

Intranet Strategietage 2010



Praxis-Seminare für Intranet-Verantwortliche

22. und 23. Juni 2010, Marriott Hotel, Zürich

- Intranet-Strategie und -Management
- Redaktionsprozesse und Content-Qualität
- Intranet-Usability und User Experience
- Intranet 2.0: Social Media im Intranet

Die Seminarleiter und Seminarleiterin



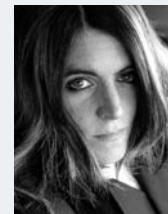
Stephan Schillerwein
Infocentric Research



Saim Alkan
aexea



Dr. Daniel Felix
ergonomie & technologie



Leila Summa
Migros

www.ecm-world.ch/strategietage

Initiative



Sponsor



Veranstalter



Intranet Strategietage 2010

Dienstag, 22. Juni 2010, Vormittag

Seminarteil 1

Intranet-Strategie und -Management



Leitung
Stephan Schillerwein
Head of Research
Infocentric Research AG

Stephan Schillerwein führt bei der Infocentric Research AG praxisnahe Forschungsprojekte zur Optimierung von Intranets und anderen internen Informations- und Kommunikationsmedien durch. Er ist seit mehr als 10 Jahren sowohl als Berater als auch als Intranet Manager in diesem Fachbereich tätig. Vor seiner aktuellen Tätigkeit leitete er die Schillerwein Net Consulting GmbH und war verantwortlich für das Europageschäft des Intranet Benchmarking Forums.

Trotz jahrelangem Bestehens und entsprechender Investition kommen viele Intranets über einen bestimmten Reifegrad nicht hinaus. Ihr Beitrag zum Unternehmenserfolg ist dadurch begrenzt und die strategische Bedeutung als Medium häufig eher unbekannt. Dementsprechend kämpfen die Intranet-Verantwortlichen mit zu kleinen Budgets, mangelnder Aufmerksamkeit im Management und wenig Anerkennung in den Fachbereichen und bei den Mitarbeitern.

Dieser Seminarteil hilft dabei, eine strategische Positionierung des Intranets als universelle Arbeits-, Kommunikations- und Produktivitätsplattform für das Unternehmen zu entwickeln.

Key-Learnings

- Vernachlässigte Erfolgsfaktoren für Intranets und ihre strategische Bedeutung
- Organisatorische Voraussetzungen für ein effektives Intranet Management
- Die Bedeutung des Stakeholder-Managements für Akzeptanz des Intranets
- Die Rolle des Intranet-Verantwortlichen
- Konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter und des Unternehmens

09.00 Strategisches Intranet Management

- Ausgangslage und Treiber
- Vorgehensweise
- Inhalte einer Intranet Strategie

10.00 Die Rolle des Intranet Managers

- Kontinuierliches Verbesserungsprogramm statt Tagesgeschäft
- Betreuung der Stakeholder
- Unterwegs als Business Enabler

10.30 Kaffeepause

10.45 Die zukünftige Rolle des Intranets als universelles Arbeitsmittel

- Ein neues Bild vom Intranet ins Unternehmen bringen

11.15 Steuerung durch klare Ziele und Governance

- Performance definieren und messen
- Überlegungen zur Wirtschaftlichkeit
- Das Schiff per Governance auf Kurs halten

12.30 Gemeinsames Mittagessen

Dienstag, 22. Juni 2010, Nachmittag

Seminarteil 2

Redaktionsprozesse und Content-Qualität



Leitung
Saim Alkan
Geschäftsführer
aexea GmbH

Saim Alkan berät Unternehmen wie Daimler, WestLB oder Vattenfall hinsichtlich ihrer Internet- und Intranet-Aktivitäten, der Organisation von Redaktionen sowie Usability-Fragen. Seit 1998 schult er Online-Redakteure. Als Fachautor veröffentlichte er bislang vier Bücher. Aktuelle Entwicklungen zum Thema Online-Text dokumentiert und kommentiert er in seinem Weblog text-gold.de. Halbjährlich publiziert er die Content-Studie.

Der Intranetverantwortliche steht aktuell im Spannungsfeld zwischen den Stakeholdern im Unternehmen. Die Erwartungen sind hoch und nur selten werden die Möglichkeiten umfassend genutzt. Dabei liegen bei Content und Redaktion noch ungenutzte Potenziale.

Dieser Seminarteil zeigt die Chancen auf und diskutiert Wege zur Erschließung der Potenziale. Dabei stehen die Praxisrelevanz und Anwendbarkeit im Mittelpunkt.

