



Fraunhofer

IAO

FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR
ARBEITSWIRTSCHAFT UND ORGANISATION IAO

STUTTGARTER E-BUSINESS-TAGE 2010

INTERNET DER DIENSTE

für Marketing, Vertrieb und Management

09.11.2010 | Web-basierte Lösungen zur

Kundenansprache und Informationsgewinnung

10.11.2010 | Social Media Monitoring und Web Intelligence



MARKTANALYSE
SOCIAL MEDIA CROWDSOURCING
INNOVATIONSMANAGEMENT
WETTBEWERBSBEOBACHTUNG
REPUTATIONSMANAGEMENT





Das Internet gewinnt für Marketing und Vertrieb weiterhin an Bedeutung. Potenzielle Kunden informieren sich über Eigenschaften und Qualität von Dienstleistungen und Produkten im Web. Die dabei gefundenen Meinungen und Erfahrungen anderer Kunden, publiziert in Foren, Blogs, Bewertungswebsites oder sozialen Netzwerken, spielen bei der Kaufentscheidung eine wichtige Rolle.

Auf diese Weise beeinflussen von Kunden eingestellte Inhalte im Social Web zunehmend die Online-Reputation von Unternehmen und deren Produkten. Daher ist es für Unternehmen heute unerlässlich, die Aktivitäten von Kunden, aber auch von Wettbewerbern, Technologieanbietern und weiteren relevanten Marktteilnehmern im Web zu beobachten. Die durch die Beobachtung gewonnenen Erkenntnisse fließen in ihre strategischen Entscheidungen der Produktentwicklung, des Marketings, des Vertriebs und der Geschäftsführung ein.

Die genannten Aktivitäten werden auf vielfältige Weise durch Softwarewerkzeuge elektronisch unterstützt. Viele Anbieter sind mittlerweile dazu übergegangen, diese Softwarewerkzeuge als Dienste im Internet zur Verfügung zu stellen, so dass Unternehmen die angebotenen Funktionen einfach und schnell nutzen können (Software as a Service).

Mit diesem Ansatz ist es auch kleineren Unternehmen möglich, ohne den Einkauf von Hardware und Softwarelizenzen auf die mitunter äußerst ressourcenfordernden Funktionen der Werkzeuge zuzugreifen.

Die Stuttgarter E-Business-Tage 2010 beschäftigen sich daher mit dem Thema »Internet der Dienste für Marketing, Vertrieb und Management« und zeigen, insbesondere anhand zahlreicher Praxisbeispiele, Erfahrungen und zukunftsweisender Ideen von Anwenderunternehmen, interessante und innovative Lösungen auf.

Ich würde mich sehr freuen, Sie dieses Jahr auf den Stuttgarter E-Business-Tagen begrüßen zu dürfen.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dieter Spath'. The signature is stylized and cursive.

Prof. Dr.-Ing. Dr.-Ing. E.h.
Dieter Spath

INTERNET DER DIENSTE FÜR MARKETING, VERTRIEB UND MANAGEMENT

Heutzutage können Unternehmen vielfach auf sogenannte »Software as a Service«-Angebote zurückgreifen: Unternehmen mieten die Softwarewerkzeuge als Dienst im Internet, während Installation, Betrieb und Wartung auf Seiten des Anbieters stattfinden. Besonders im oftmals sehr ressourcenintensiven Bereich der »Web Intelligence« hilft dies, teure Investitionen zu vermeiden.

Web Intelligence-Anwendungen im Internet der Dienste stehen im Mittelpunkt der diesjährigen Stuttgarter E-Business-Tage.

Eine steigende Anzahl an Kunden informiert sich über Produkte und Dienstleistungen auf verschiedenen Wegen im Internet. Traditionell wird auf Webseiten und Webshops zurückgegriffen, aber auch neuere Instrumente des Web 2.0 wie Blogs, Videoplattformen, Verbraucherportale und Empfehlungswebseiten liefern zunehmend wichtige Inhalte, die als Grundlage für eine Kaufentscheidung herangezogen werden.

