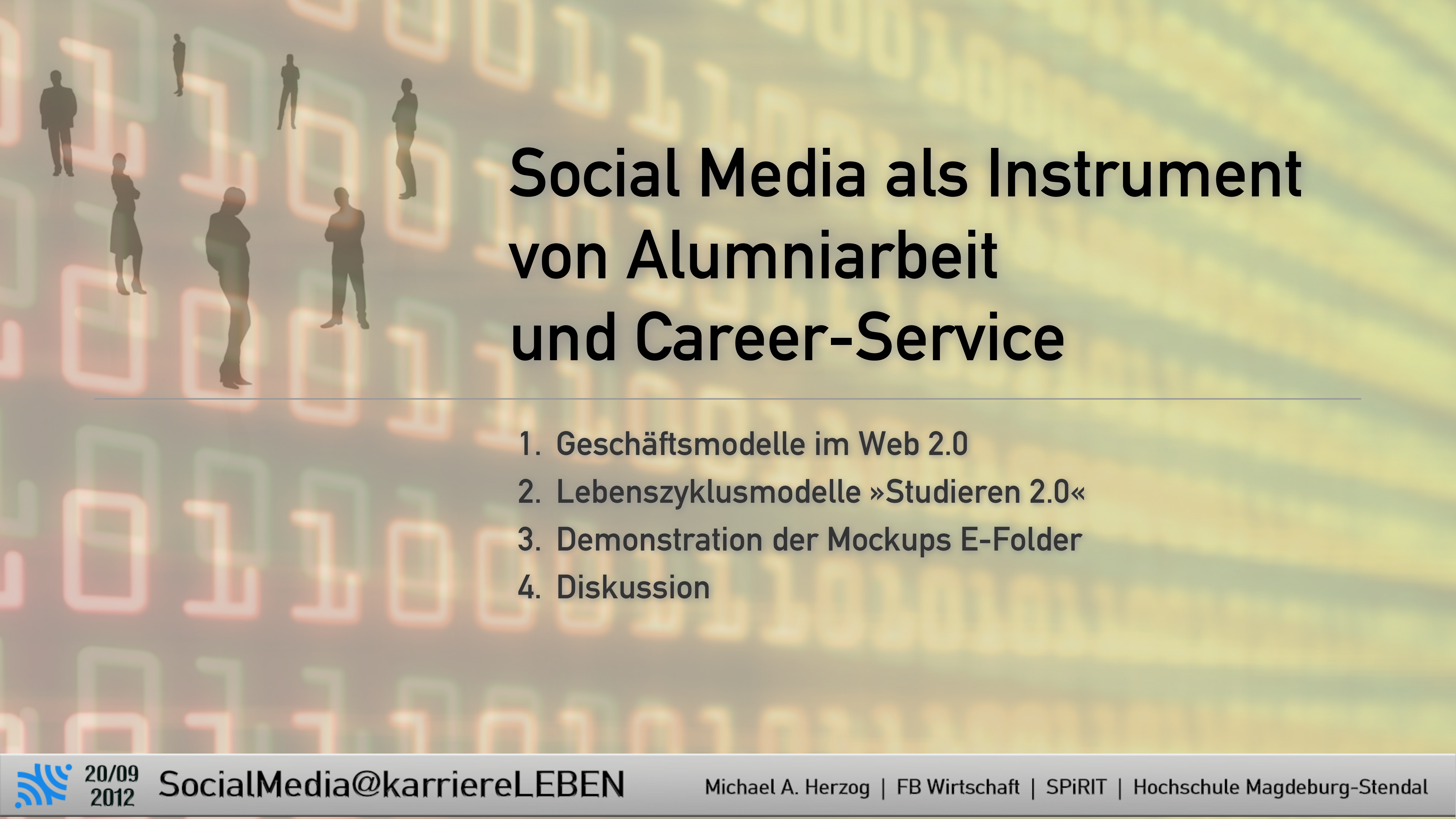
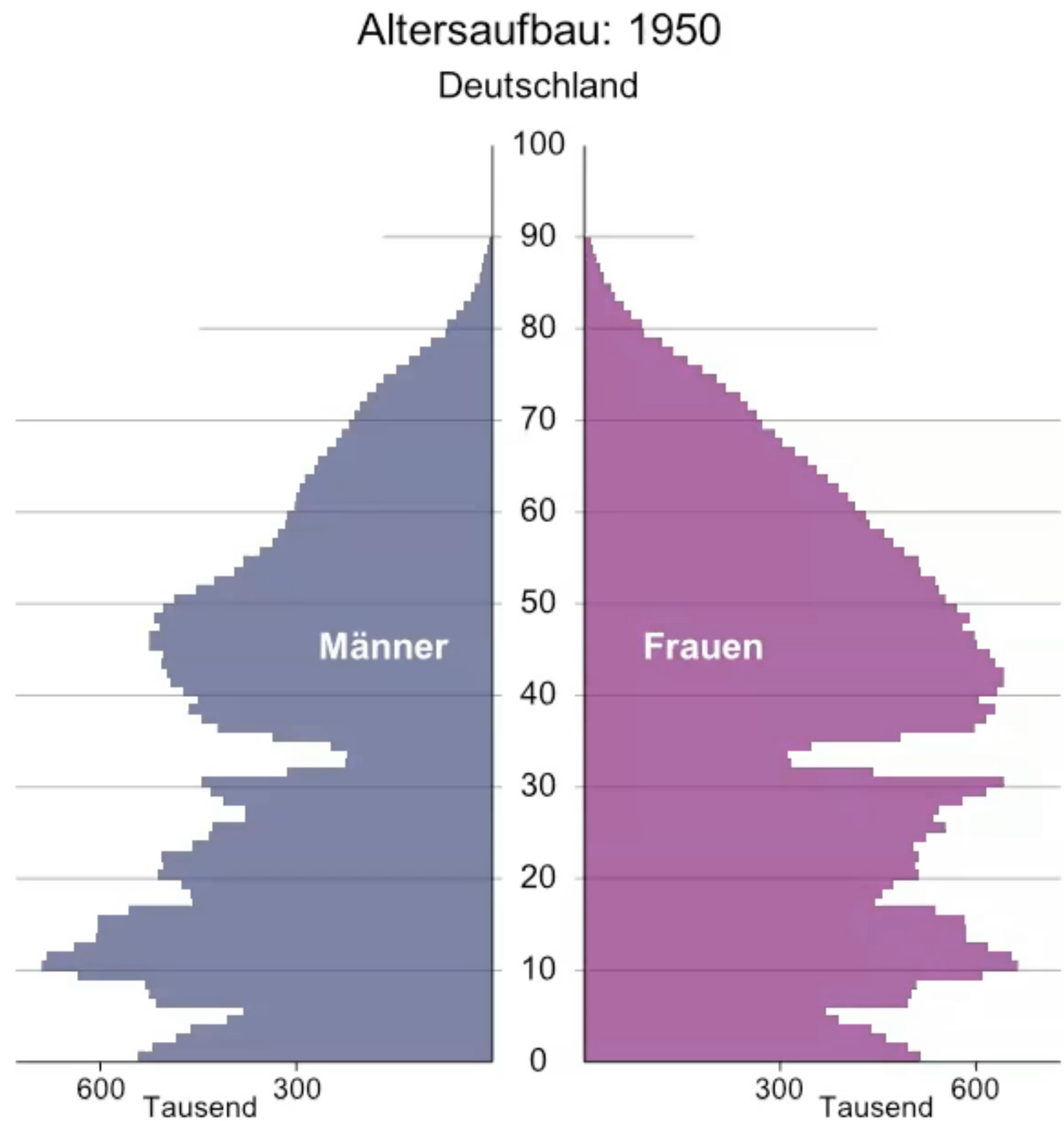




