



Social Media als Instrument von Alumniarbeit und Career-Service

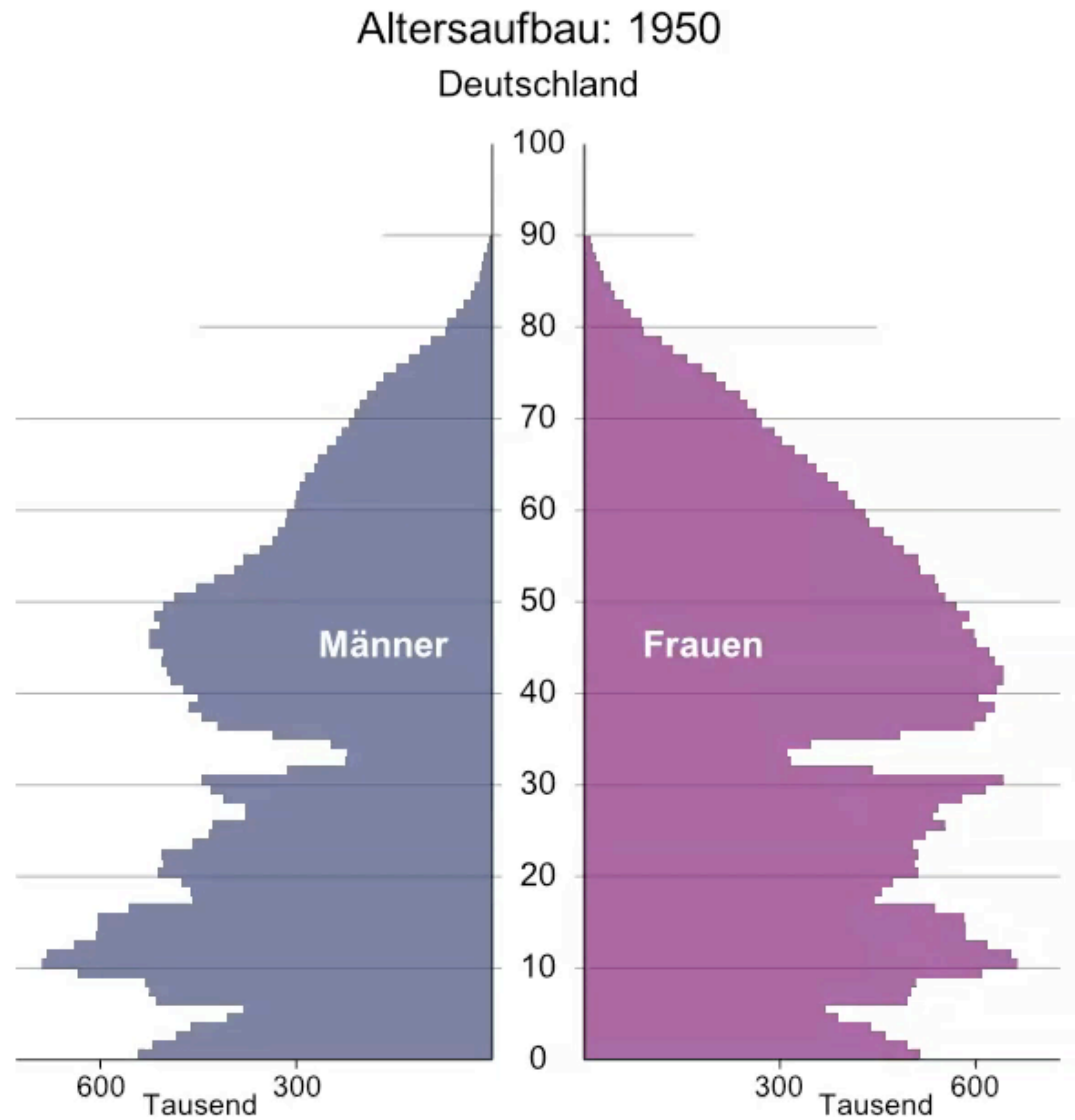
1. Geschäftsmodelle im Web 2.0
2. Lebenszyklusmodelle »Studieren 2.0«
3. Demonstration der Mockups E-Folder
4. Diskussion



20/09
2012

SocialMedia@karriereLEBEN

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



A close-up photograph of a hand holding a small, clear glass globe. The hand is positioned as if balancing the globe on the tips of the fingers. The background is dark and out of focus, with some light-colored curved lines. A large white number '1' is overlaid on the left side of the image.