Um den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen zu optimieren, werden Web-basierte Marktanalysen durchgeführt. In diesem Zusammenhang wird das Kunden- und Wettbewerberverhalten auf relevanten Plattformen automatisiert gesammelt und ausgewertet. Anhand der Auswertungen können Trends erkannt und geeignete Maßnahmen zur Verbesserung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten festgelegt werden.

Unternehmen sprechen ihre Kunden mit gezielten Online-Marketingmaßnahmen aktiv an und verfolgen die sich daraus ergebende Kundenaktivität per Online Lead Management.

Die aktive Einbindung von Kunden in Unternehmensprozesse über das Internet bietet neue Möglichkeiten bei der Produktentwicklung. Ideen und Anforderungen von Kunden können so gesammelt werden und in die Ausgestaltung wichtiger Produktmerkmale einfließen (Open Innovation/Crowdsourcing).

Im Social Web stellen Kunden Bewertungen ein und diskutieren über Anbieter, deren Produkte und Dienstleistungen. Um insbesondere negative Meinungen zu erkennen und ggf. darauf reagieren zu können, müssen Unternehmen die entsprechenden Diskussionsplattformen kennen und diese dann auch kontinuierlich beobachten. Hierbei unterstützen Softwarewerkzeuge das online-basierte Reputationsmanagement.

Ein weiterer wichtiger Aspekt dieser Entwicklungen ist, dass jeder einzelne Mitarbeiter im (Social) Web aktiv werden kann. Deswegen müssen Unternehmen ihre Mitarbeiter mittels Richtlinien unterstützen.

Die Stuttgarter E-Business-Tage 2010 beschäftigen sich mit dem Thema Web Intelligence-Anwendungen im Internet der Dienste und zeigen anhand zahlreicher Praxisbeispiele interessante und innovative Lösungen auf.

ZIELGRUPPE UND THEMEN

Die Stuttgarter E-Business-Tage 2010 richten sich an Geschäftsführung sowie Führungskräfte und Entscheidungsträger aus Vertrieb, Marketing, Unternehmenskommunikation, Produktmanagement und IT, die sich über erfolgreiche Lösungsansätze informieren und über Herausforderungen austauschen wollen, um so eine fundierte Entscheidungsgrundlage für die eigenen Maßnahmen zu erhalten. Anhand zahlreicher Anwendervorträge werden Erfahrungen und zukunftsweisende Best-Practice-Beispiele aus den Bereichen

- Online Marketing,
- Reputationsmanagement,
- Markt- und Wettbewerbsbeobachtung,
- Produkt- und Innovationsmanagement,
- Crowdsourcing,
- Issue- und Risikomanagement.

vorgestellt und diskutiert.

Das Fraunhofer IAO hat eine Marktübersicht erstellt, die im Rahmen dieses Anwenderforums vorgestellt und jedem Teilnehmer kostenlos zur Verfügung gestellt wird:

Harriet Kasper, Moritz Dausinger, Holger Kett
Marktstudie »Social Media Monitoring Tools«
Erscheinungstermin November 2010, Preis 95 €

AUSSTELLER



MEDIENPARTNER



PROGRAMM

DIENSTAG, 09. NOVEMBER 2010
VORMITTAGS

WEB-BASIERTE LÖSUNGEN
ZUR KUNDENANSPRACHE UND
INFORMATIONSGEWINNUNG

9.30 Uhr **Wettbewerbsvorteile durch servicebasierte Lösungen in Marketing und Vertrieb**

- Internet der Dienste – Trends bei SaaS
- Einsatz servicebasierter Anwendungen für Web Intelligence
- Potenziale und Empfehlungen

*Thomas Renner, Leiter Competence Center
Electronic Business, Fraunhofer IAO*

10.00 Uhr **Crowdsourcing – Die Ideencommunity Tchibo ideas**

- Definition von Crowdsourcing – Motivation zum Start einer Ideenplattform
- Funktionsweise der Ideenplattform Tchibo ideas
- Proof of concept: vom Launch der Community zum Verkauf der ersten Tchibo ideas-generierten Produkte

