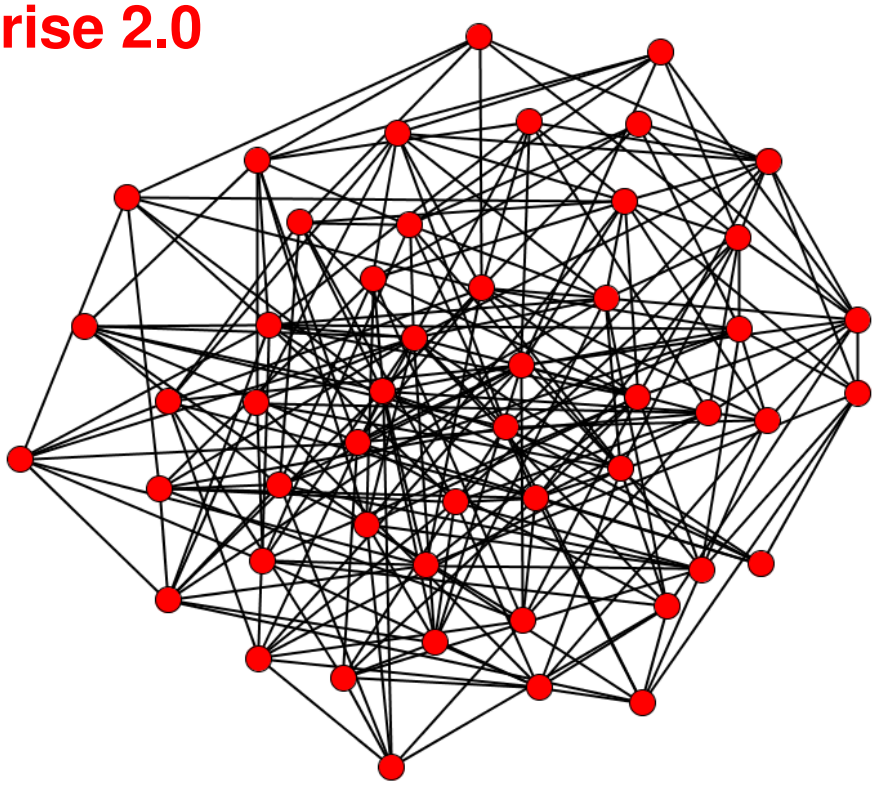
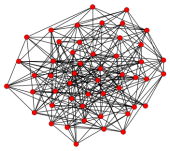
Agile Implementierung von Social Media oder Enterprise 2.0



KORN AG

www.korn.ch © 2011



Was ist das Besondere bei Social Media und Enterprise 2.0?

Emergenz der Vernetzung und Content-Generierung

Emergenz ist die spontane Herausbildung von neuen Eigenschaften oder Strukturen auf der Makroebene eines Systems infolge des Zusammenspiels seiner Elemente. Dabei lassen sich die emergenten Eigenschaften des Systems nicht – oder jedenfalls nicht offensichtlich – auf Eigenschaften der Elemente zurückführen, die diese isoliert aufweisen.

(aus: de.wikipedia.org)

© www.korn.ch

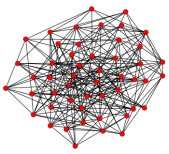
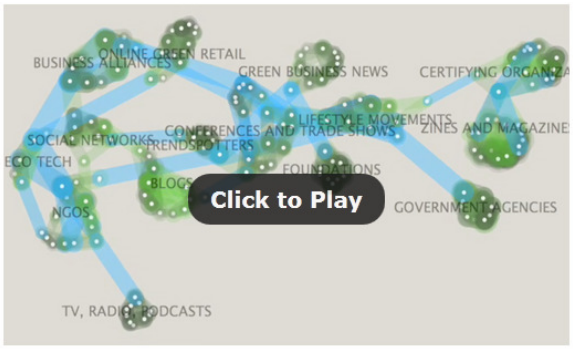


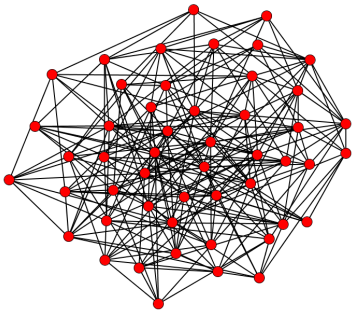
Illustration:

The Gort Cloud



http://www.youtube.com/watch?v=zQA9R2MKKvg
http://www.thegortcloud.com/qa.html

To illustrate how outreach within the Gort Cloud grows and expands virally, I partnered with software artist, Burak Arikan, to create this animation. This video clip illustrates the spread of a hypothetical product idea originating with a post on TreeHugger, for instance.



