

social business software de weg naar innovatie en co-creatie

De term social business is in de VS de afgelopen jaren uitgegroeid tot een buzzword. Zo'n organisatie stimuleert mensen om samen te werken via social networks en online communities. Hun medewerkers, klanten en toeleveranciers doen zaken met elkaar in een omgeving die zich het best laat omschrijven als betrokken, transparant en flexibel. Social business heeft volop voordelen voor de innovatiekracht, productiviteit en efficiency van uw organisatie. Deze whitepaper beschrijft hoe u daarvan profiteert met behulp van de social businesssoftware IBM Connections en de ondersteuning van e-office.



De opkomst van internet en de sociale media heeft de manier waarop we met elkaar communiceren, relaties aangaan, besluiten nemen, inkopen doen en werken fundamenteel veranderd. Alles en iedereen is dag en nacht met elkaar en met de cloud verbonden. Van alle tijd die we online doorbrengen, besteden we een groot deel – 22% – aan social networking. We twitteren, bloggen, zoeken naar bekenden op Facebook of LinkedIn, komen op nieuwe ideeën en verspreiden die van onszelf.

ambassadeurs

Deze ontwikkelingen hebben onze wereld transparant en open gemaakt. Tegelijkertijd is daarmee de unieke machtspositie verdwenen die bedrijven van oudsher hadden. Ontevreden klanten kunnen zich in

no time via sociale media organiseren. Kracht en macht is beland bij de massa, bij de steeds mondigere consument, bij een goed geïnformeerd en georganiseerd publiek. Die wereld waarin mensen dag en nacht online zijn is voor bedrijven niet alleen een risico. Social networking en online communities bieden ook heel veel kansen. Want een tevreden klant is een ambassadeur voor jouw product, die daarvoor via zijn communities razendsnel reclame maakt. En een bedrijf dat nog een flinke stap verder gaat en zichzelf weet om te vormen tot een social business, profiteert op nog veel meer fronten.

social business

Wanneer je je medewerkers, klanten en toeleveranciers verbindt in communities, kunnen zij beter en sneller tot resultaten komen. Door onnodige grenzen weg te nemen tussen experts binnen en buiten het bedrijf kun je hen – op basis van hun gemeenschappelijke interesses – de informatie en expertise bieden die ze nodig hebben en innovatie versnellen. Door via netwerken creativiteit te stimuleren, kennis open te delen en naar buiten te treden, haal je het beste uit je medewerkers. Door de continue conversatie met klanten en partners heb je bovendien voordeel van innovatieve nieuwe ideeën van de crowd, sneller inzicht in nieuwe ontwikkelingen, kun je betere beslissingen nemen en jezelf via co-creatie onderscheiden in kwaliteit, design en

What does it mean to be a Social Business?
A Social Business activates networks of people that apply relevant content and expertise to improve and accelerate how things get done, delivering unprecedented return for the time invested.

dienstverlening. Uiteindelijk is dat de enige manier om consumenten zover te krijgen voor jou te kiezen in een wereld met een gigantisch aanbod van producten en diensten.

anders organiseren

Hoe transformeer je je organisatie tot een social business? Is het een kwestie van social business software installeren, een adoptieprogramma uitvoeren en ermee aan de slag gaan? Die stappen zul je zeker moeten zetten, maar er is meer nodig. Want een bedrijf dat zijn publiek en partners wil betrekken bij zijn activiteiten en het beste uit zijn medewerkers wil halen, zal zich ook anders moeten organiseren. Organisaties zoals we die nu kennen zijn ingericht op voorspelbaarheid, het beheersen van processen en de controle daarop. Het zijn goed geoliede machines die voor de laagst mogelijke prijs leveren wat de klant wil.

yellow&blue

Zulke organisaties zijn – in termen van het [yellow&blue model](#) van e-office – sterk blauw gekleurd. Hun medewerkers zijn getraind om risico's te vermijden en zich aan regels en procedures te houden. Dat is prima: blauwe processen zijn handig en noodzakelijk om nu omzet te maken en geld te verdienen. Maar een blauwe organisatie werkt niet goed als je in wilt spelen op onvoorspelbaarheid, op veranderingen in de markt, op klanten die eigenlijk niet zo goed weten wat ze willen. Voor vernieuwing en innovatie, nieuwe producten en diensten, heb je creativiteit nodig en vindingrijkheid, moet je mensen de ruimte geven en gebruik maken van hun denk- en luisterend vermogen. Om de kracht van mensen optimaal te gebruiken, heb je naast het blauwe deel van je organisatie ook behoefte aan dit geel gekleurde deel. Het 'corporate brain', zoals e-office het noemt.

corporate brain

Helaas maken we nu nog veel te weinig gebruik van ons 'corporate brain'. Door de blauwe zee van regels en procedures benutten we het nauwelijks, terwijl het volop

in de organisatie aanwezig is. Wie wil transformeren naar een social business zal op zoek moeten naar de juiste mix van vertrouwen en controle, van creativiteit en proces, van yellow en blue. Alleen door je corporate brain te verweven in de kernprocessen van je organisatie kun je transformeren naar een social business. Je hebt een minimale structuur nodig om creatief te kunnen zijn, en andersom is creativiteit onmisbaar om blijvend succesvol te zijn.

social business software

Beter gebruik maken van ons corporate brain vraagt ook om een ander soort systemen: social business software. IBM heeft net als e-office een lange traditie als het gaat om samenwerken en kennis delen, en ook op het gebied van social business software loopt IBM voorop. IBM Connections is een combinatie van allerlei hulpmiddelen: messaging, chats, blogs, wiki's, profielen, forums en analytics. Die hulpmiddelen helpen je om in een afgeschermd en beveiligde omgeving en op ieder gewenst device contacten te leggen, communities in te richten om ongestructureerde kennis per onderwerp te bundelen, documenten te delen, je eigen sociale netwerk op te bouwen en te onderhouden en uit te vinden wie de juiste expertise en ervaring heeft bij jouw vraag. Je kunt IBM Connections hiervoor om te beginnen binnen je eigen organisatie gebruiken, maar ook samen met klanten en toeleveranciers.