Social Media als Instrument von Alumniarbeit und Career-Service

1. Geschäftsmodelle im Web 2.0
2. Lebenszyklusmodelle »Studieren 2.0«
3. Demonstration der Mockups E-Folder
4. Diskussion



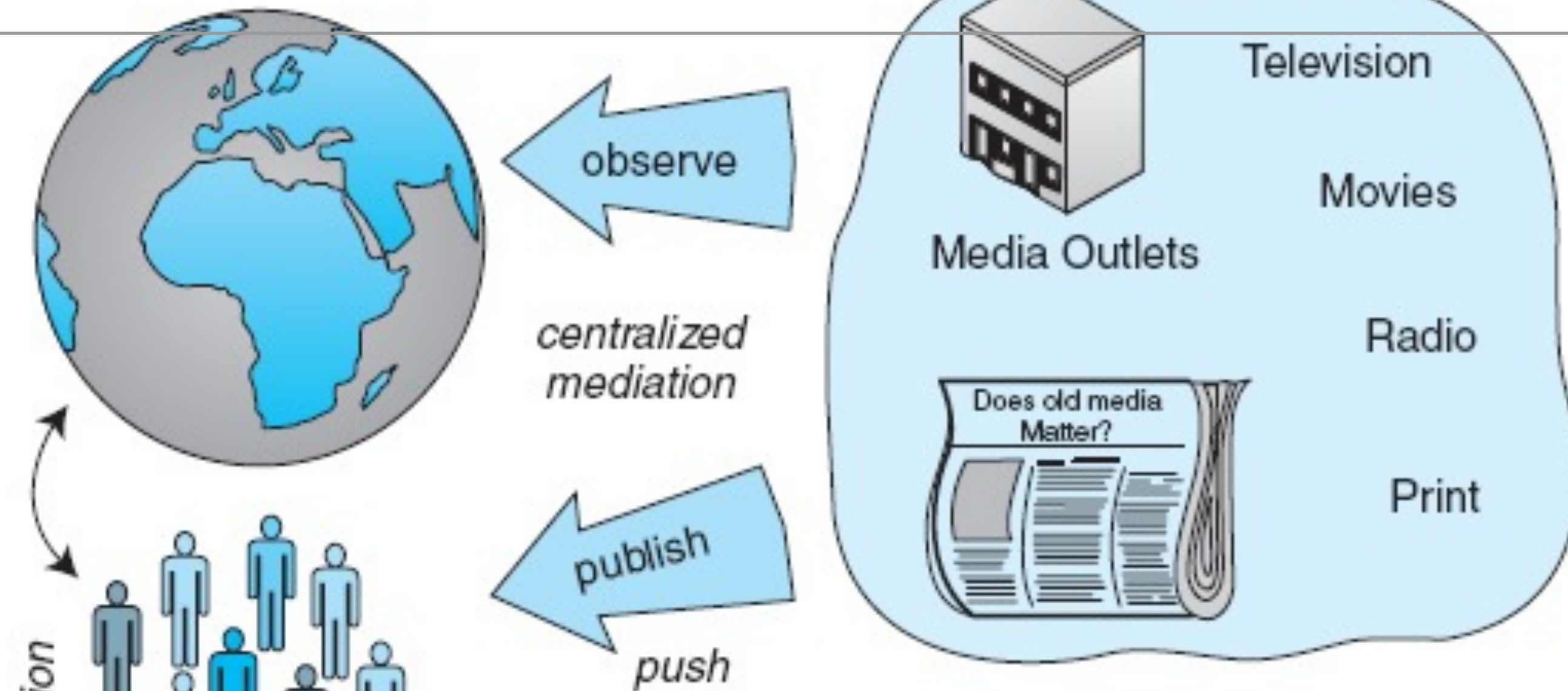
1

Geschäftsmodelle im Web 2.0

Erträge generieren, Wertschöpfungskette, Beispiele

Traditional Media

Institutional
Control



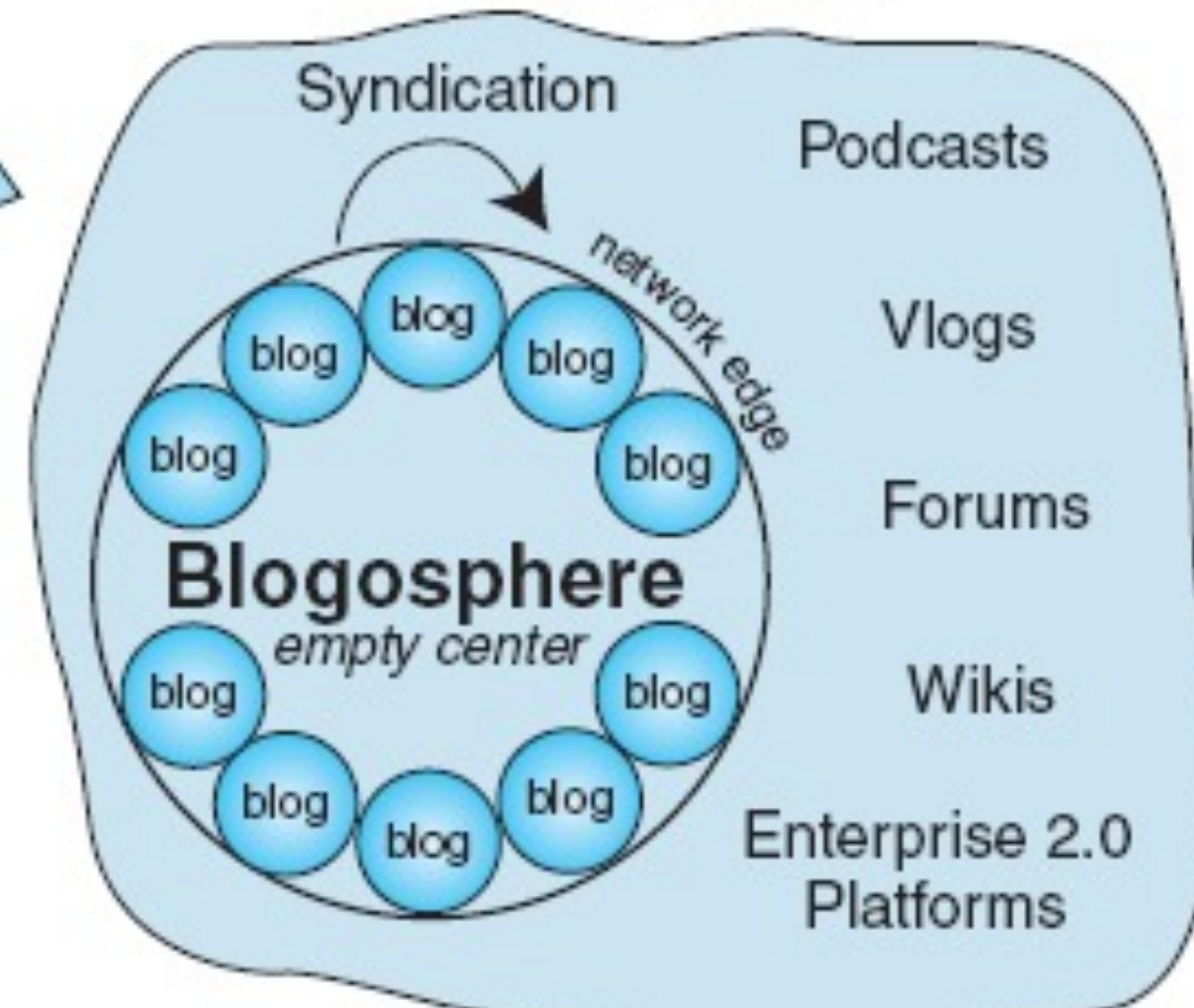
distributed mediation

Us

Social Consumption
via comments,
trackbacks, IM,
feedback, etc.