Social Media und Enterprise 2.0 sind gekennzeichnet durch:

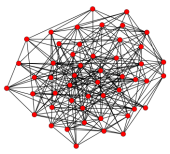
Kommunikation (Blogs, Sociale Netzwerke, Chats, Twitter, Foren, …) kann zu ganz unvorhersehbaren "lawinenartigen" Situationen führen… oder es kann gar nichts passieren ….

Botschaftsvermittlung und Botschaftsinhalte entziehen sich der Steuerung durch PR- oder Marketingverantwortliche oder des Managements

Es entstehen "emergent" und kaum steuerbare Kommunikationsbeziehungen zwischen existierenden Kunden, möglichen (interessierten) Kunden, Kritikern, "Adabeis" und (ev. getarnten) Konkurrenten, an die man gar nicht gedacht hat

die "Expertise" verlagert sich weg von einzelnen "Produktexperten" hin zur "beeurteilenden Community" (siehe z.B. Kommentare in amazon)

© www.korn.ch



?

Können Social Media oder Enterprise 2.0 Projekte (oder Internetprojekte wie z.B. Google-Kampagnen) überhaupt „traditionell" abgewickelt werden?

D.h.: Ist

umfassende Analyse ➔ Planung aller Schritte ➔gesamthafte Umsetzung

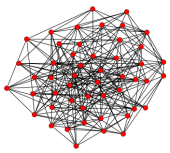
möglich?

Nein, denn:
Mit Social Media oder Enterprise 2.0 – Plattformen entstehen "**komplexe adaptive soziale Systeme**".

*In **complexity** the relationship between **cause and effect can only be perceived in retrospect, but not in advance**, the approach is to **Probe - Sense - Respond** and we can sense **emergent practice.***

„Cynefin framework" von Dave Snowden, siehe z.B.: Kurtz, C. & Snowden, D. 2003, The New Dynamics of Strategy: Sense-making in a Complex-Complicated World, IBM Systems Journal, vol. 42, no. 3, pp. 462-83.

© www.korn.ch



~~umfassende Analyse~~
~~➔ Planung aller Schritte~~
~~➔ gesamthafte Umsetzung~~

!

erproben
➔Beobachten
➔ Reagieren

„agiles" Projektmanagement

© www.korn.ch

SCRUM – ein exemplarisches "agiles" Framework

Jeff Sutherland schuf den Scrum Process 1993.

Mit dem Wort "Scrum" bezog er sich auf eine 1986 im *Harvard Business Review* publizierte Studie von Takeuchi und Nonaka, in der "high-performing, cross-functional teams" mit der Scrum-Formation im Rugby verglichen wurden.

Ken Schwaber fomalisierte den Process für die Software-Industrie in einem Artikel für die OOPSLA 1995.