*Turadj Schahbasi, Director Business Development,
Tchibo direct GmbH*

10.45 Uhr **Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung**

11.15 Uhr **Innovation Communities zur Einbindung von Verbrauchern und Mitarbeitern**

- Erfahrungen aus Crowdsourcingprojekten
- Designwettbewerb OSRAM »LED – Emotionalize your light!«
- Siemens-interner Ideenwettbewerb »Siemens Sustainability Idea Contest«

*Bernd Blumoser, Open Innovation Program, Siemens
AG - Corporate Technology*

12.00 Uhr **Webmining in der Unternehmenspraxis**

- Anwendungsbeispiel Competitive Landscape
- Web-gestützte Marktanalyse und Identifikation von Marktteilnehmern
- Analyse von Unternehmenswebsites und Newsfeeds

*Dr. Jasmin Saric, Teamleiter Text Analytics &
Knowledge Management, Boehringer Ingelheim
Pharma GmbH & Co. KG*

12.45 Uhr **Mittagspause und Besuch der Fachausstellung**

PROGRAMM

DIENSTAG, 09. NOVEMBER 2010
NACHMITTAGS

WEB-BASIERTE LÖSUNGEN
ZUR KUNDENANSPRACHE UND
INFORMATIONSGEWINNUNG

14.00 Uhr **Erfolgsfaktoren im Social Commerce – wie man Kunden zu Fans macht**

- Strategie, Konzept und Maßnahmen
- Soziale Vernetzung vor Prozessoptimierung
- Erfahrungen des Distanzhandels mit Web 2.0

Iwan Budnikowsky GmbH & Co. KG angefragt

14.30 Uhr **Erfolgreiche Neukundengewinnung durch Online Lead Management**

- Nutzung der Online-Kanäle und integrierter, servicebasierter Internet-Marketingansatz für die Geschäftsanbahnung
- Performance Marketing für den B2B-Sektor
- Content Marketing als Erfolgsfaktor der Leadgenerierung

Heinz D. Schultz, CEO, Mindlab Solutions GmbH

15.00 Uhr **Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung**

15.30 Uhr **Community Banking – Geschäftsmodellinnovation im Social Web**

- Änderung des Kommunikationsverhaltens von Kunden im Internet
- Chancen zur Entwicklung neuartiger Dienstleistungsangebote
- Steigerung des Kundenvertrauens durch den Einsatz von Web 2.0-Technologien

Matthias Kröner, Sprecher des Vorstands, Fidor Bank AG

16.15 Uhr **Social Computing Guidelines – Nutzen für Unternehmen und Mitarbeiter**

- Von der persönlichen Online-Reputation zur Online-Reputation von Unternehmen
- Notwendigkeit von Richtlinien und deren Erstellung
- Best Practices am Beispiel der IBM

Petra Bäuerle, Web Managing Editor/ Webmarketing, IBM Sales & Distribution

16.45 Uhr **Get Together**

*Ausklang des ersten Veranstaltungstages in gemütlicher Atmosphäre bei Snacks und Getränken
Musikalische Begleitung: tRACK_1*

PROGRAMM

MITTWOCH, 10. NOVEMBER 2010
VORMITTAGS

SOCIAL MEDIA MONITORING UND
WEB INTELLIGENCE

9.30 Uhr **Web Intelligence – Chancen für Marketing und Vertrieb**

- Herausforderungen und Potenziale
- Trends und Beispiele erfolgversprechender Lösungsansätze
- Anwendungsfelder, Handlungsempfehlungen

*Holger Kett, Senior Researcher und Consultant,
Fraunhofer IAO*

10.00 Uhr **Social Media – Elektronische Beobachtung und Analyse relevanter Internetquellen**

- IT-gestützte Überwachung und Analyse von Inhalten im Social Web
- Angebotstypen und allgemeiner Funktionsüberblick
- Ergebnisse der Fraunhofer-Marktstudie