pull

Social Media

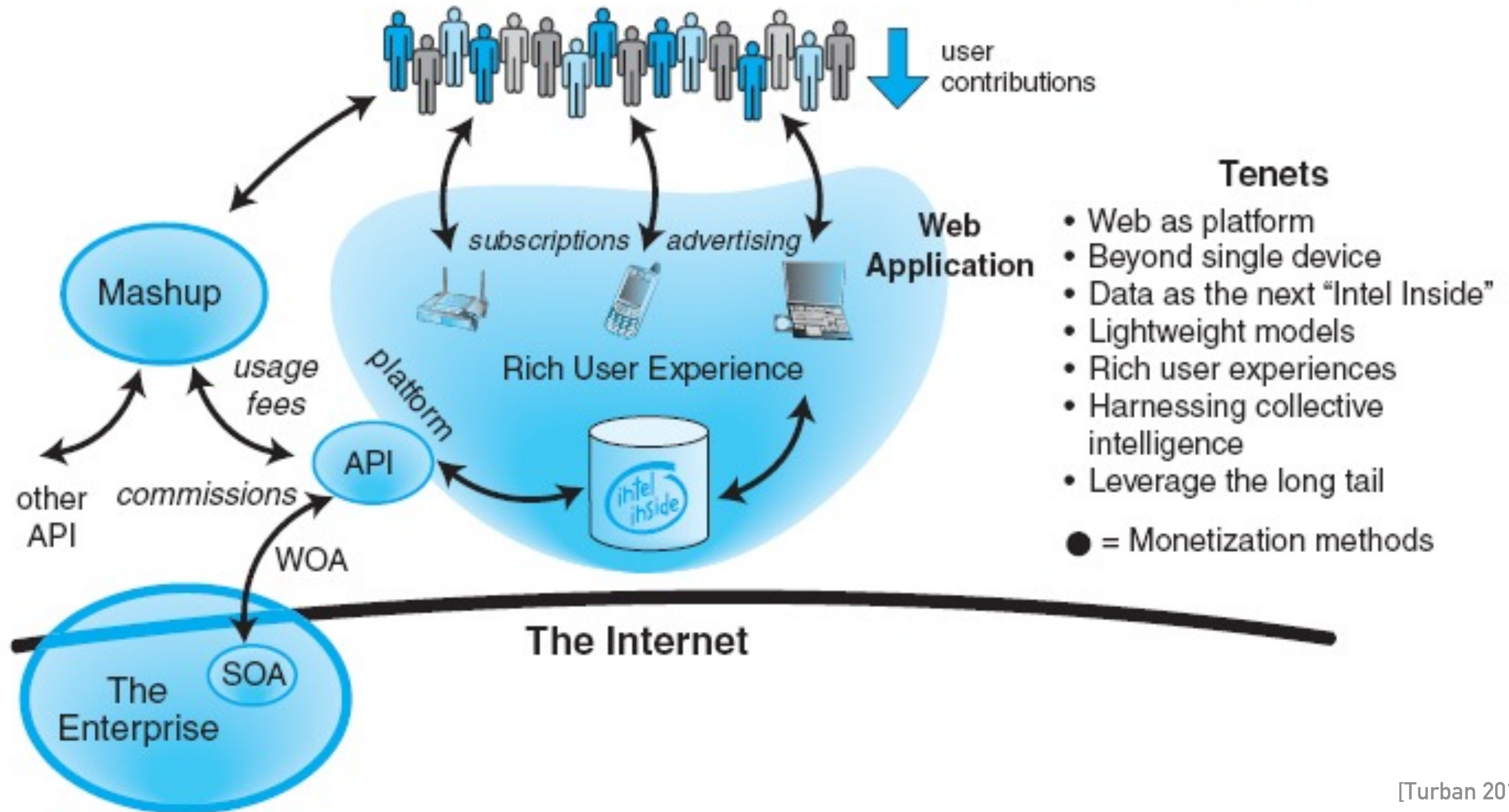


Shift

Consumer
Control

[Turban 2010, Fig. 9.2]

Erträge aus dem Web 2.0 generieren



[Turban 2010, Fig. 9.6]

Kunden als Teil der Wertschöpfungskette

Kunden werden ...

- ▶ Produktentwickler, Innovatoren, Ideenlieferanten
- ▶ Qualitätsprüfer
- ▶ Direkt-Werber
- ▶ Lieferanten von Vorprodukten
- ▶ Kundenberater
- ▶ bezahlte/unbezahlte Hilfskräfte
- ▶ unbewusste/bewusste Vermarkter
- ▶ Basis ganzer Geschäftsprozesse

**Crowdsourcing
(Schwarm-
intelligenz)**



Kunden ...

- ▶ **übernehmen neue Leistungen beim Service**
 - z.B. abwiegen, scannen, einchecken, Pakete ein/abliefern
- ▶ **erledigen hochwertige Dienstleistungen**
 - z.B. Self-Banking, Self-Brokerage,
 - elektr. Steuererklärung
- ▶ **übernehmen komplizierte Organisationsleistungen**
 - z.B. Buchung von Flügen, Hotels
- ▶ **recherchieren komplizierte Informationen, Selbst-Beratung**
 - z.B. Selbstdiagnose, virt. Hausbesuch, Telemedizin.
- ▶ **konfigurieren Produkte, beeinflussen die Produktion**
 - „Mass Customization“, „User Manufacturing“

Typus	Arbeitsleistung	Verwertungsmodus	Beispiele
Self-Service (einschl. Mass Customisation)	Konsumenten übernehmen Leistungen, die ihnen selbst zugute kommen	Rationalisierung (Kosten) durch Externalisierung von Funktionen	<i>E-Commerce (Amazon, Bahn.de, LandsEnd, DirectBanking), E-Government (Elster), MassCustomisation (Nike, Spreadshirt, MyMuesli)</i>
Konsumentenbasierte Märkte = indirektes CS	Konsumenten ‚ schaffen ‘ durch eigene Angebote (Produkte, Content) i.w.S. Märkte	Direkte Gewinnabschöpfung (Provisionen); indirekte Gewinne (z.B. Werbeplatzierung)	(„C2C Services“) <i>Ebay, Amazon Marketplace, YouTube, MySpace, ChaCha, google Knol</i>
Austausch in Webforen = indirektes CS	Konsumenten kommunizieren über Produkte und deren Nutzung	Abschöpfung/ Distribution von Marktinformationen (auch: Kundenbindung, Image-Werbung)	<i>Webforen von Unternehmen, freie Foren, Viral-Marketing</i>
Konsumentenbasierte Wertschöpfung = direktes CS	Konsumenten liefern ‚freiwillig‘ (bezahlt / unbezahlt) kreative Inputs , die zu einem nutzbaren Ergebnis führen	Produktion von Mehrwert durch Mobilisierung von Konsumentenproduktivität	<i>Dell IdeaStorm, Starbucks Idea, Amazon Mechanical Turk, Click-Worker, Trendwatching, InnoCentive</i>