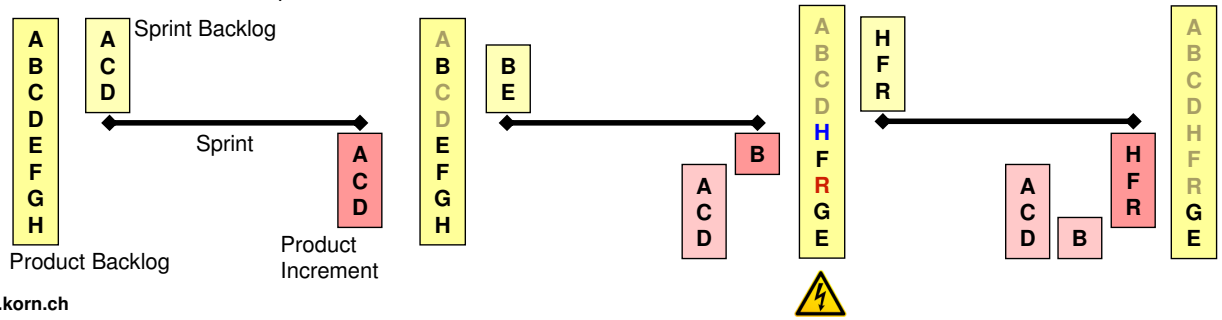
© www.korn.ch

SCRUM – ein exemplarisches "agiles" Framework

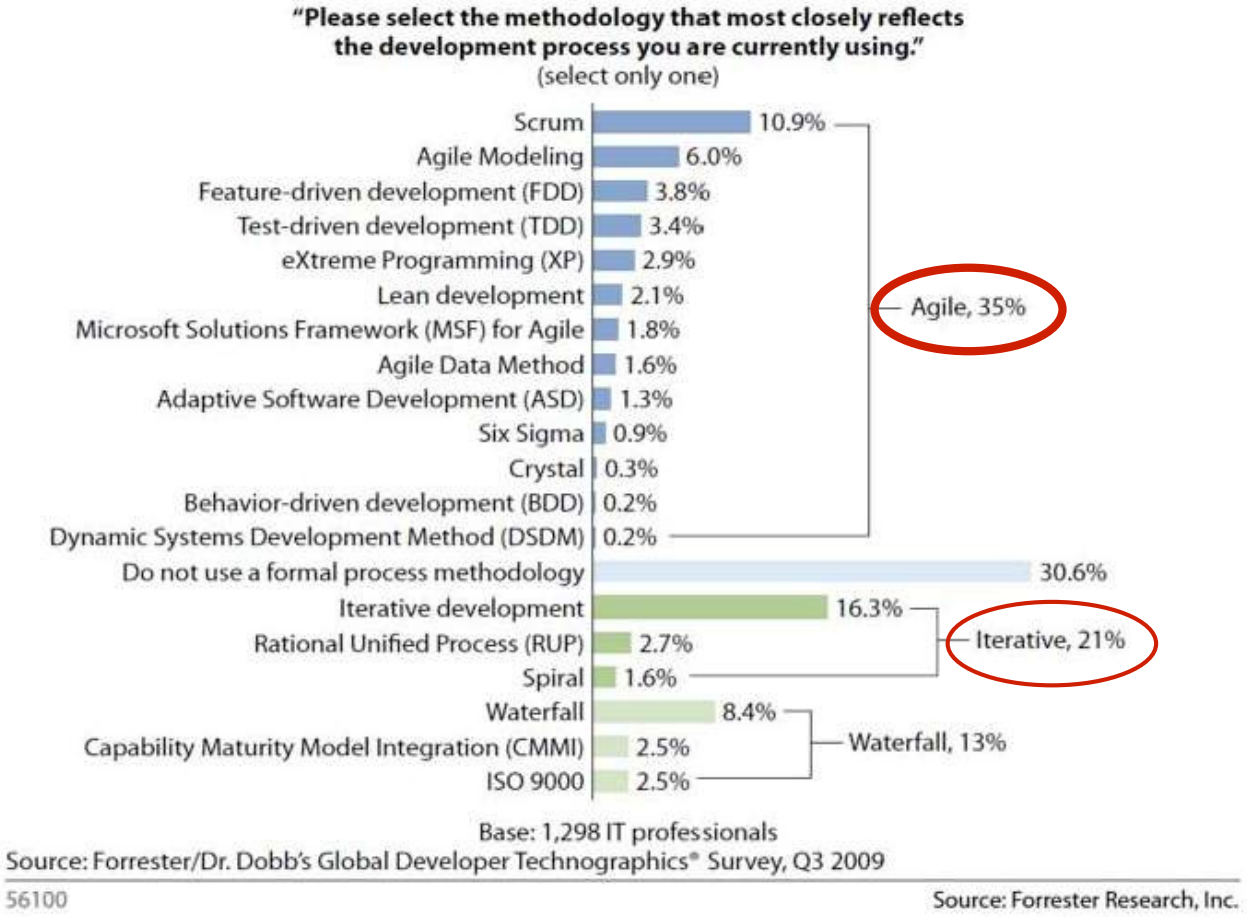
- Der **"Product Owner"** erstellt eine erste Version einer priorisierten Liste der gewünschten Ergebnisse **("Product Backlog")**
- Die Projekt ist eine Abfolge stets gleich langer **"Sprints"** (2 bis 4 Wochen)
- Das **Team** nimmt zu Beginn eines Sprints vom Product Backlog jene hoch priorisierten Ergebnisse, die es im Sprint realisieren kann (**"Sprint Backlog"**)
- Ergebnisse (**"Product Increment"**) sind **sofort nach Sprintende nutzbar**

  ➔ Während des Sprints **organisiert sich das Team selber**: Es teilt die Aufgaben selbst untereinander auf und sorgt für die notwendige Detailplanung, Kommunikation und Kooperation.

  ➔ Auf Prozessebene wird es dabei vom **"Scrum Master"** (vergleichbar einem Coach) unterstützt.

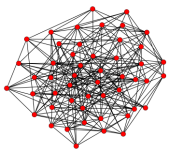


© www.korn.ch



© www.korn.ch

Agile Projekte zur Implementierung von Social Media oder Enterprise 2.0



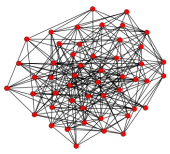
Mit diesen drei Schritten die eigentlichen Projekte vorbereiten:

1.
OFFENHEIT schaffen / als erwünscht anerkennen

2.
Eine "OCC" (Open Company Community) initialisieren: Alle MA, die bereits regelmässig (und gerne) Social Media nutzen zu einem "Kreativworkshop" einladen

3.
In den folgenden Wochen und Monaten agieren und beobachten, was passiert ….. als OCC darüber im Intranet (für alle MA sichtbar) diskutieren …. neue MA für die OCC gewinnen …. und all das hervorheben, was ganz gut funktioniert …. und das immer wieder mal mit einem realen Bier feiern ….