*Harriet Kasper, Researcher und Consultant,
Fraunhofer IAO*

10.30 Uhr **Mit Energie im Web 2.0**

- Web 2.0 aus Unternehmenssicht
- Social Media Management – Analyse vs. Marketing
- Szenarien, Maßnahmen und Unterstützung durch Softwarewerkzeuge

*Jens Martin, Projektleiter CRM und Neue Medien,
EnBW*

11.00 Uhr **Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung**

11.30 Uhr **Monitoring the Business – Beobachtung und Analyse der Webciety**

- Markt- und Wettbewerbsmonitoring
- Kostenreduktion durch automatisierte Auswertungen
- Workflow-Einbindung

*Wolf-Dietrich Gebauer, Director Market Research and
Market Intelligence, Siemens SIS*

12.00 Uhr **Web 2.0 Monitoring und Analyse in verschiedenen Unternehmensbereichen**

- Ausgangspunkt, Zielsetzung und Vorgehen in der Unternehmenskommunikation, Brand Communication, in verschiedenen Produktbereichen und Marktforschung
- Methoden und Technologien
- Weitere Entwicklungen und Einsatzszenarien

*Maximilian Splittgerber, Leiter Communications
Strategy & News Management, Daimler AG
Prof. Dr. Peter Gentsch, CEO, Business Intelligence
Group GmbH*

12.45 Uhr **Mittagspause und Besuch der Fachausstellung**

PROGRAMM

MITTWOCH, 10. NOVEMBER 2010
NACHMITTAGS

SOCIAL MEDIA MONITORING UND
WEB INTELLIGENCE

14.00 Uhr **Krisenkommunikation: Realtime-Erkennung und Bewertung unternehmensrelevanter Nachrichten aus dem Internet**

- Neuigkeiten im hierarchiefreien Social Web vs. traditionelle Nachrichtenagenturen und Medien
- Lösungen, um Unternehmen Sicherheit zu geben, aufgezeigt an einem Beispiel aus der Pharma-Industrie

Prof. Dr. Wolfgang Stock, Geschäftsführender Gesellschafter, Convinct GmbH

14.45 Uhr **Semantische Webanalysen zur Risikobeurteilung**

- Relevanz von Webinformationen im Versicherungsumfeld
- Wissensextraktion: Methoden und Vorgehensweisen aufgezeigt am Beispiel der Nanotechnologie

Dr. Gerhard Schmid, Riskmanager, Munich RE und Managing Director, Munich RE/Munich Eco-consult

15.30 Uhr **Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung**

16.00 Uhr **Innovation durch User – der Bombardier YouRail Designcontest**

- Beweggründe für ein Crowdsourcingprojekt
- Monitoring der viralen Verbreitung sowie der Diskussionsschwerpunkte aus den Kommentaren und Beiträgen
- Nutzung von Social Media zur Begleitung der Messe InnoTrans 2010

Martin Ertl, Chief Innovation Officer, Bombardier Transportation
Johannes Gebauer, Projektleiter, HYVE Innovation Community GmbH

16.30 Uhr **Unterstützung der Wettbewerbsanalyse durch Webmining**

- Ist Automatisierung von Informationssuche, -filterung und -aufbereitung möglich?
- Werkzeuge für den praktischen Einsatz
- Erfahrungen und Best-Practice-Beispiele
- Grenzen des Webminings

Markus Ott, Leiter Global Market Evaluation, Festo AG & Co. KG

17.00 Uhr **Get Together**

FpF

Verein zur Förderung
produktionstechnischer Forschung e.V., Stuttgart

TAGUNGSORT | Institutszentrum Stuttgart der
Fraunhofer-Gesellschaft (IZS), Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart,
Hörsaal A und B.