Key-Learnings

- Qualität von Online-Texten im Intranet zur Erfüllung der Leserbedürfnisse
- Umsetzbare Möglichkeiten, das Intranet ohne Investitionen in Technik und Design zu verbessern
- Tipps und praxisnahe Richtlinien für gute Inhalte im Intranet
- Organisation und Prozesse der Intranet-Autoren
- Instrumente des Redaktions-Managements

13.30 Der Intranet-Verantwortliche in neuer Verantwortung

- Das Spannungsdreieck der Stakeholder

14.30 Die Struktur guter Online-Texte (Teil 1)

- Leserbedürfnisse erfüllen mit dem 7W-Modell
- So lesen wir am Monitor
- Jetzt gilt's: So schreiben Sie im Intranet
- Modularisieren – so wird's kürzer

15.00 Kaffeepause

15.15 Die Struktur guter Online-Texte (Teil 2)

- Lesehilfen für gestresste Augen
- Kleine Stillkunde
- Die Suche, das unbekannte Wesen
- Best-Practice und Worst-Case

16.30 Online Redaktionsmanagement

- Know-how und Motivation als Erfolgsfaktoren
- Defizite in der Redakteurs-Ausbildung
- Der Schreibprozess – so wird's besser
- Qualität in der Online-Redaktion
- Die Instrumente des Redaktions-Managements in Unternehmen

17.30 Ende des ersten Strategietages

Mittwoch, 23. Juni 2010, Vormittag

Seminarteil 3

Intranet-Usability und User Experience



Leitung
Dr. Daniel Felix
Managing Director
ergonomie & technologie (e&t) GmbH

Dr. Daniel Felix ist Inhaber und Geschäftsführer der ergonomie & technologie (e&t) GmbH. Seit über 20 Jahren berät er Firmen bei der Entwicklung interaktiver Produkte, so auch von Intranetlösungen. Daneben ist er Dozent an verschiedenen Fachhochschulen, wo er das Thema Interaktion zwischen Mensch und Technik lehrt.

Im Fokus jedes Produktes stehen der Benutzer und seine Aufgaben. Das ist bei einem Intranet nicht anders als bei einem Mobiltelefon oder einer Waschmaschine. Dabei sind die Anforderungen an die leichte und effiziente Bedienbarkeit eines Intranets besonders hoch, denn ein Intranet muss die Tätigkeiten der einzelnen Mitarbeitenden so unterstützen, dass es zu einem nützlichen Arbeitsinstrument wird und damit die Erwartungen des Unternehmens erfüllt werden können. Der Entwicklungsprozess des „User Centred Design“ nach ISO 13 407 ist dabei der Schlüssel zu erfolgreichen Projekten: Bedürfnisse des Unternehmens wie auch der Mitarbeitenden müssen bekannt sein, um ein erfolgreiches Intranet aufbauen und betreiben zu können.

Dieser Seminarteil zeigt auf, wie diese Schlüsselpunkte berücksichtigt werden und welche Methoden dazu zur Verfügung stehen. Den Teilnehmern wird das Wissen an die Hand gegeben, um situativ die richtigen Entscheidungen im Weiterentwicklungsprozess eines Intranets hinsichtlich einer guten Usability zu treffen.

Key-Learnings

- Besonderheiten des Intranet im Bezug auf Usability
- User Centred Design als Entwicklungsleitlinie
- Vorgehensmodelle bei der Entwicklung von Intranetlösungen
- Vom Bedürfnis zur Lösung: Schritte und Werkzeuge zur Sicherstellung eines bedienungsfreundlichen Intranets

09.00 **Sonderfall Intranet?**

09.30 **User Centred Design nach ISO 13 407**

- Benutzer- und Tätigkeitsanalyse
- Prototyping
- Evaluation

10.30 Kaffeepause

10.45 **Requirements**

- Von Anforderungen zu Lösungen
- Stakeholder und Personas

11.00 **Informationsarchitektur**

11.30 **Fallstudien**

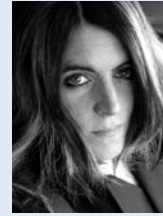
12.00 **Fragen und Diskussion**

12.30 Gemeinsames Mittagessen

Mittwoch, 23. Juni 2010, Nachmittag

Seminarteil 4

Intranet 2.0: Social Media im Intranet



Leitung
Leila Summa
Director Social Media
Migros

Leila Summa ist Director Social Media bei Migros. Sie setzt auf einen partizipativen Ansatz und entwickelt strategische Konzepte für die integrierte Unternehmenskommunikation von Morgen. Ihr Schwerpunkt liegt in der Etablierung von Social Media zur Unterstützung der Kommunikations- und der Geschäftsstrategie.