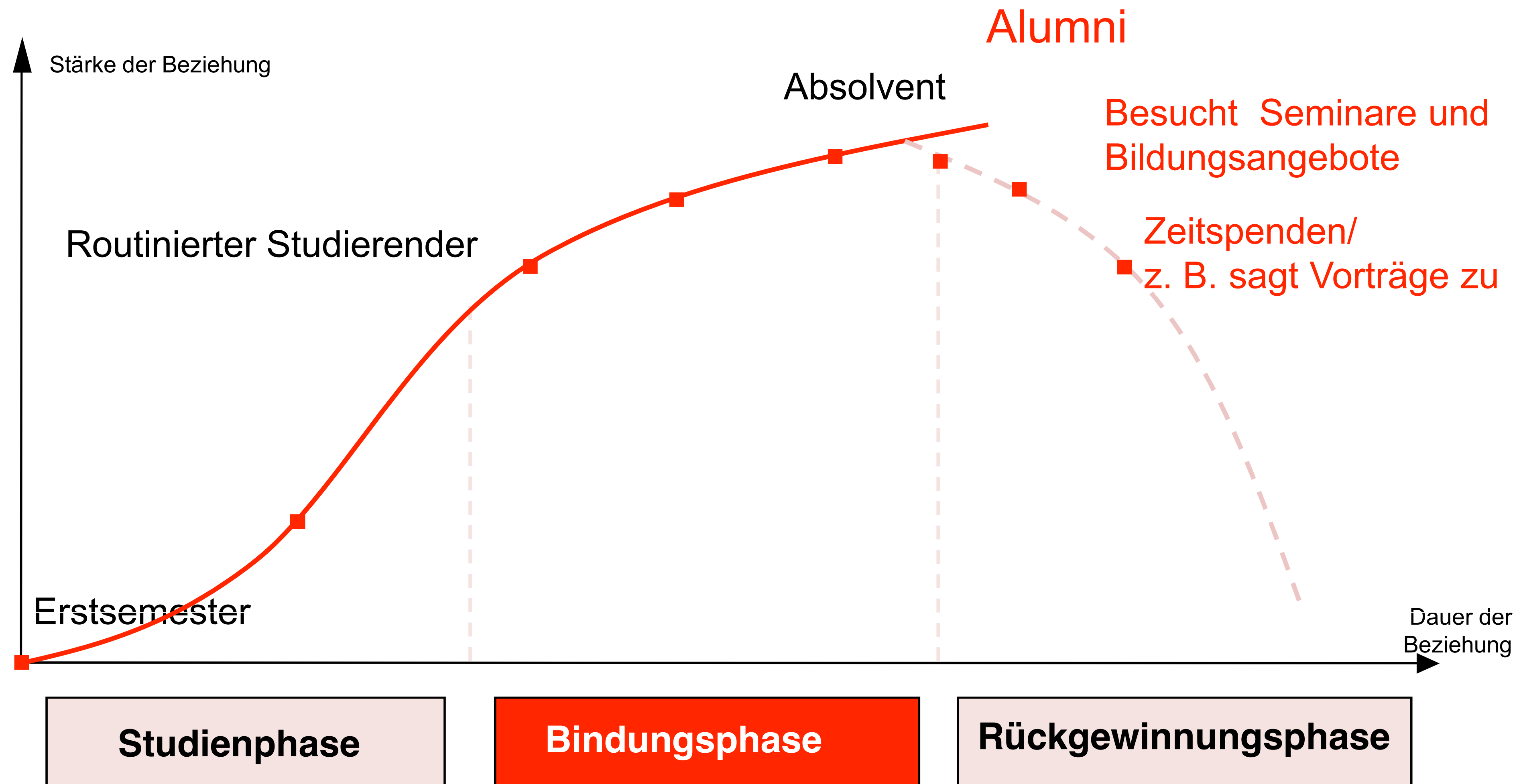
2

Lebenszyklusmodelle

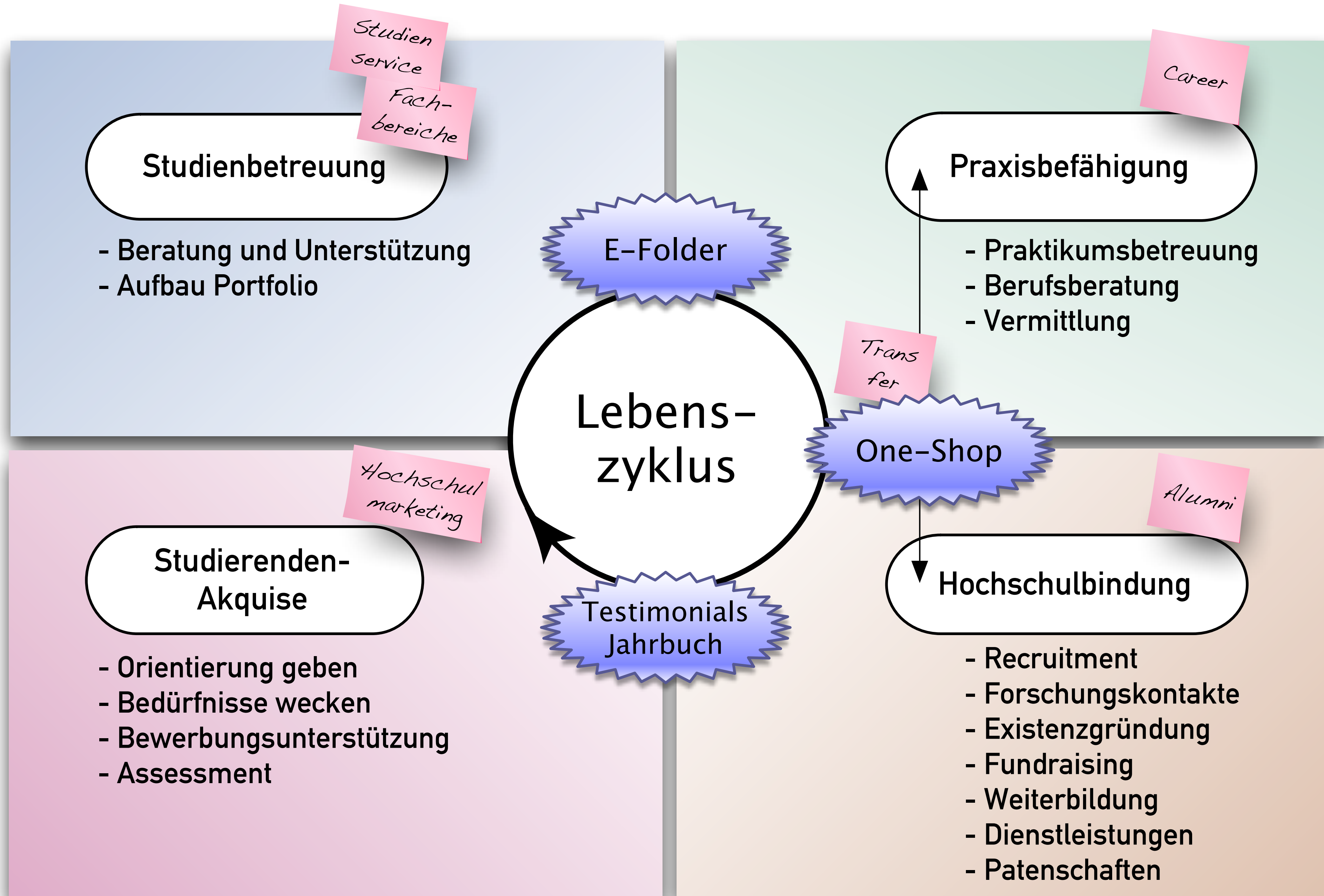
»Studieren 2.0«



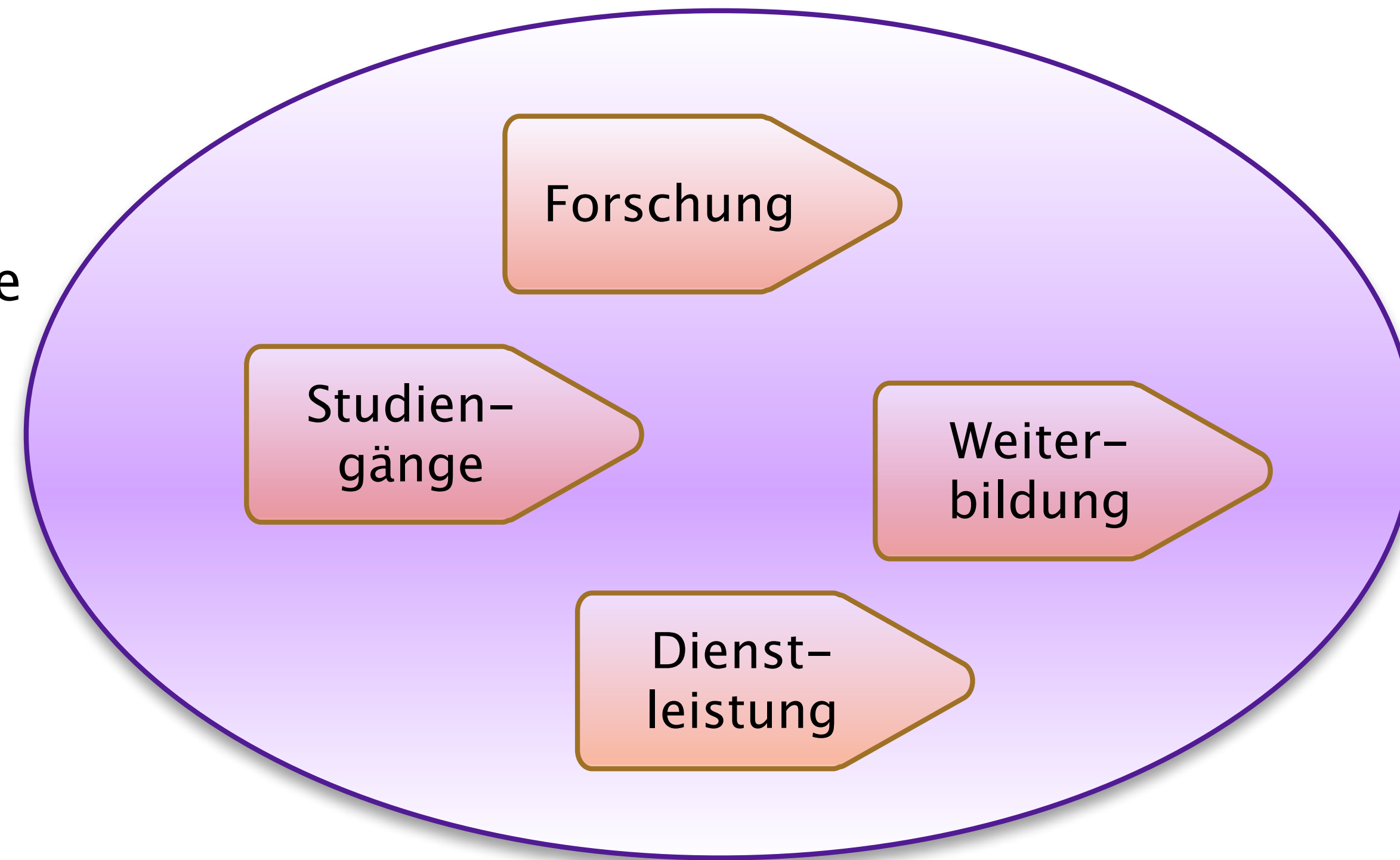
Lebenszyklus