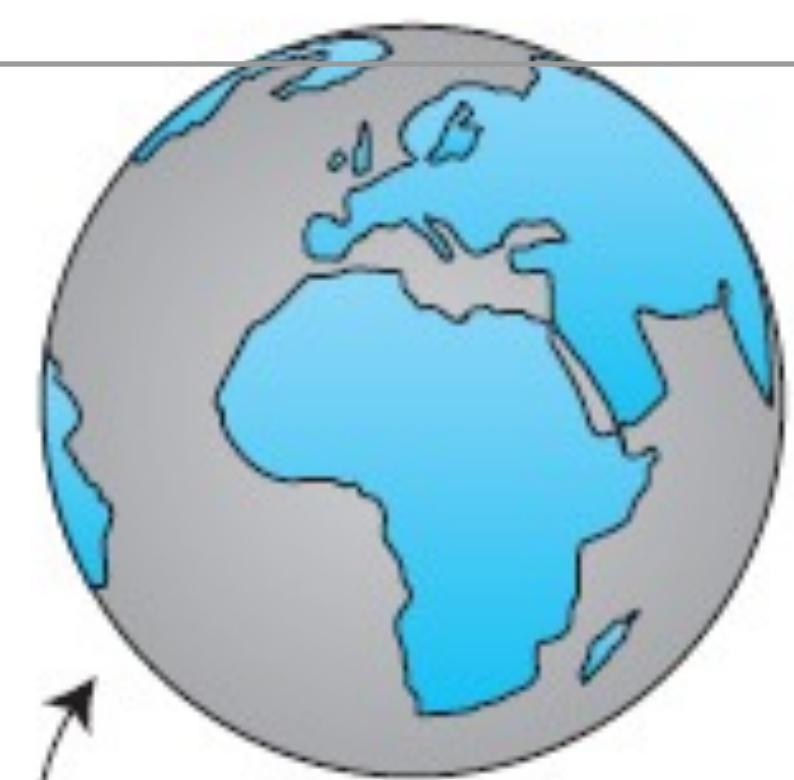
1

Geschäftsmodelle im Web 2.0

Erträge generieren, Wertschöpfungskette, Beispiele

Traditional Media

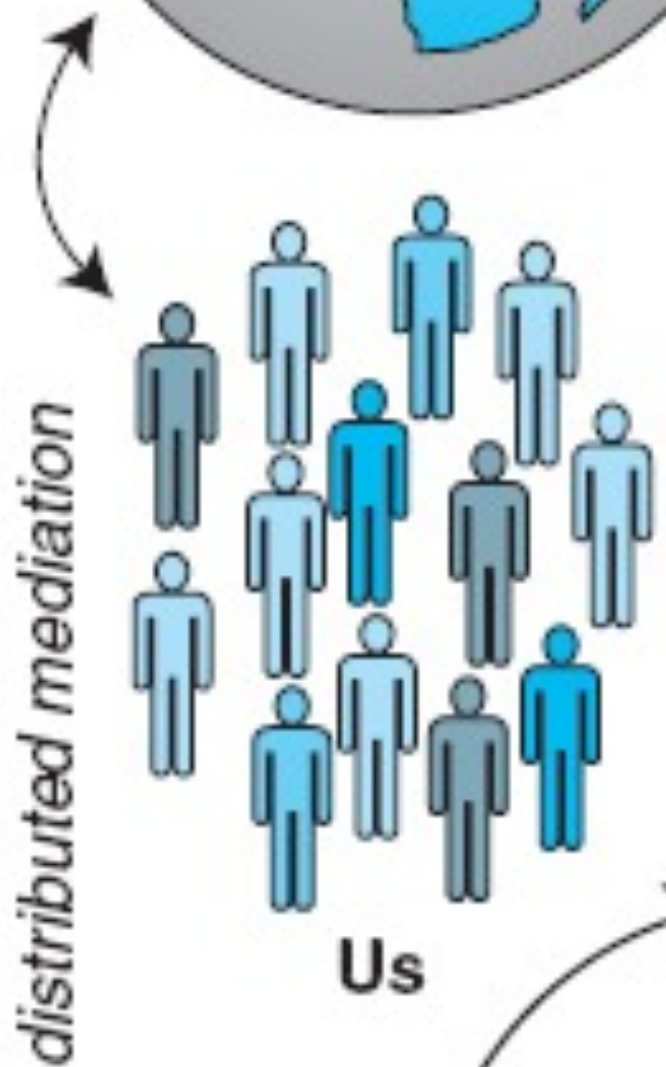
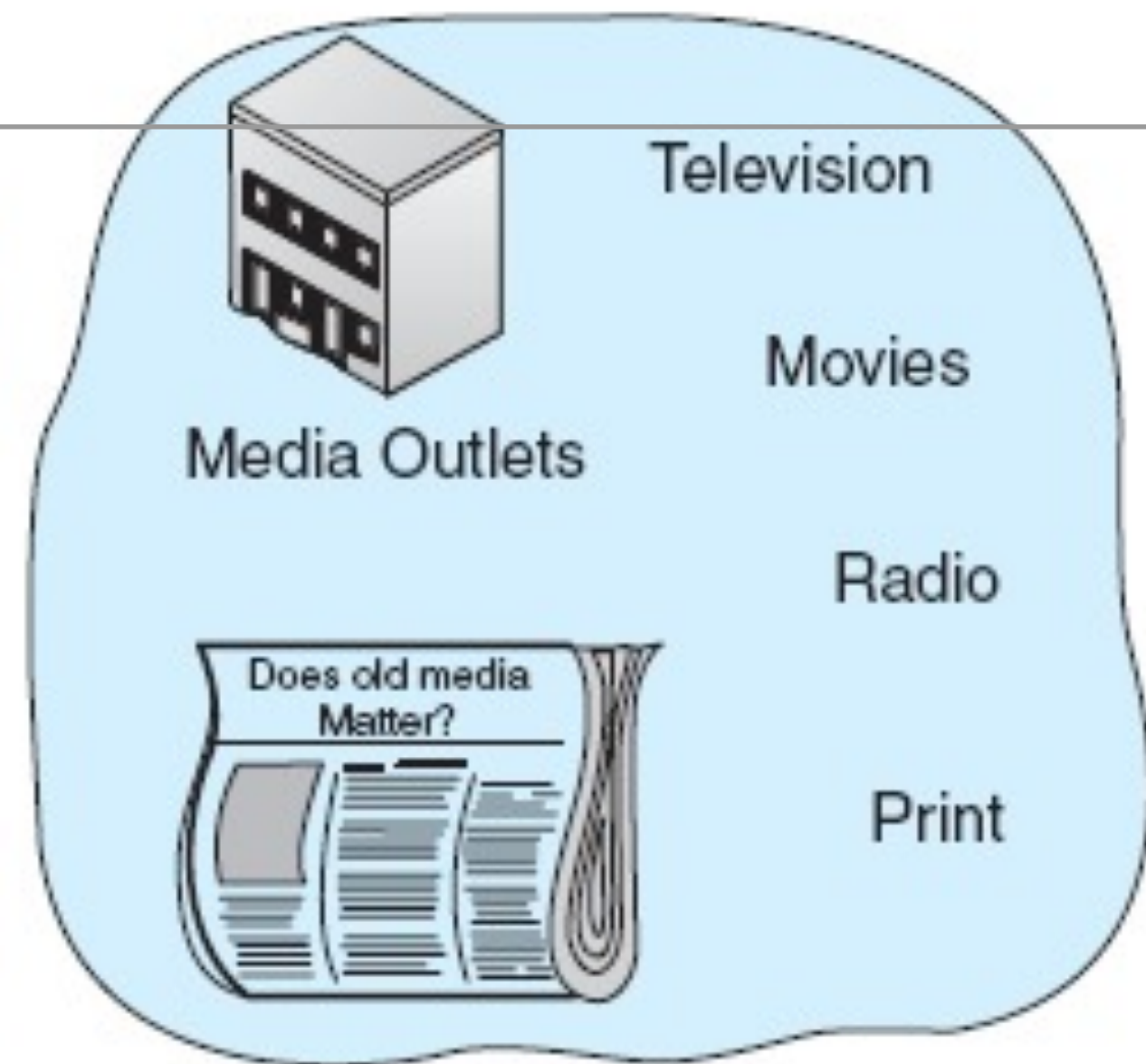
Institutional Control