(Bron: Connections ROI White paper van IBM)



veilig samenwerken

Momenteel maken bedrijven nog maar mondjesmaat gebruik van de mogelijkheden van social networks en online communities. De mogelijkheden ervan zijn het eerst opgepikt door de afdelingen marketing en customer support, om beter contact met klanten mogelijk te maken. Daarnaast gaan steeds meer organisaties social business software ook om andere redenen inzetten. Een onderzoek van IBM in 2011 onder beslissers in 120 landen maakt duidelijk dat zij onder meer het genereren van ideeën, het veilig samenwerken met partners en het vergroten van de productiviteit van de medewerkers als voordelen zien.

mainstream

Marktonderzoeksbureau IDC voorziet een sterke groei van social business software. Het bureau voorspelt een jaarlijkse groei van social business software van 38% tot 2014. Technologieën als cloud services, mobile computing en social networking bewegen volgens het bureau van 'early adoption' naar 'mainstream'. 'These disruptive technologies are finally being integrated with each other – cloud with mobile, mobile with social

networking, social networking with big data and real-time analytics'.

adoptie

De invoering van social business software omvat meer dan het installeren van de software en er dan het beste van hopen. Net als bij andere implementatietrajecten is het ook hier belangrijk aandacht te geven aan de driehoek techniek, organisatie en mens, precies de gebieden waarop e-office zich al sinds 1991 richt. Techniek – de kwaliteit van de social business software zelf, de technische implementatie en de optimale integratie met bestaande software – is uiteraard belangrijk, maar bepaalt uiteindelijk slechts 10% van het succes. De resterende 90% is adoptie. Echt samenwerken met klanten en toeleveranciers zal pas lukken als het merendeel van de medewerkers ook intern in staat is open te communiceren en kennis te delen, onafhankelijk van waar zij zich ter wereld fysiek bevinden. In de meeste gevallen vraagt dat om een heel andere manier van werken, een cultuurverandering bij zowel gele als blauwe mensen. Een adoptietraject is dan ook onmisbaar.

doelen

In een adoptieplan worden de doelstellingen van het traject bepaald: welke problemen wil je oplossen met de invoering van IBM Connections? De doelen kunnen heel concreet zijn: betere customer service bieden, efficiënter samenwerken over afdelingen heen, minder gebruik maken van e-mail zodat de kennis die daarin verstopt zit beter toegankelijk wordt voor anderen. Maar er kunnen ook andere problemen aan de orde zijn. Zoals het aantrekken van jong talent, dat gewend is gebruik te maken van sociale netwerken, daar altijd en overal toegang toe wil en dat ook van zijn werkgever verwacht. Of het beter borgen van kennis van medewerkers die met pensioen gaan.

scenario's

Vervolgens worden voor verschillende groepen medewerkers scenario's opgesteld voor veel voorkomende werkzaamheden, zoals vergaderen, kennisoverdracht en communicatie met klanten. Per scenario wordt bekeken welke hulpmiddelen nu in gebruik zijn, hoe dat verandert door de introductie van IBM Connections en welk gedrag nodig is om ervan een succes te maken. Via trainingen en workshops leren medewerkers vervolgens hun werk op een andere manier te doen. Bijvoorbeeld hoe zij efficiënter kunnen omgaan met reis- en vergadertijden, hoe zij via hun netwerk waardevolle contacten kunnen opdoen en in andere afdelingen mensen kunnen vinden die met hetzelfde bezig zijn, of hoe zij met hun expertise efficiënter naar buiten kunnen treden. Het adoptieplan beschrijft ook hoe het succes van de adoptie zal worden gemeten: via de metrics van IBM Connections en/of middels interviews met gebruikers. Zo kan al tijdens het traject tijdig worden bijgestuurd.

LeasePlan

Een van de organisaties die dit adoptietraject met e-office heeft doorlopen is LeasePlan. Al in 2009 startte LeasePlan – actief in de markt van zakelijke mobiliteit en daarnaast een bank – met een pilot voor intern samenwerken en kennis delen via IBM Connections. Het bedrijf wil daarmee beter inspelen op specifieke klantbehoeftes en nieuwe en op maat gemaakte oplossingen bieden met een volmaakte service. Samen met e-office is veel tijd besteed aan het uitdenken van een implementatiestrategie voor zowel de techniek als de adoptie, waarbij de adoptie het zwaarste woog. Voor de uitrol binnen de hele organisatie is per land een introductiestrategie ontwikkeld, gebaseerd op zes scenario's. Sinds september 2011 kunnen alle 6.000 medewerkers in 30 landen gebruik maken van IBM Connections.

geen buzzword

Social business mag dan in de VS een buzzword zijn, voor e-office is het dat zeker niet. Social business sluit naadloos aan op de genen van het bedrijf. e-office gelooft in de kracht van mensen, wil mensen helpen hun volle potentie te ontwikkelen, hun creativiteit te gebruiken en hun sociale netwerken te ontwikkelen door ze in en buiten de organisatie met elkaar te verbinden. Dat kan nu: met de social business software van IBM.