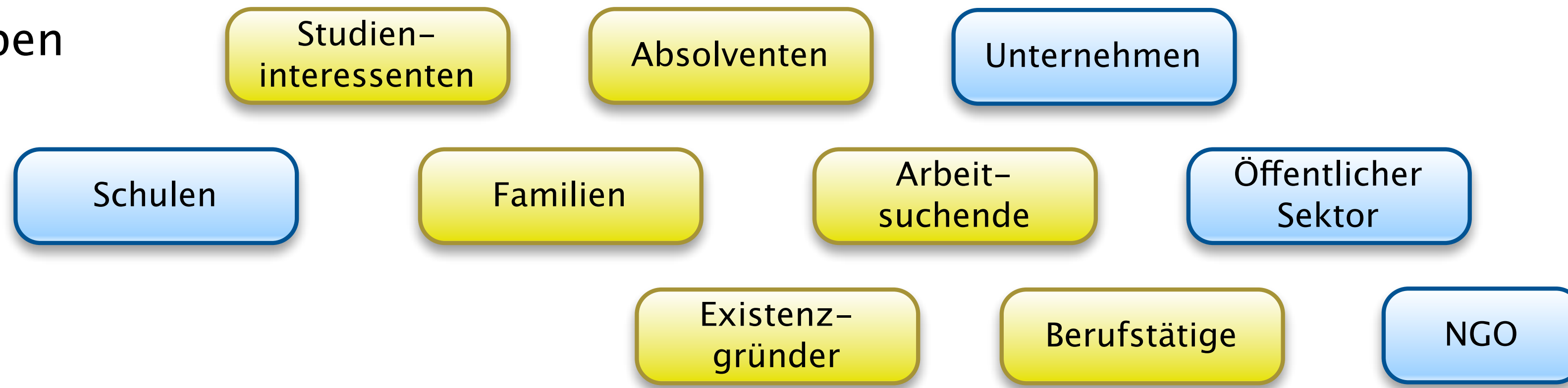
Silke Boenigk: Alumni-Management versus Fundraising als Finanzierungsinstrument für Hochschulen, Vortrag im Rahmen der Reihe Finanzierung von Hochschulen, 26.05.2011