observe

centralized mediation

publish
push

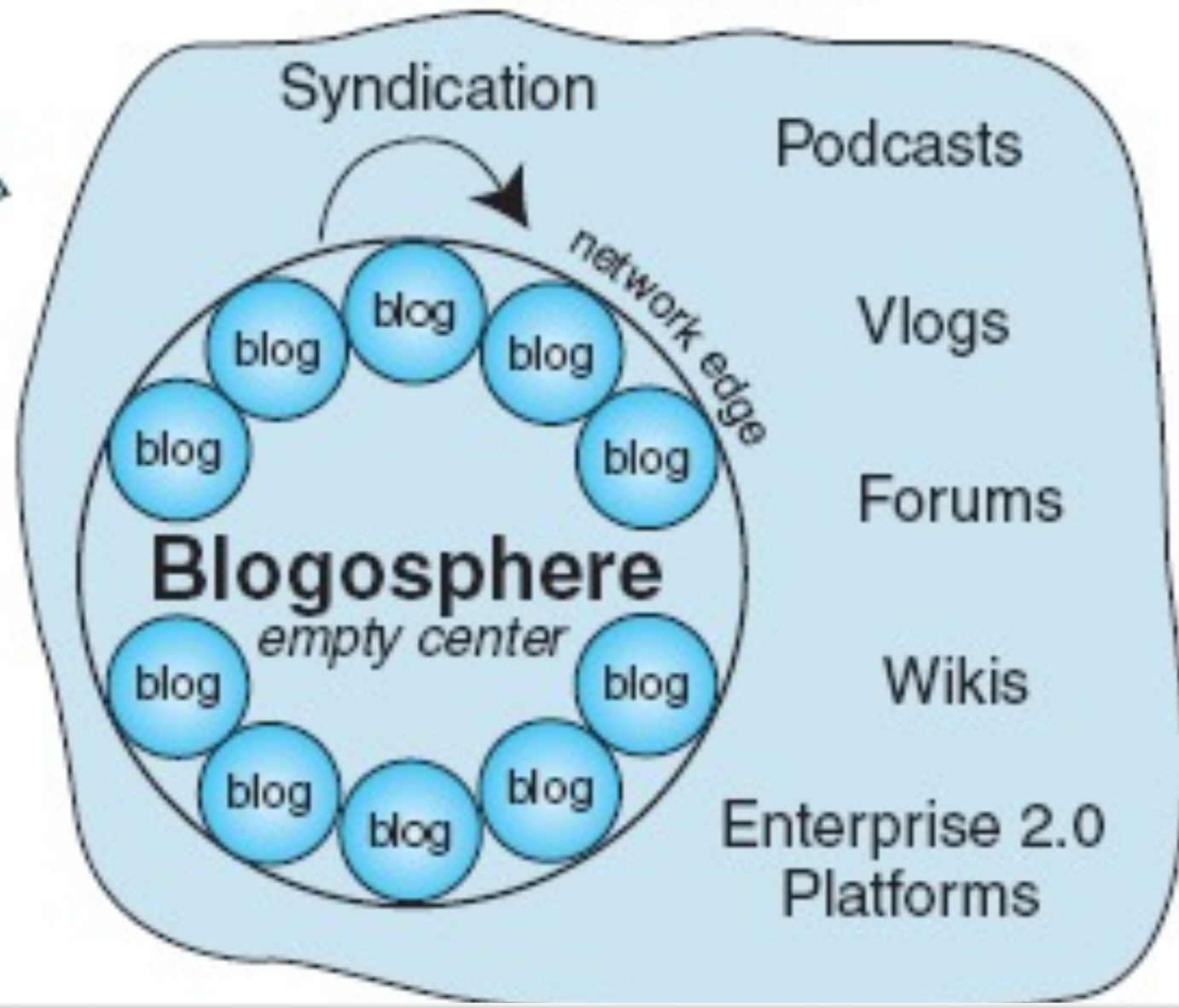


contribute

Social Media



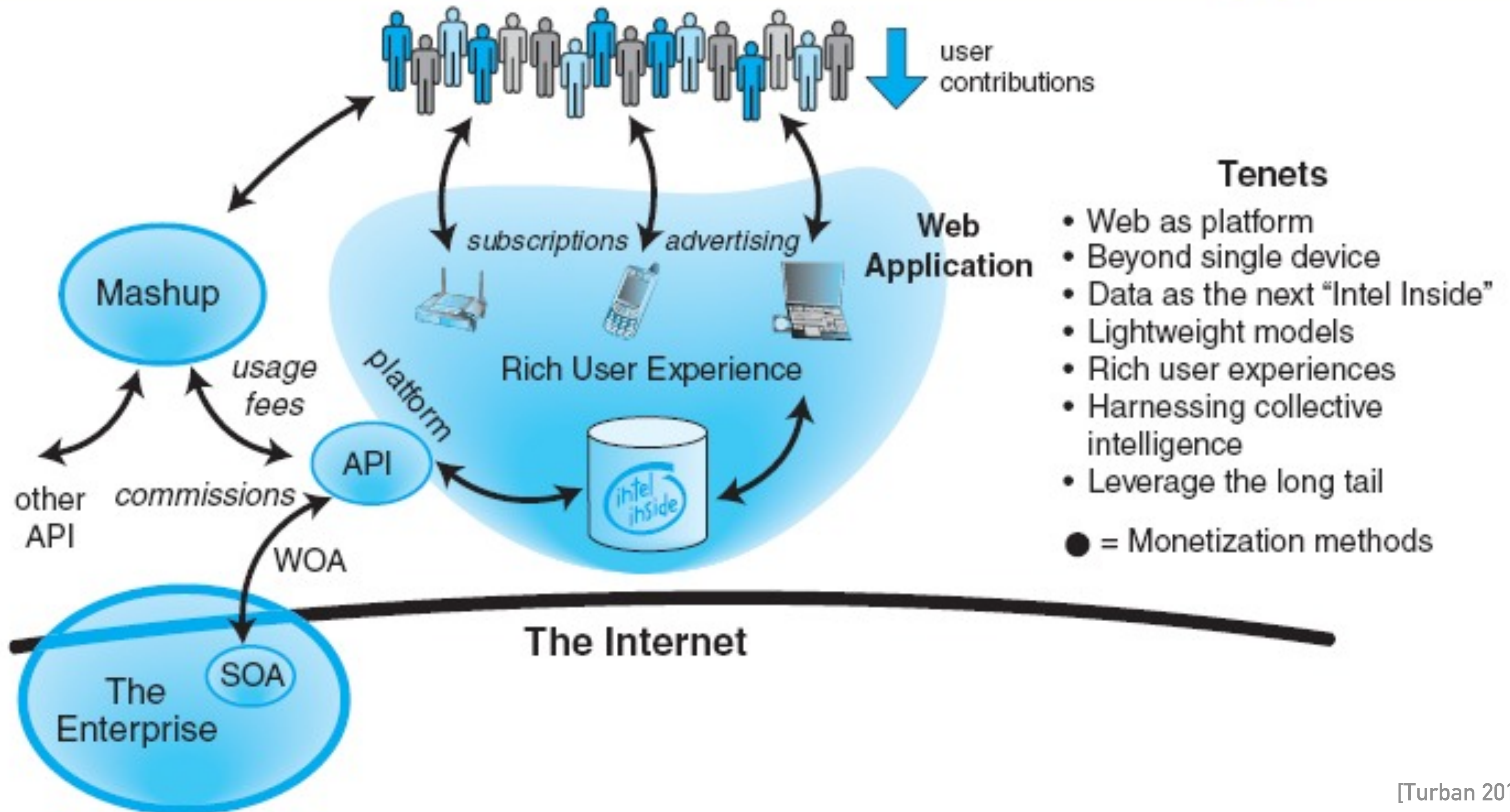
Consumer Control



[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>