INFORMATIONEN

Monica Schaller
Telefon +49 711 970-5120, Fax -5111
ebusinessstage@iao.fraunhofer.de
www.stuttgarter-ebusiness-tage.de

VERANSTALTER | Verein zur Förderung produktions-
technischer Forschung e.V., Stuttgart und Fraunhofer IAO,
Stuttgart

VERANSTALTUNGSORGANISATION | Fraunhofer IAO,
Tagungsbüro, Tanja Vartanian, Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart
Telefon +49 711 970-2188, Fax -2157
tagungsbuero@iao.fraunhofer.de

ANMELDUNG | Die Anmeldung erfolgt anhand der
beiliegenden Karte oder im Internet unter folgender Adresse:
www.stuttgarter-ebusiness-tage.de

TEILNAHMEGEBÜHR | Die Teilnahmegebühr für die Veran-
staltung beträgt 395 € pro Tag, die Teilnahme an beiden Veran-
staltungstagen kostet 695 €. In der Gebühr enthalten sind
die Teilnahme an den Vorträgen, Tagungsunterlagen, das Mittag-
essen sowie die Erfrischungen während der Pausen.

*Zusätzlich erhält jeder Teilnehmer ein Exemplar der Marktstudie »Social
Media Monitoring Tools« im Wert von 95 €.*

FRÜHBUCHERRABATT | Bei einer Anmeldung bis zum
01. Oktober 2010 wird ein Frühbucherrabatt von 50 € pro Veran-
staltungstag gewährt.

ANMELDESCHLUSS | 05. November 2010

UMSCHREIBUNG DER ANMELDUNG | Die Umschrei-
bung der Anmeldung auf einen anderen Teilnehmer ist mitzutei-
len und jederzeit kostenlos möglich.

ABMELDUNG | Bei Abmeldungen bis zum 22. Oktober 2010
werden 75 € berechnet. Bei späteren Abmeldungen wird die volle
Teilnahmegebühr berechnet.

ANFAHRT | Eine Anfahrtsskizze, weitere organisatorische Details sowie die Rechnungsstellung erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung. Eine elektronische Anfahrtsskizze erhalten Sie auch im Internet unter www.iao.fraunhofer.de/lang-de/ueber-uns/adresse-und-anfahrt.html.

ZIMMERVERMITTLUNG | Sollten Sie für Ihren Aufenthalt in Stuttgart ein Hotelzimmer benötigen, wenden Sie sich mit dem Stichwort »Fraunhofer« an eine der folgenden Adressen:

Relexa Waldhotel Schatten
Magstadter Straße 2-4, 70569 Stuttgart
Telefon +49 711 6867-0, Fax -999
stuttgart@relexa-hotel.de, www.relexa-hotels.de

oder wenden Sie sich an:

Stuttgart Marketing GmbH
Touristik-Information und Service
Lautenschlagerstraße 3
70173 Stuttgart
Telefon +49 711 2228-0, Fax -270
www.stuttgart-tourist.de

**ANMELDUNG PER POST ODER
FAX +49 711 970-2157**

an den
Verein zur Förderung produktions-
technischer Forschung e.V.
c/o Fraunhofer IAO,
Tagungsbüro, Tanja Vartanian
Nobelstraße 12
70569 Stuttgart

RECHNUNGSADRESSE

Name, Vorname

Firma

Postfach, Straße

Postleitzahl, Ort

Hiermit melde ich mich verbindlich zum Anwenderforum

- »Web-basierte Lösungen zur Kundenansprache und Informationsgewinnung«** am 09. November 2010
- »Social Media Monitoring und Web Intelligence«** am 10. November 2010 in Stuttgart an.
- Ich werde am **Get-Together** am 09. November ab 16.45 Uhr teilnehmen.

HINWEIS | Gemäß dem Bundesdatenschutzgesetz unterrichten wir Sie über die Speicherung Ihrer Anschrift in einer Datei und die Bearbeitung mit automatischen Verfahren. Die im Programm bekannt gegebenen Bedingungen der Anmeldung und Abmeldung habe ich zur Kenntnis genommen.

Name, Vorname

Titel

Firma

Abteilung

Postfach, Straße

Postleitzahl, Ort

Telefon, Fax

E-Mail

Ort, Datum, Unterschrift