

1. Record Nr.	UNINA9910483965903321
Titolo	Enterprise Social Networks : Erfolgsfaktoren für die Einführung und Nutzung - Grundlagen, Praxislösungen, Fallbeispiele // herausgegeben von Alexander Rossmann, Gerald Stei, Markus Besch
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2016
ISBN	3-658-12652-3
Edizione	[1st ed. 2016.]
Descrizione fisica	1 online resource (XXI, 312 S.)
Disciplina	658.8
Soggetti	Marketing Management information systems Business Information Systems
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references at the end of each chapters and index.
Nota di contenuto	Theoretische Grundkonzepte für die Nutzung von ESN in Unternehmen -- Erkenntnisse zur Einführungsphase von ESN -- Management kultureller und prozessualer Veränderungen bei der Einführung von ESN -- Wirkungseffekte aus der Nutzung von ESN, relevante Zielkonstrukte und Kausalmodelle für ESN -- Analyse neuer Konzepte für die Erfolgsmessung von ESN -- Rechtliche Grundfragen und Datenschutz für die Nutzung von ESN -- Fallbeispiele für die Anwendung von ESN in Unternehmen.
Sommario/riassunto	Der Herausgeberband beschreibt, wie Unternehmen mit der Einführung von Enterprise Social Networks (ESN) die Weichen für die digitale Transformation stellen. Durch die Nutzung dieser Plattformen werden die Informationsflut eingedämmt, die interne Kommunikation entscheidend verbessert und zugleich organisationale Silos aufgelöst. Typische Herausforderungen aus der Unternehmenspraxis dienen zur Veranschaulichung von innovativen Lösungsansätzen und Best Practices. Die Autoren zeigen, wie geringe Nutzungsgrade, mangelnde Einbindung in Geschäftsprozesse sowie unklare Wirkungszusammenhänge überwunden und die Softwarelösungen zur vollen Entfaltung gebracht werden. Aus dem Inhalt • Grundkonzepte

für die Nutzung von ESN • Erfolgsfaktoren für die Einführung von ESN • Management kultureller und prozessualer Veränderungen • Konzepte für die Erfolgsmessung von ESN • Perspektiven für die Weiterentwicklung von ESN • Governancemodelle für ESN • Rechtliche Grundfragen und Datenschutz-Aspekte • Fallbeispiele erfolgreicher ESN-Anwendungen Die Herausgeber Dr. Alexander Rossmann ist Professor an der Hochschule Reutlingen sowie Research Associate am Institut für Marketing der Universität St. Gallen. Gerald Stei forscht als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Hochschule Reutlingen und am Herman Hollerith Zentrum in Böblingen. Er untersucht die Erfolgsfaktoren für den Einsatz von Enterprise Social Networks. Markus Besch ist Vorstand der IT Advantage AG und Begründer des Social Media Institute mit Hauptniederlassungen in Nürtingen (Stuttgart) und München.