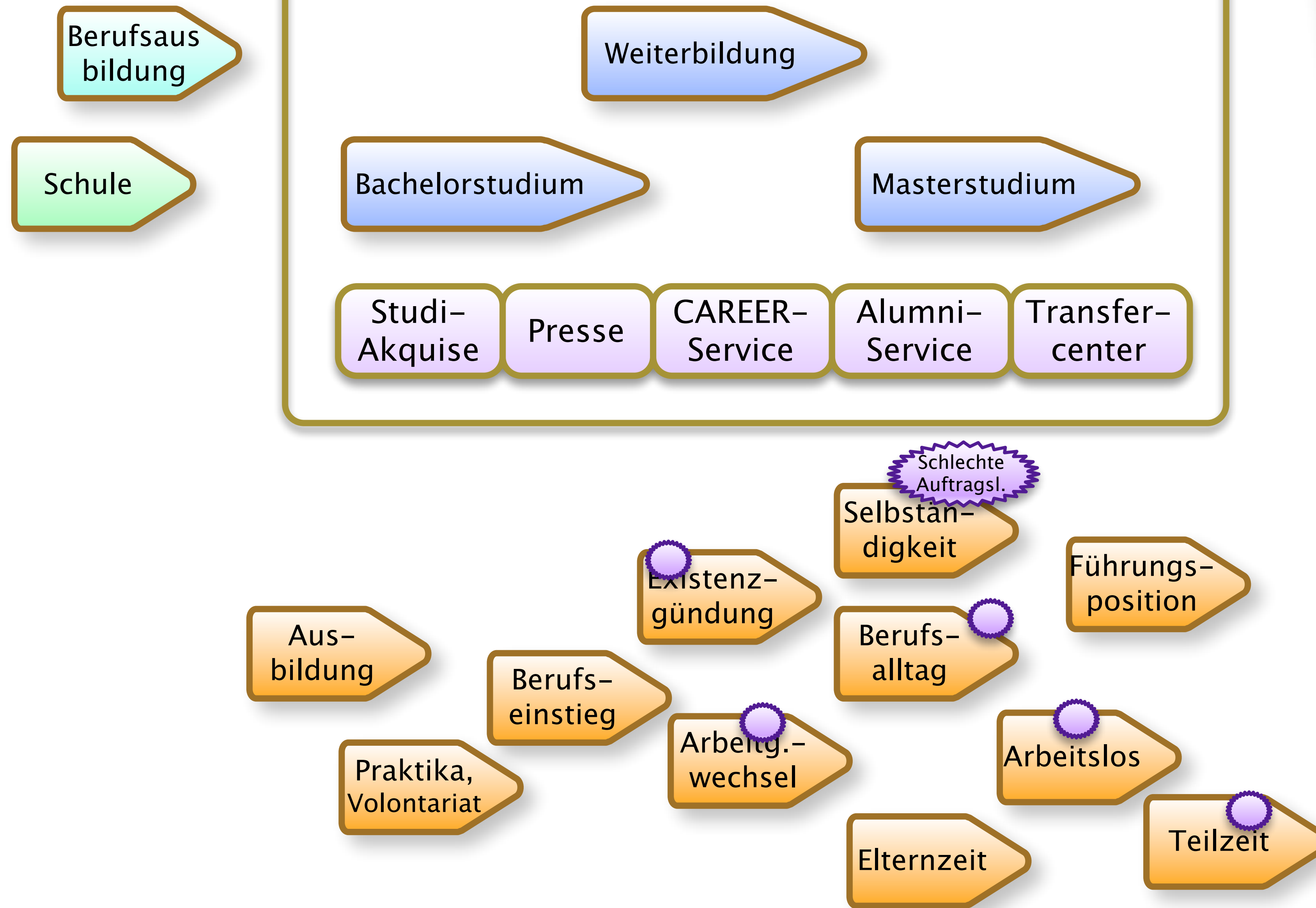


Produkte



Zielgruppen





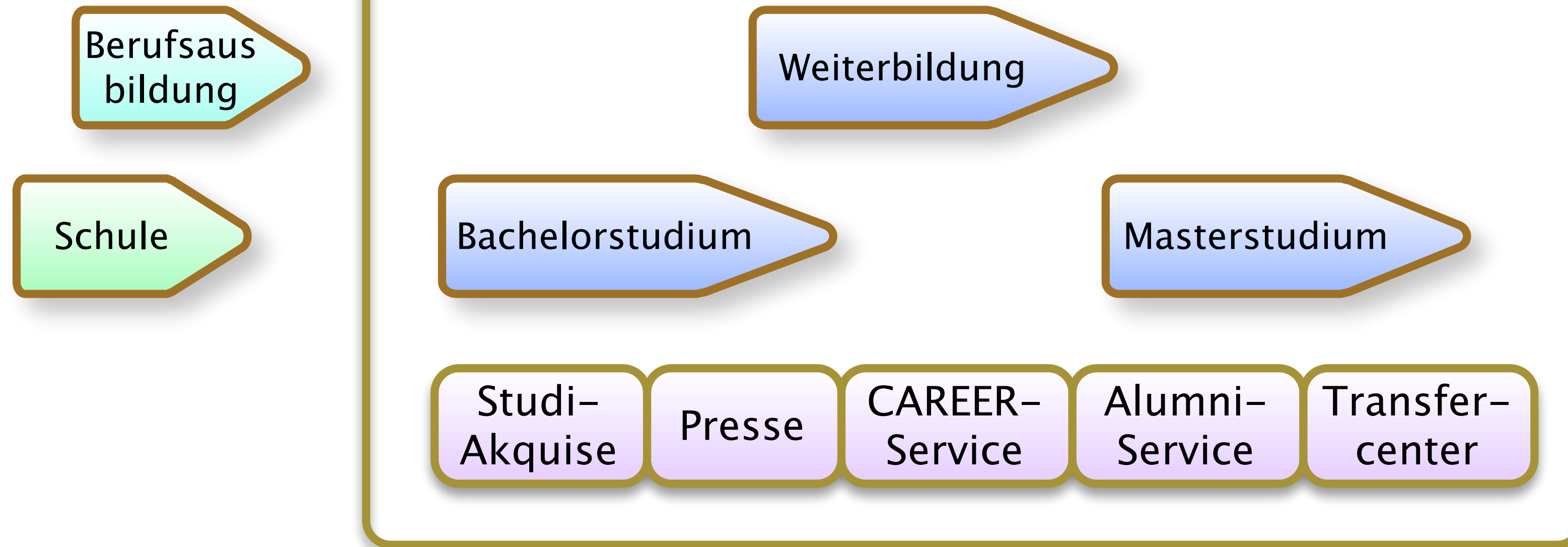
...Ansatzpunkte für Angebote...