© www.korn.ch

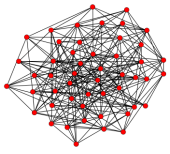


1.
OFFENHEIT schaffen / als erwünscht anerkennen:

Firmenintern alle Sozialen Netzwerke (sofern technisch sicher / absicherbar) ohne Einschränkung nutzbar. *"Wir vertrauen unseren MA dass sie verantwortungsvoll damit umgehen".*

Firmeninterne (Intranet) Web 2.0 – Plattformen analog zu Xing oder Wiki oder Chats für nicht öffentliche Inhalte. JEDER MA (auch die Top-Manager) dort präsent und erreichbar.

© www.korn.ch



2.
Eine "OCC" (Open Company Community) initialisieren: Alle MA, die bereits regelmässig (und gerne) Social Media nutzen zu einem "Kreativworkshop" einladen:

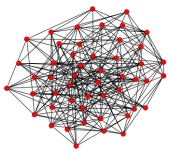
Impulsbotschaft des Top Managements zu: „Wir sind eine Open Company“

Angenommen, ein neuer MA beginnt bei uns. Was alles wird ihm bereits in den ersten Tagen auffallen, das uns in angenehmer Weise von anderen Firmen unterschiedet?
Wie haben einen Kunden gewonnen: Was stellt er fest, das uns positiv von den Mitbewerbern unterscheidet?
Typische und konkrete und reale "Beispielgeschichten" finden! Wo und wie die Workshop-TN diese später weitererzählen ist ihnen überlassen.

Vereinbaren, wie die Leute der OCC sich gegenseitig informieren, wenn sie irgend etwas in einem der Social Media beitragen, das mit unserer Firma oder unseren Produkten / Dienstleistungen zu tun hat

Vereinbaren, wie die Leute der OCC sich gegenseitig informieren, wenn Firmenexterne etwas über unsere Firma / Produkte / Dienstleistungen schreiben

© www.korn.ch



3.

In den folgenden Wochen und Monaten agieren und beobachten, was passiert ….. als OCC darüber im Intranet (für alle MA sichtbar) diskutieren …. neue MA für die OCC gewinnen …. und all das hervorheben, was ganz gut funktioniert …. und das immer wieder mal mit einem realen Bier feiern

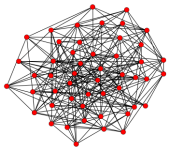
UND AUS DIESEN DABEI GESAMMELTEN ERFAHRUNGEN HERAUS SPEZIFISCHE PROJEKTE AUFSETZEN, DIE "AGIL" ABGEWICKELT WERDEN:

➔ inkrementelles Erstellen einzelner bereits brauchbarer Lösungsteile innerhalb von jeweils 2 bis allerhöchstens 4 Wochen

➔ permanente und enge Zusammenarbeit und persönliche Kommunikation mit Kunden und anderen „stakeholdern“

➔ Detailplanung und Erarbeitung der Lösung durch sich selbst organisierende Projektteams

© www.korn.ch



Diese vier Leitsätze des „Agilen Manifests“ (2001) bilden dabei das Rückgrat:

Individuen und Interaktionen *gelten mehr als Prozesse und Tools.*

Zwar sind wohldefinierte Entwicklungsprozesse und hochentwickelte Entwicklungswerkzeuge wichtig, wesentlich wichtiger ist jedoch die Qualifikation der Mitarbeitenden und eine effiziente Kommunikation zwischen ihnen.

Funktionierende Ergebnisse *gelten mehr als ausführliche Dokumentation.*

Umfangreiche Dokumentation (Analysen, Konzepte, Modelle, …) kann zwar hilfreich sein, das Ziel der Entwicklung ist jedoch die funktionierende Lösung.

Die stetige Zusammenarbeit mit dem Kunden *steht über Verträgen.*

Ein Vertrag ist nur Grundlage und Rahmen für die Zusammenarbeit - ersetzt sie aber nicht.

Der Mut und die Offenheit für Änderungen *stehen über dem Befolgen eines festgelegten Plans.*

Im Verlauf eines Entwicklungsprojektes ändern sich viele Anforderungen und Randbedingungen ebenso wie das Verständnis des Problemfeldes. Das Team muss darauf schnell und dennoch diszipliniert reagieren können.

© www.korn.ch