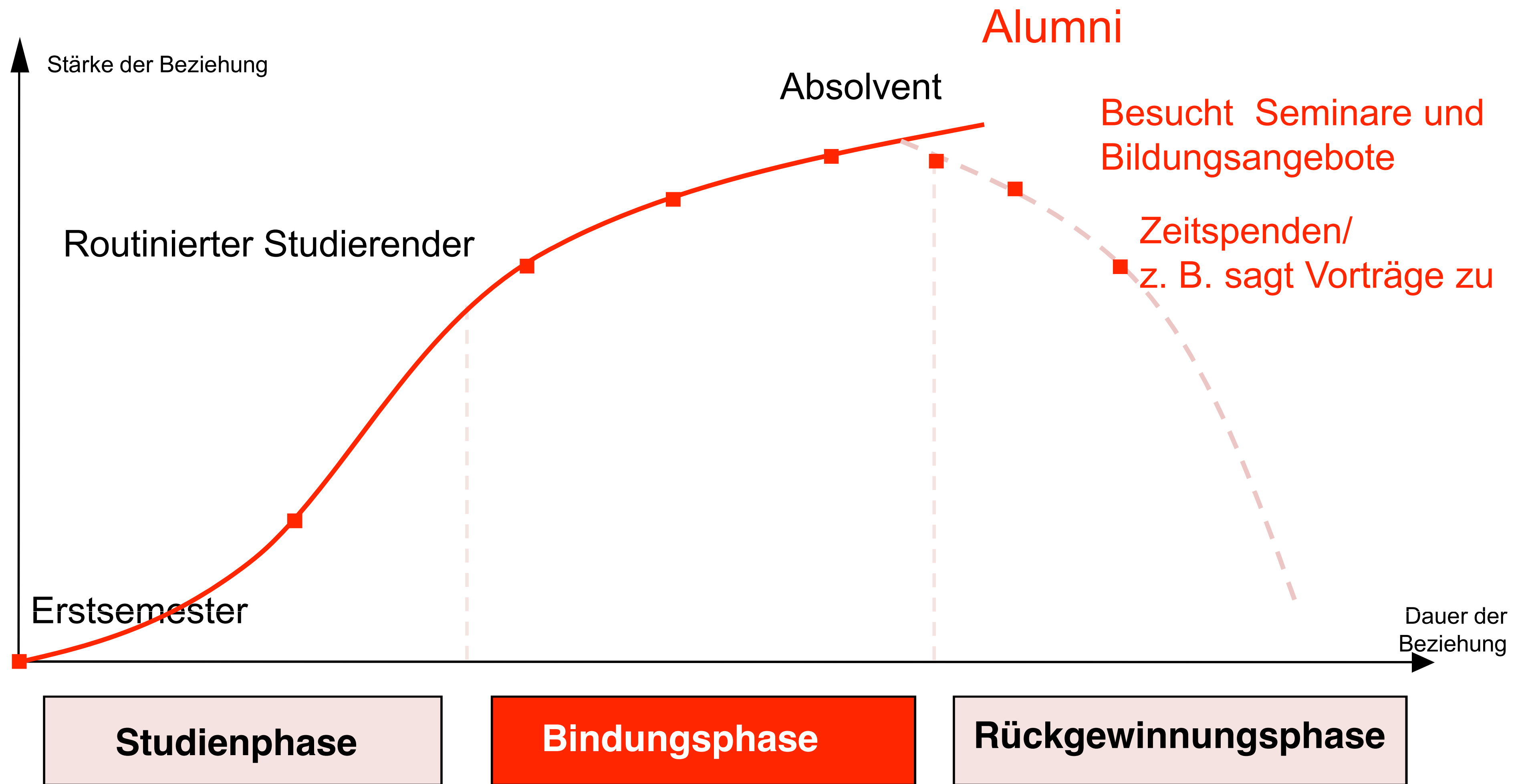
2



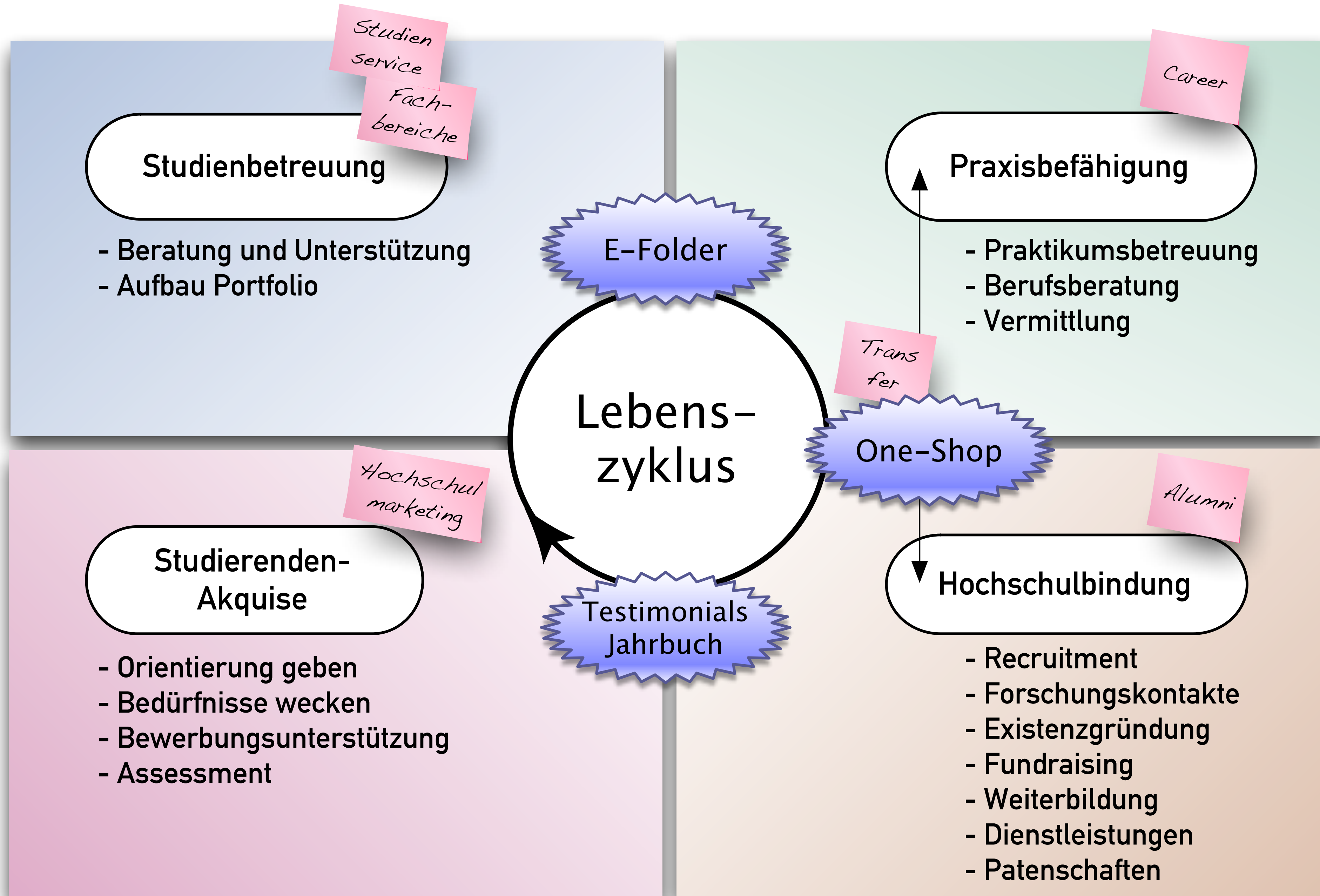
Lebenszyklusmodelle

»Studieren 2.0«

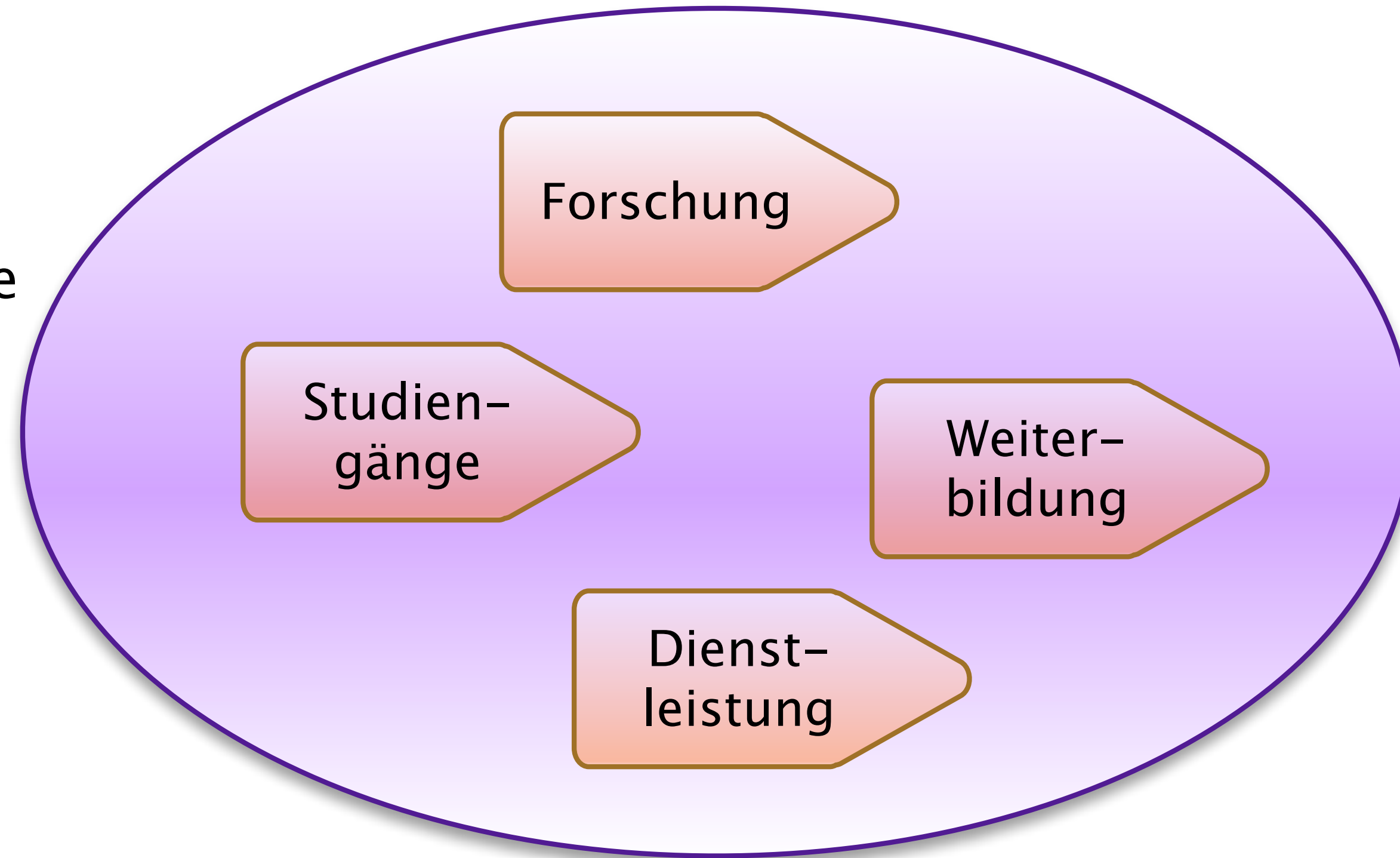
Lebenszyklus