Blogs, Wikis, Podcasts und Co. haben mittlerweile in einigen Unternehmen Einzug gehalten – doch frisch losgeblogged ist (nicht immer) halb gewonnen. Dieser Seminarteil geht der Frage nach, welche Potentiale sich beim Einsatz von Social Media ergeben und was die kritischen Erfolgsfaktoren sind. Ein offener Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmenden erlaubt eine gemeinsame Ableitung, welche Vorgehensweisen zur Etablierung von Online-Dialog und -Kollaboration besonders erfolgsversprechend sind und was eher vermieden werden sollte.

Key-Learnings

- Möglichkeiten von Social Media zur Unterstützung der internen Unternehmenskommunikation
- Gegenseitiger Erfahrungsaustausch: Best Practices
- Kritische Erfolgsfaktoren für die Etablierung von Social Media
- Social-Media-Reifegrad des eigenen Unternehmens
- Erkennen von Optimierungspotentialen und -massnahmen

13.30 **Social Media – Einführung**

- Gemeinsames Verständnis des Konzeptes von Social Media
- Sinnvolle und etablierte Social Media-Tools im internen Umfeld
- Mannigfaltige Einsatzzwecke von Social Media

14.30 **Strategie und Ziele von Social Media**

- Wichtigkeit der strategischen Einbettung von Social Media
- Social Media als Unterstützung der Unternehmens- und Kommunikationsziele
- Organisatorische Rahmenbedingungen basierend auf dem SPOTS-Approach

15.00 Kaffeepause

15.15 **Erfahrungsaustausch: Best Practices**

- Anwendungsfälle aus dem eigenen Unternehmen
- Erfahrungsberichte: Erfolgsfaktoren und Hürden

16.30 **Social-Media-Reifegrad**

- Reifegradmodell Social Media
- Selbstreflexion: Social-Media-Reifegrad des eigenen Unternehmens
- Erkennen von Optimierungspotentialen und -massnahmen

17.30 Ende des zweiten Strategietages

Änderungen am Programm sind vorbehalten.



Termine

22. Juni 2010
09.00 - 12.30 **Intranet-Strategie und -Management**
13.30 - 17.30 **Redaktionsprozesse und Content-Qualität**

23. Juni 2010
09.00 - 12.30 **Intranet-Usability und User Experience**
13.30 - 17.30 **Intranet 2.0: Social Media im Intranet**

Veranstaltungsort

Zürich Marriott Hotel
Neumühlequai 42
8001 Zürich
Telefon: 41 44 360 7070

Teilnahmeleistungen

- Besuch der gewählten Seminaranteile
- Unterlagen der gewählten Seminaranteile
- Teilnahme-Zertifikat
- Mittagessen vor oder nach den gewählten Seminaranteilen
- Kaffeepausen während der gewählten Seminaranteile
- Gutschein über 300,- SFr für die vergünstigte Teilnahme am Swiss Intranet SUMMIT 2010

Teilnahmekosten

Intranet Praxistage (beinhaltet alle vier Seminaranteile)
1.990,- SFr

Einzelne Seminaranteile der Intranet Praxistage

1 Seminaranteil	790,- SFr
2 Seminaranteile	1.290,- SFr
3 Seminaranteile	1.690,- SFr

Die Buchung einzelner Seminaranteile ist möglich. Bei Buchung mehrerer Seminaranteile vergünstigt sich der Teilnahmepreis. Bei häufiger Einzelbuchung auf einen bestimmten Seminaranteil kann die Möglichkeit der Einzelbuchung auf diesen Seminaranteil zugunsten von Gesamtbuchungen limitiert werden.

Die Teilnehmerzahl pro Seminaranteil ist auf 16 Personen begrenzt.

Weitere Informationen und Anmeldung unter

www.ecm-world.ch/strategietage

Weitere Konferenzen der ECM WORLD

Enterprise 2.0 SUMMIT

27. – 28. Oktober 2010, Frankfurt a. Main, Deutschland
The Enterprise 2.0 SUMMIT is a gathering of European experts and practitioners discussing technology trends and adoption topics on Enterprise 2.0.
www.e20summit.com

Swiss Intranet SUMMIT 2010

06. – 07. Oktober 2010, Zürich Marriott Hotel, Schweiz
Als Jahresveranstaltung zum Thema Intranet-Management richtet sich der Swiss Intranet SUMMIT an Intranet-Verantwortliche und behandelt aktuelle Trends und Innovationsthemen für die Entwicklung und Optimierung der Strategien und Organisation von Intranets. Vom Informations- zum Kollaborations-Intranet ist das Leitthema des Swiss Intranet SUMMIT 2010.
www.intranet-summit.ch