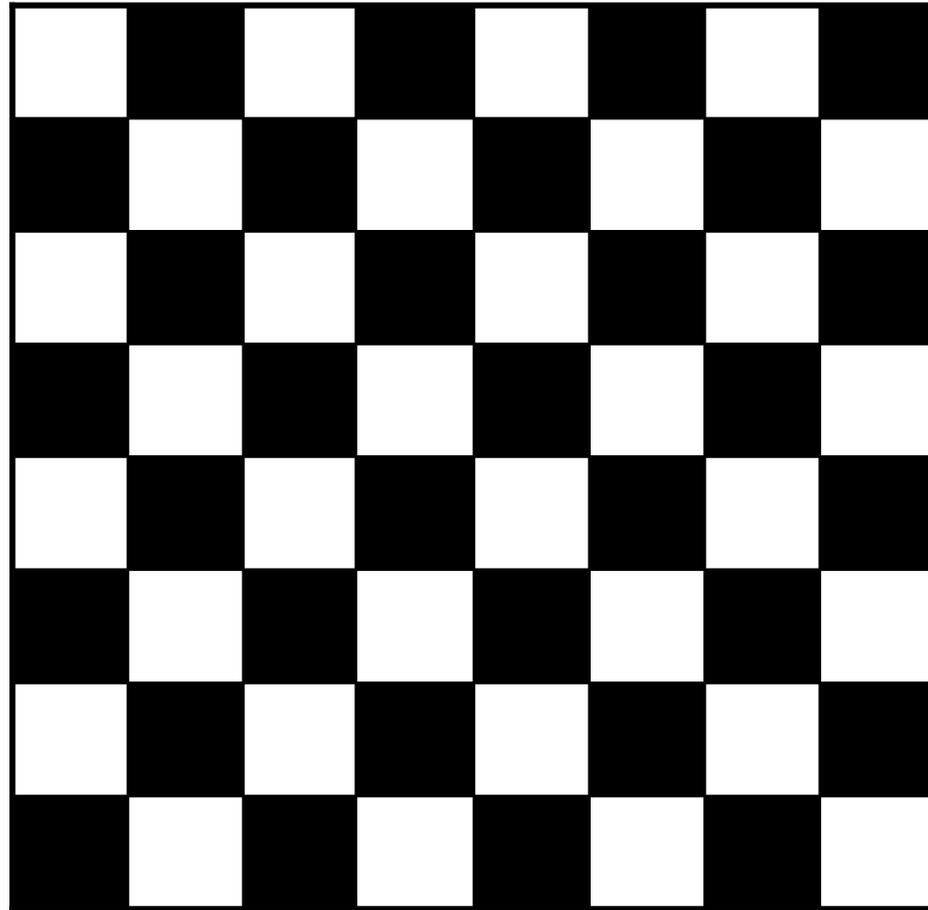
Macht der Community

- Im Internet genauso wie offline
 - Neu ist am Internet
 - Verbindung von Menschen
 - Schnellere Kommunikation
 - Interaktion
 - Vertrauensnetzwerk
 - Abstimmungsmechanismen
 - Struktur folgt Inhalt
-

Macht der Community

- Gegen die Massen kann sich niemand stellen
- Die Meinungsumfrage ist ständig im Netz
- Stille Post ist kein Spiel für Erwachsene mehr

Warum wir nichts verstehen



Wikis

- Wiki-Prinzip: Jede/r kann Texte schreiben und bestehende Texte ändern und auf geänderte Texte zugreifen
- Warum schreiben Leute?
 - Weil sie es mögen
 - Weil Geben und Nehmen sich sehr rasch die Waage halten
 - Weil neue Bekanntschaften schnell entstehen

User Generated Content

- Nie war es so leicht und billig Inhalte zu produzieren und zu veröffentlichen
- Text, Sprache, Bild, Film
- ...und genau das machen die Menschen

~~„kein Schwein ruft mich an –
keine Sau interessiert sich für mich“~~

Wikis

- Ergebnisse sind
 - umfangreicher
 - qualitativ besser bzw. bedarfsorientierter
 - Wissensmanagement wird durch Wikis in Firmen auf neue Beine gestellt
 - MitarbeiterInnen
 - Kunden-Firmen
 - Partner-Firmen
-

Auswirkungen

Auswirkungen: Die neue Wirtschaft

- Kunde anonym
- Kunde im Zielsegment
- Produkt standardisiert
- Massenproduktion
- Massendistribution
- Massenwerbung
- Marktanteil
- Alle Kunden
- Economy of scale
- Einweg-Kommunikation
- Kundenanziehung
- Push
- Geiz ist geil
- Werbung, Verkauf, Vertrieb
- Kunde bekannt
- jeder Kunde ein Segment
- Produkt individuell
- Losgröße 1
- Persönliche Lieferung
- Individuelle Ansprache
- Kundenanteil
- Profitable Kunden
- Economy of scope
- Mehrwegkommunikation
- Kundenbindung
- Pull
- Vertrauen ist alles
- Soziales Netzwerk

Warum wir nichts verstehen



„Wenn ich wüßte,
was ich suche,
würde ich nichts
finden“
(Inspektor
Columbo)

Paradigmenwechsel

- Ursache- / Wirkungsdenken schaufelt sich selbst das Grab
- Klassische Organisationsformen haben es zunehmend schwer
- Marketing und Sales wird es nicht mehr geben
- Die Geschichte vom Turnschuh...

Alles Gute!

- Wer nicht vom Weg abkommt, bleibt auf der Strecke



Danke



Christian H. Leeb
holistic business development

cleeb@web.de
+43 (676) 75 813 75