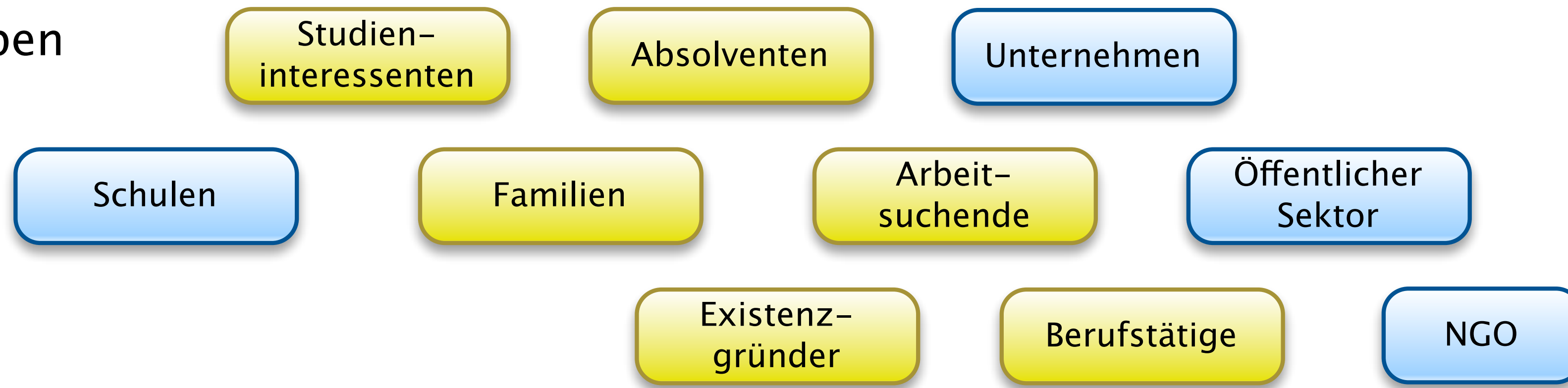
Silke Boenigk: Alumni-Management versus Fundraising als Finanzierungsinstrument für Hochschulen, Vortrag im Rahmen der Reihe Finanzierung von Hochschulen, 26.05.2011