Bildungsangebote

Instrumente

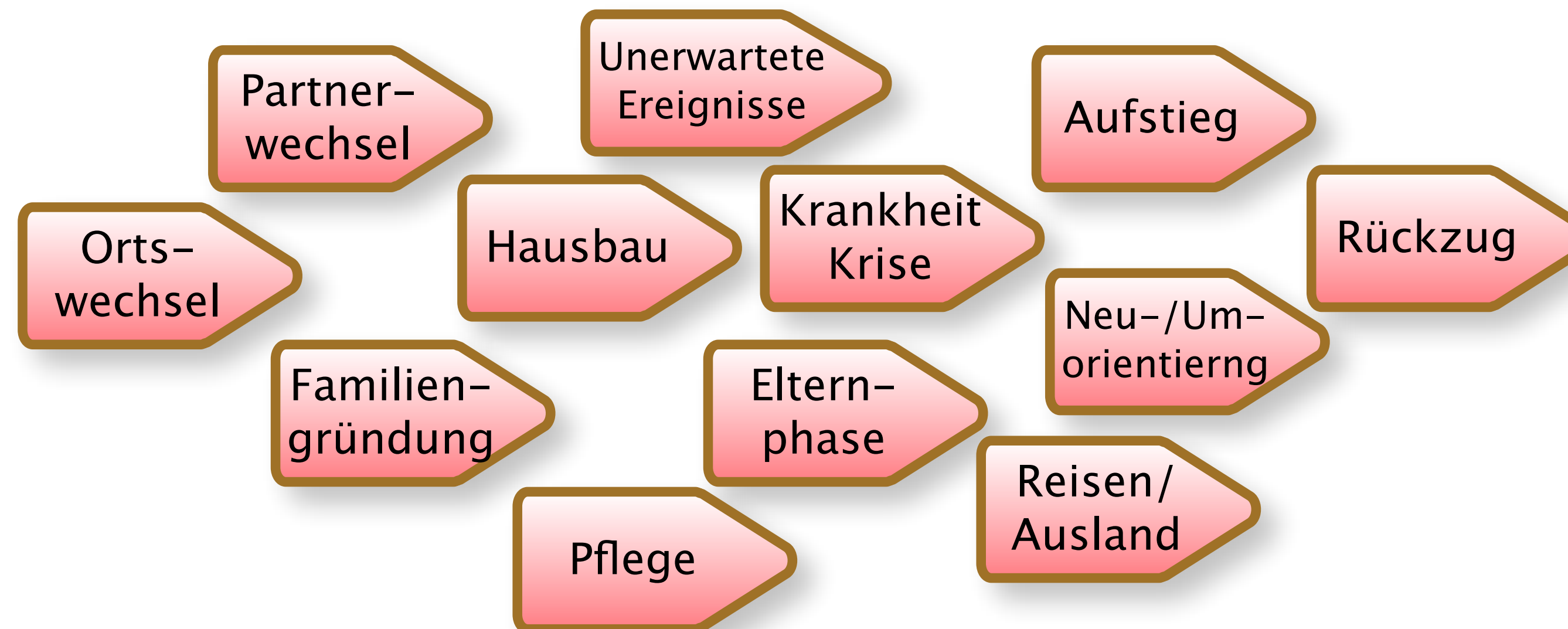
Karriererephasen

...Ansatz-
punkte für
Angebote...



Bildungsangebote

Instrumente



Lebensphasen



Studierender

- ▶ Legt auf dem Karriereportal ein Profil an
- ▶ Daten zum eigenen Lebenslauf
- ▶ Belegte Kurse
- ▶ Weitere Kompetenzen (E-Portfolio)

Alumni

- ▶ Behält dieses Profil
- ▶ Pfllegt Infos weiter
- ▶ Bleibt in Kontakt mit ehemaligen Kommilitonen und der Hochschule
- ▶ Nutzt bei Bewerbungen das Onlineprofil

Hochschule

- ▶ Bleibt in Kontakt und Austausch mit den Ehemaligen

Arbeitgeber

- ▶ Erfährt anhand der Profile mehr über Bewerber
- ▶ Zuverlässige Informationen

The background of the slide is a technical drawing on a light-colored paper. It features a central target-like diagram with four concentric circles and a crosshair. Surrounding this are various curved lines and small circles, resembling a map or a complex engineering drawing. A wooden pencil with a sharpened lead tip lies diagonally across the right side of the image. A large, white, stylized number '3' is positioned on the left side of the slide.

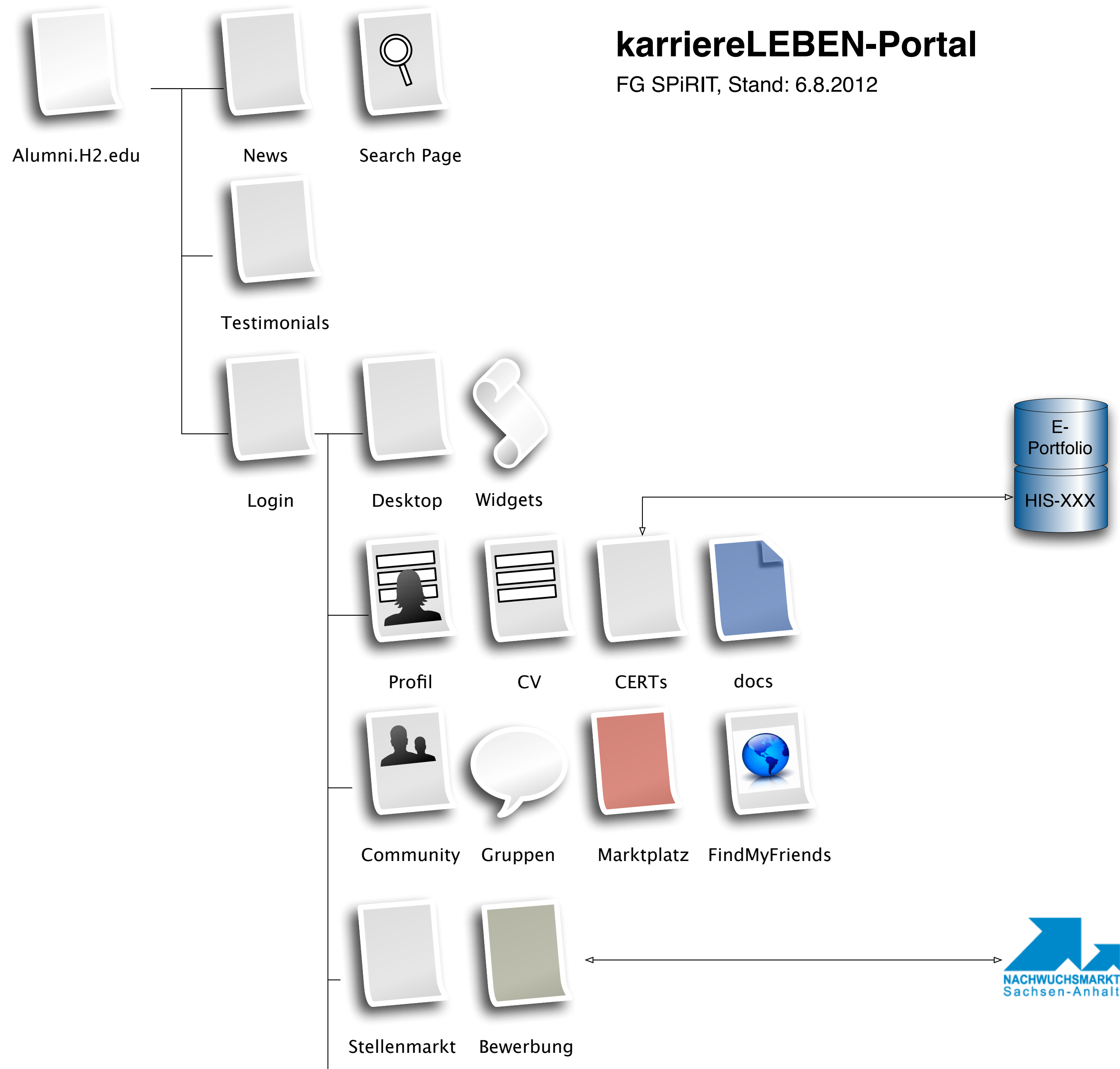
3

Demonstration der Mockups

Klickprototyp »E-Folder«

karriereLEBEN-Portal

FG SPiRIT, Stand: 6.8.2012



AlumniPortal
spirit.hs-magdeburg.de/alumni4/advancedstudent.html
Reader

AlumniPortal

Neuigkeiten
Arbeitsplatz
E-Mail 3
Kontakte
Kleinanzeigen
Stellenmarkt
karriereLeben
Ich