Produkte

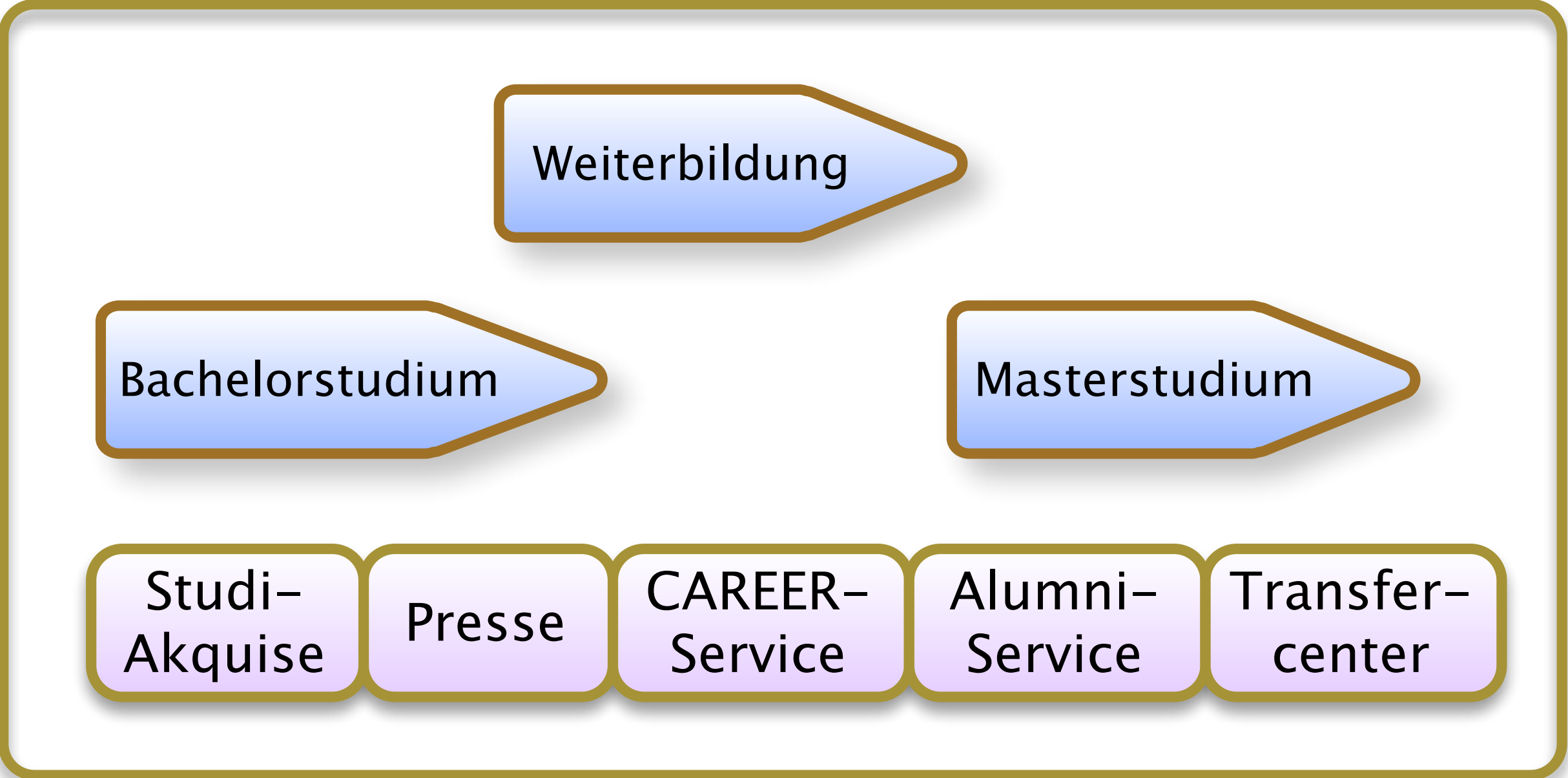


Zielgruppen



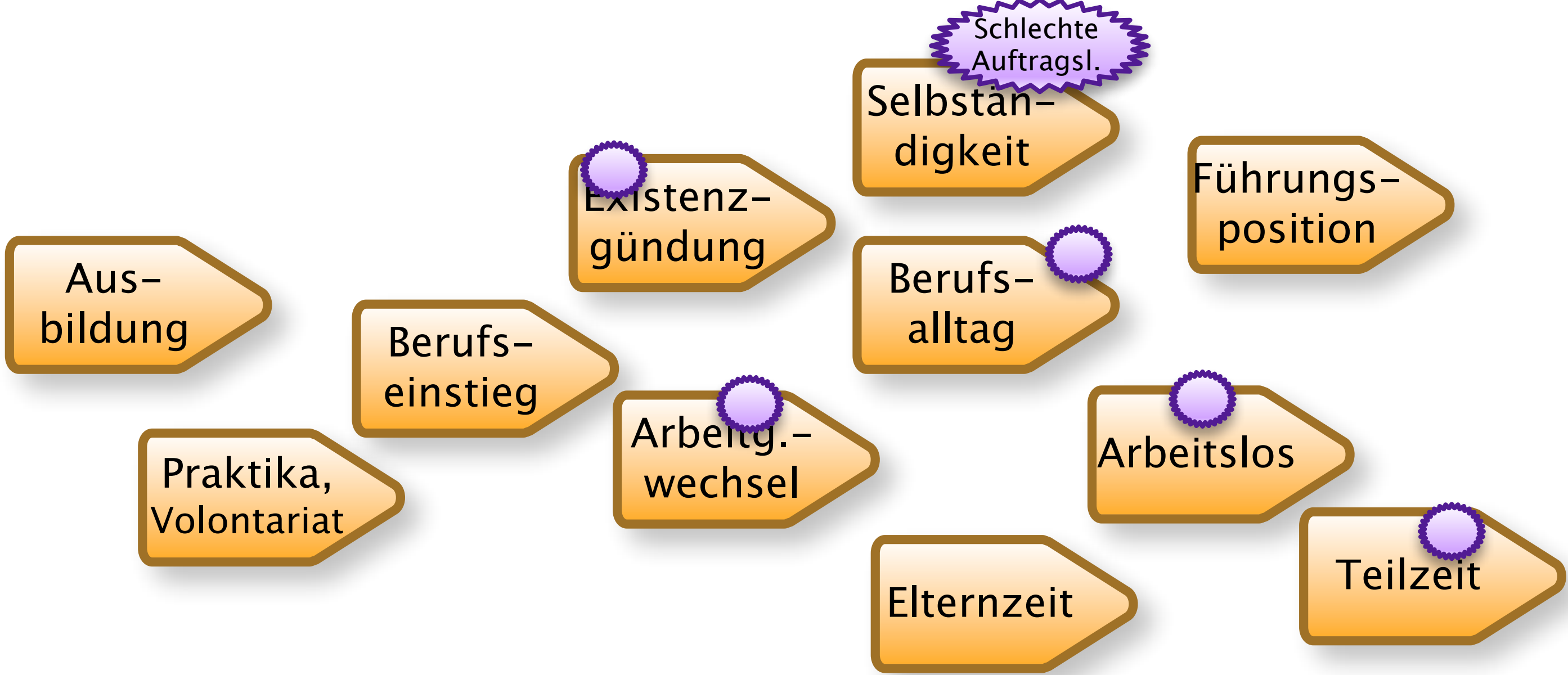
...Ansatzpunkte für Angebote...

Berufsausbildung
Schule



Bildungsangebote

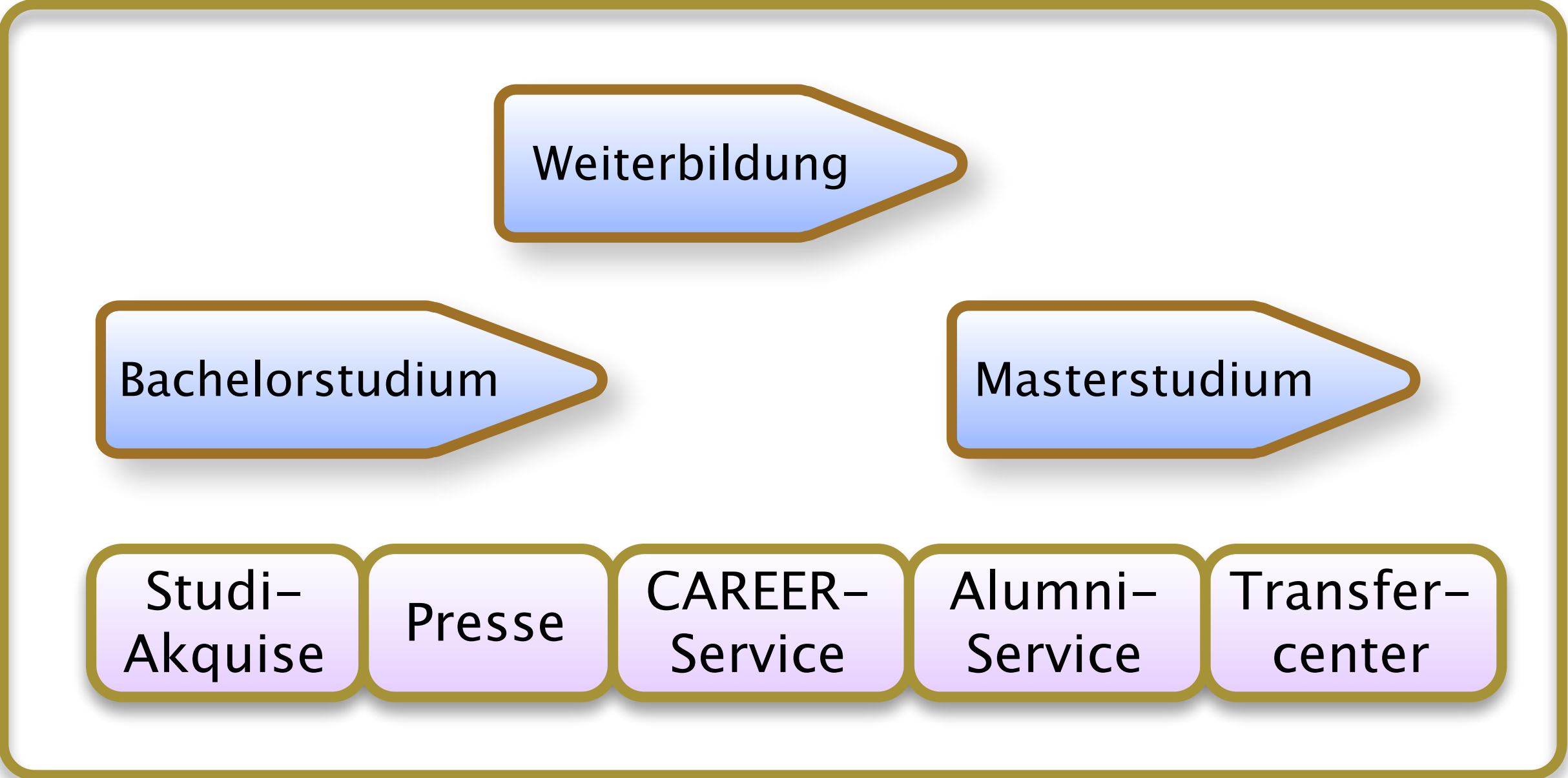
Instrumente



Karrierephasen

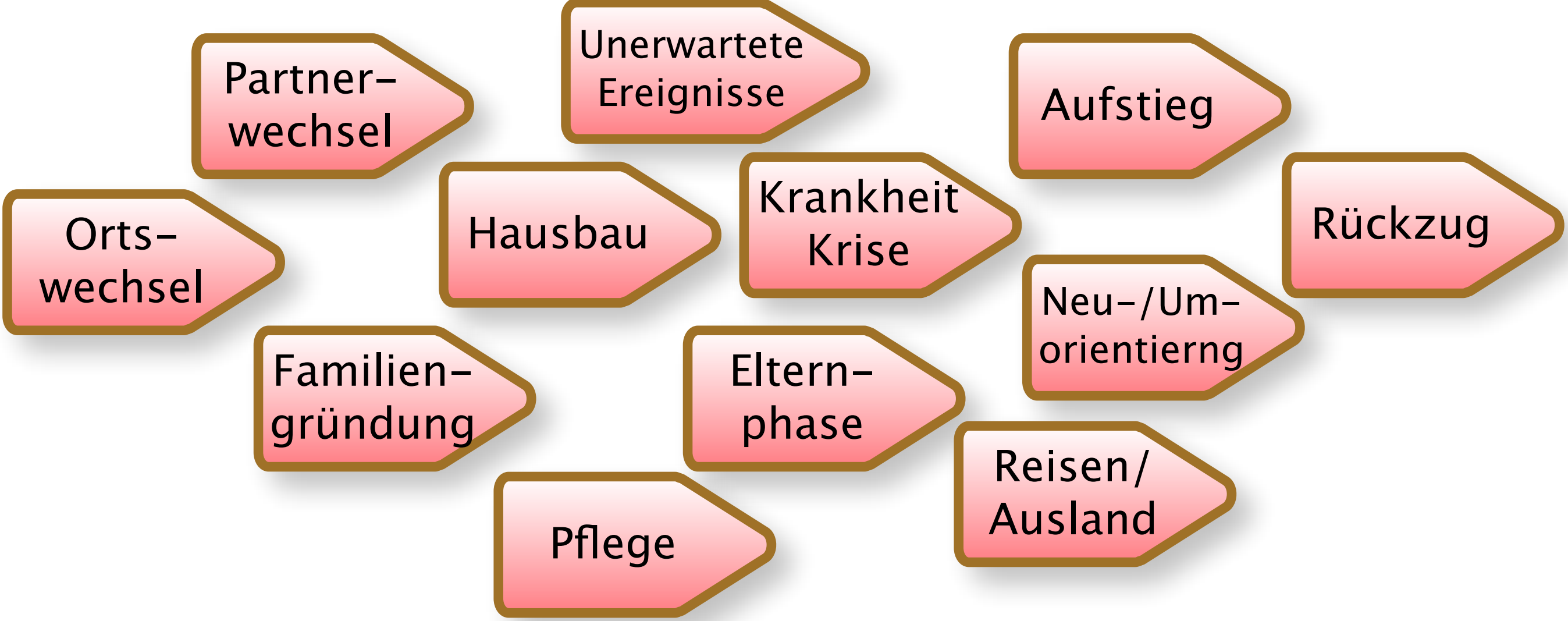
...Ansatzpunkte für Angebote...

Berufsausbildung
Schule



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

A large, white, stylized number '3' is positioned on the left side of the image. The background features a technical drawing with a central target-like pattern of concentric circles and a grid of lines. A wooden pencil with a sharpened lead tip is positioned diagonally across the right side of the image, pointing towards the center. The overall scene is set against a light, off-white background with faint technical sketches.