Jobs

- Magdeburg
- Stendal
- Sachsen-Anhalt
- Bundesweit

Mein Studienfortschritt

105 / 180 Credits

Notenübersicht

Meine Moodle-Kurse

- Wirtschaftsinformatik I
- Wirtschaftsinformatik II
- Wirtschaftsinformatik III
- Qualitätsmanagement

Mein Stundenplan

<< 22.10.2012 - 26.10.2012 >>

Nächste Lehrveranstaltung:
Morgen, 08:00 Uhr, Mathe Übung, Raum 0.10, Haus 8

Wochenplan

Wetter

Magdeburg

14° / 23°
bewölkt
kein Regen

Mi. Do. Fr.
15° / 23° 15° / 23° 15° / 23°

Gehaltsbarometer

Mit welchem **Gehalt** Sie rechnen können

Beruf	Jahresgehalt nach Mitarbeiterzahl		
	<100	100-1000	>1000
Architekt/in			
Bürokaufmann/frau			
Buchhalter/in			
Call-Center-Agent/in			
Controller/in			
Disponent/in			
	Durchschnittsgehalt (Median)		
	33 000 €	41 600 €	48 200 €
	Gehaltsspanne		
	28 800 bis 39 610	36 000 bis 48 000	38 750 bis 64 310

Finden Sie Ihr Gehalt: Bewegen Sie das Rechteck mit gedrückter linker Maustaste bis Ihr Beruf erscheint. Anklicken, fertig.

Top 5 Vorlesungen: SoSe 2012

Rang	Vorlesung	Wertung
1.	RFID Master	★★★★★ 4,6
2.	WI II	★★★★★ 4,5
3.	Bauwesen II	★★★★★ 4,4
4.	Design	★★★★★ 4,1
5.	Qualitätsmgmt.	★★★★★ 3,9

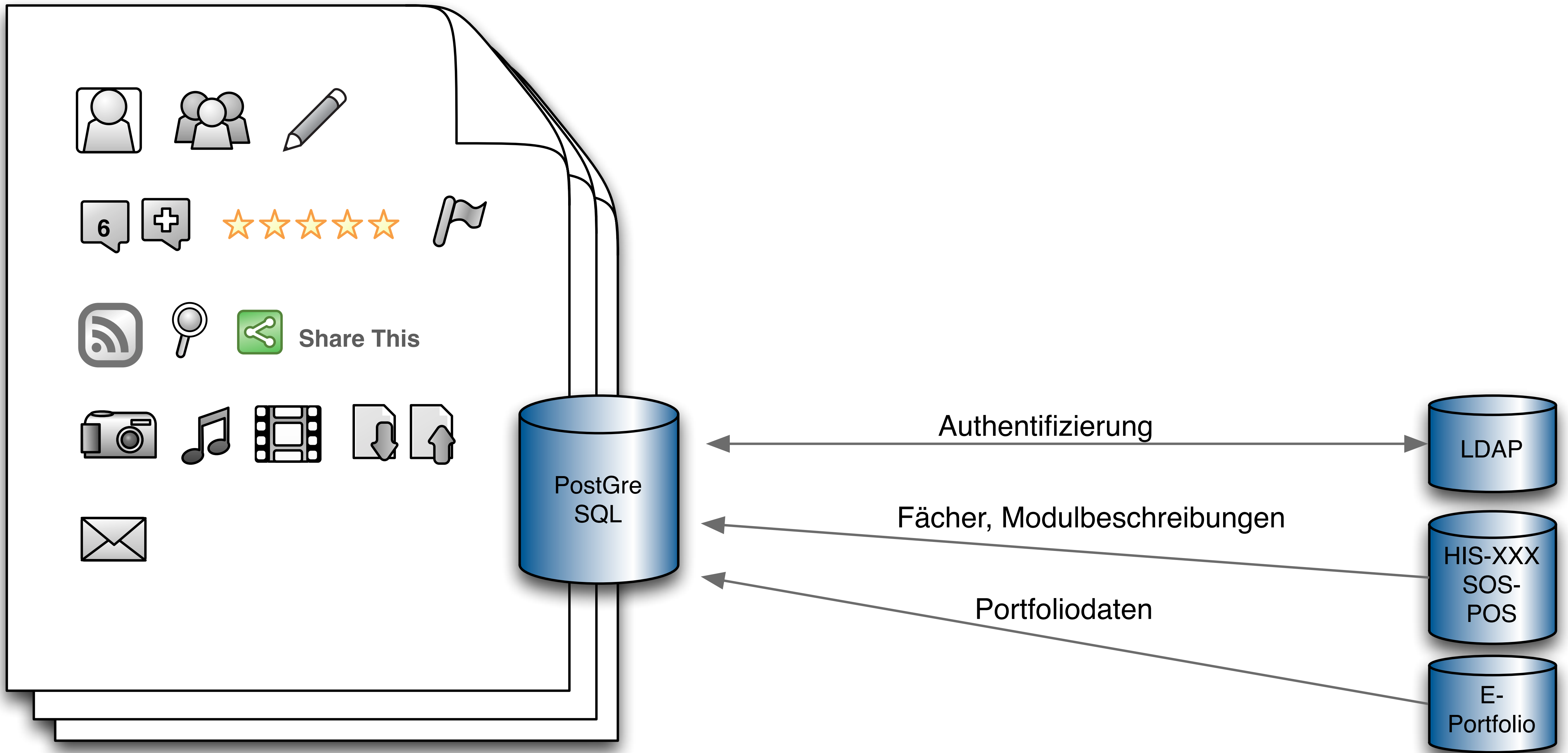
Zur Abstimmung...

Top 5 Dozenten: SoSe 2012

Rang	Vorlesung	Wertung
1.	Prof. Meyer	★★★★★ 4,6
2.	Prof. Müller	★★★★★ 4,5
3.	Prof. Schulze	★★★★★ 4,5
4.	Prof. Schmidt	★★★★★ 4,3
5.	Prof. Neumann	★★★★★ 4,2

Zur Abstimmung...

Bibliotheksausleihe



4

Diskussion



Differenzierung!

- ▶ Was können wir Facebook, Stayfriends, LinkedIn & Co. entgegensetzen?
- ▶ Wie können wir andere Soziale Medien einbeziehen?
- ▶ Wie spielen sie mit dem Hochschul-Portal zusammen?
- ▶ Welche Anreize können wir generieren?
 - Für Studierende; für Alumni
 - Für Professoren, Wissenschaftler, Lehrende; für Mitarbeiter
 - Für Unternehmen
- ▶ Wie schaffe ich zentrale Services, die dezentrale SocialMedia-Aktivitäten unterstützen?
- ▶ Wie schaffe ich ein organisatorisches Alumni-Dach, welches dezentrale Organisationsformen unterstützt?





Danke für Ihr Interesse!

Prof. Dr. Michael A. Herzog

Hochschule Magdeburg-Stendal

Fachbereich Wirtschaft

Forschungsgruppe SPiRIT

michael.herzog@hs-magdeburg.de

<http://spirit.hs-magdeburg.de>



20/09
2012

SocialMedia@karriereLEBEN

Michael A. Herzog | FB Wirtschaft | SPiRIT | Hochschule Magdeburg-Stendal