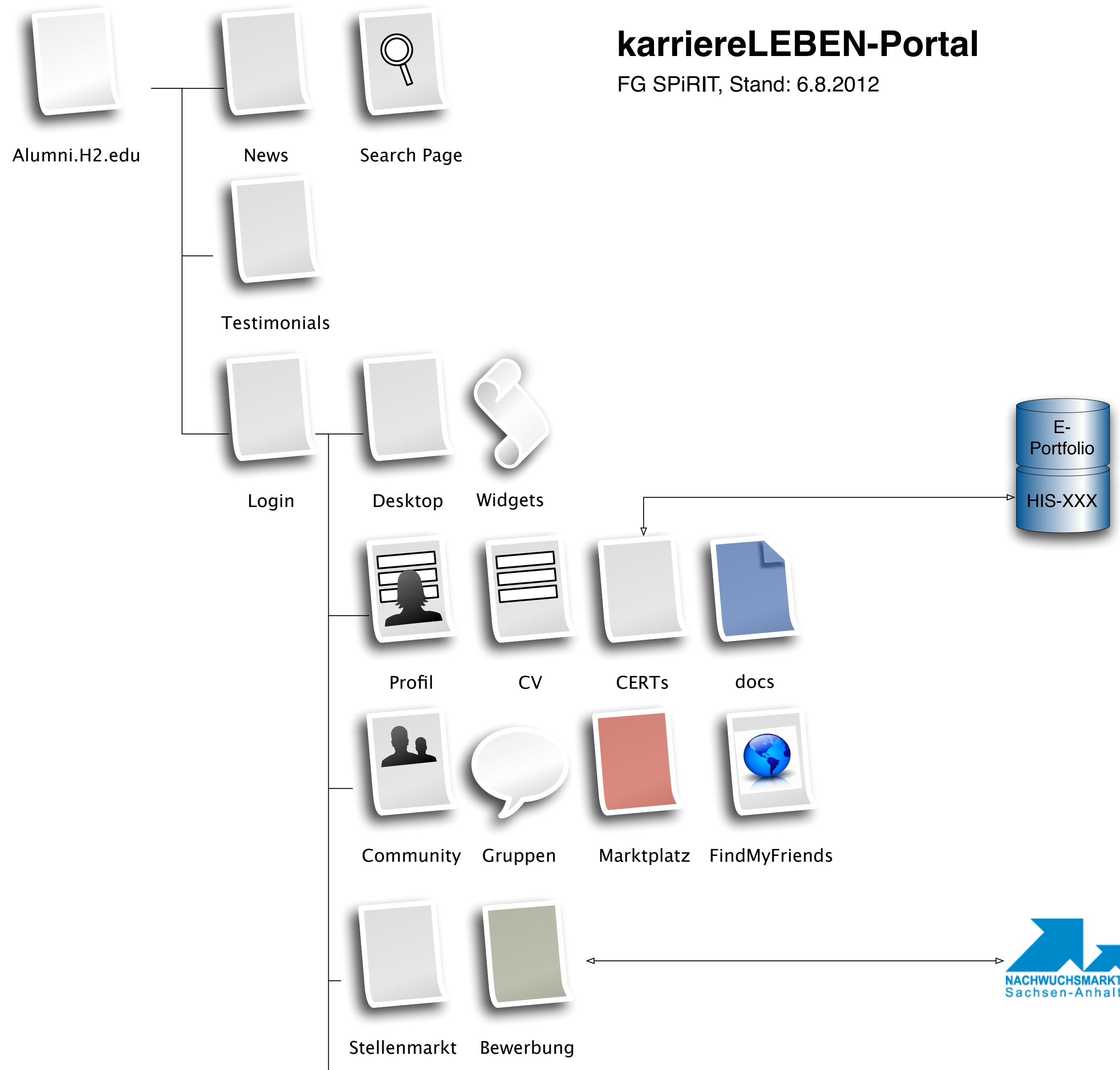
3

Demonstration der Mockups

Klickprototyp »E-Folder«

karriereLEBEN-Portal

FG SPIRIT, Stand: 6.8.2012



AlumniPortal

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

AlumniPortal

Neuigkeiten Arbeitsplatz E-Mail 3 Kontakte Kleinanzeigen Stellenmarkt *karriereLeben* Ich

Jobs

- Magdeburg
- Stendal
- Sachsen-Anhalt
- Bundesweit

Meine Moodle-Kurse

- Wirtschaftsinformatik I
- Wirtschaftsinformatik II
- Wirtschaftsinformatik III
- Qualitätsmanagement

Wetter

Magdeburg

14° / 23°
bewölkt
kein Regen

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

Mein Studienfortschritt

105 / 180 Credits

[Notenübersicht](#)

Mein Stundenplan

<< 22.10.2012 - 26.10.2012 >>

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

[Wochenplan](#)

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.

[Bibliotheksausleihe](#)

Top 5 Vorlesungen: SoSe 2012

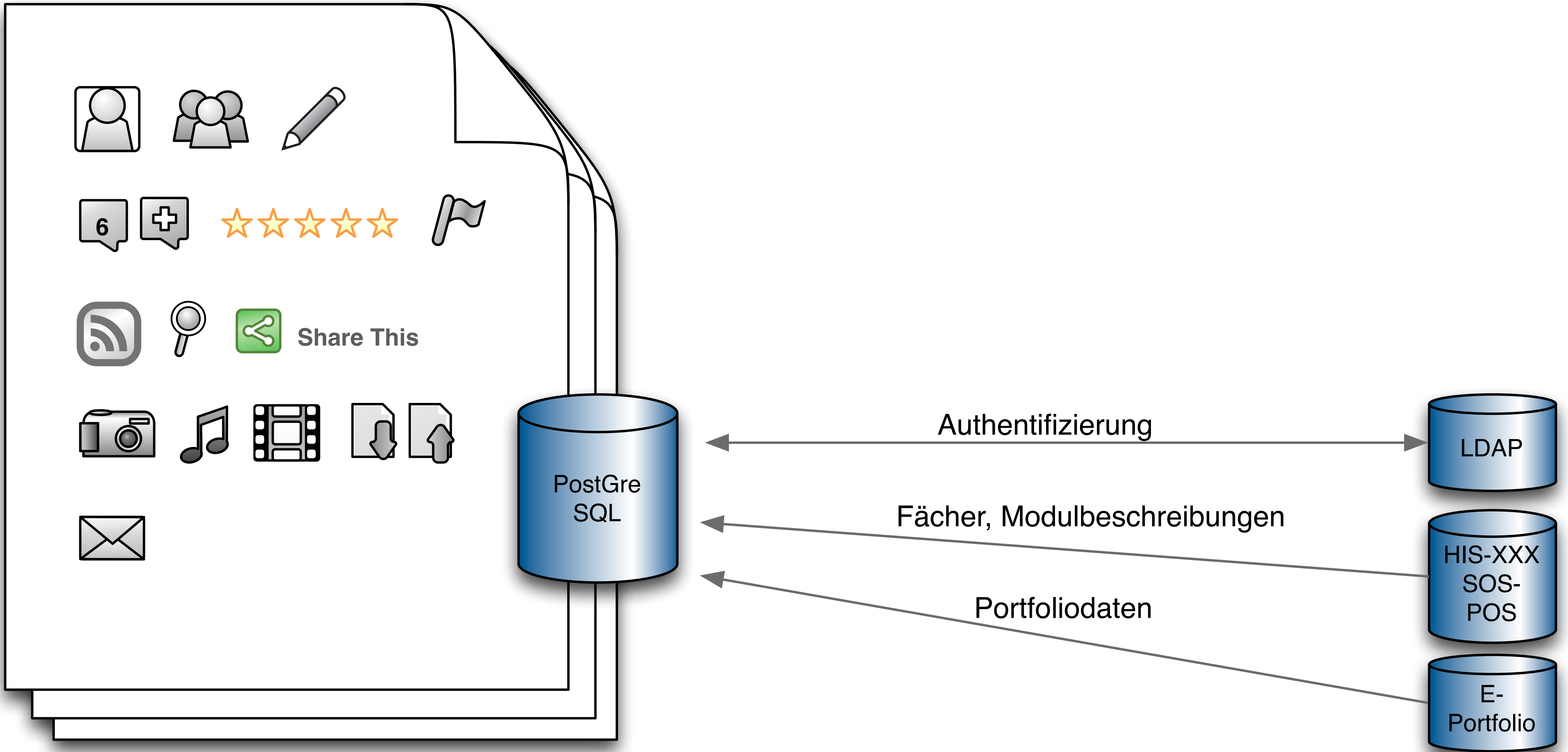
Rang	Vorlesung	Wertung
1.	RFID Master	★★★★★ 4,6
2.	WI II	★★★★★ 4,5
3.	Bauwesen II	★★★★☆ 4,4
4.	Design	★★★★☆ 4,1
5.	Qualitätsmgt.	★★★★☆ 3,9

[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...](#)



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