

# IT I PRAKSIS<sup>®</sup> 2008

## WEB 2.0 GIVER NYE MULIGHEDER FOR INTERNT SAMARBEJDE OG INVOLVERING AF EKSTERNE INTERESSETER

Frontløbere som Wikipedia, YouTube og Facebook har med deres succesfulde forretningsmodeller skabt stor opmærksomhed om potentialerne i at nytænke virksomhedens anvendelse af webteknologier, som fx wikis, blogs, mashups, podcasts og RSS. Nu rejser spørgsmålet sig: Hvor i vores forretningsmodel og værdikæde kan disse nye teknologiske muligheder skabe værdi?

*IT i praksis<sup>®</sup>* viser, at en femtedel af virksomhederne har taget wikis og blogs i brug internt, og at få virksomheder også så småt er begyndt at anvende dem eksternt. Samtidig har de første virksomheder set forretningsmæssige resultater af implementeringen af teknologierne. Internationale undersøgelser konkluderer desuden, at virksomhederne generelt er tilfredse med de investeringer, de har foretaget i web 2.0.

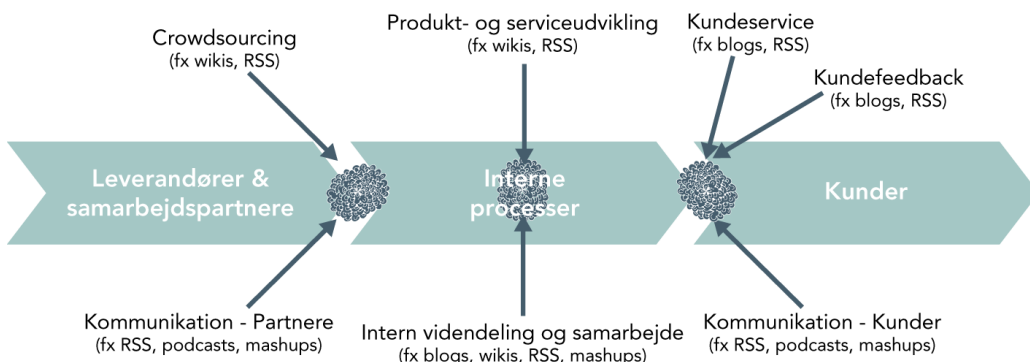
Der findes ingen eller i bedste fald meget få best practices for forretningsudvikling og implementering af mulighederne i web 2.0, og de virksomheder, der er i gang, har valgt mange forskellige tilgange, der hver især afhænger meget af den kontekst, de konkret anvendes i. Det er centralt, at virksomheden tager afsæt i sin egen forretningsmodel og værdikæde, når mulighederne skal afsøges og udvikles. Man kan søge inspiration i egen og andre brancher, men det er næppe et område, hvor den store effekt vil vise sig ved blot at kopiere andre.

Første skridt handler om at se på, hvor det i virksomheden er mest oplagt at starte, fx med en viden om, hvilke delprocesser i virksomheden man særligt gerne vil styrke og udvikle. Web 2.0-værktøjskassen er stærk til at styrke det interne samarbejde og videndelingen i virksomheden samt til involvering af eksterne interessenter som kunder, partnere og leverandører. Det er derfor oplagt at se på de interne processer samt på snitfladerne i begge ender af værdikæden.



**KONTAKT**  
**Steen Christensen**  
[stec@r-m.com](mailto:stec@r-m.com)

**Potentialet i web 2.0 skal findes i virksomhedens individuelle kontekst**



Produkt- og serviceudviklingen er et område, der kan styrkes med web 2.0-teknologier. Både den interne videndeling, idéudvikling og -kvalificering samt involvering af kunderne i det samme arbejde. Her vil en teknologi som wikis, der giver medarbejdere og samarbejdspartnere enkel mulighed for kollektiv editering eller diskussion, være særligt oplagt.

Et andet oplagt område er kommunikation og informationsudveksling med kunder, leverandører og samarbejdspartnere. I forhold til kunderne drejer det sig både om kommunikation i bred forstand, fx omkring produkter og services, samt mere specifikt, fx kundefeedback eller kundeservice. Her vil web 2.0-teknologier i bred forstand som RSS og podcasts eller mashups være oplagte til den generelle kommunikation, mens særligt blogs, der fungerer som en online-dagbog eller journal, være oplagt til kundefeedback og kundeservice.

Web 2.0-teknologierne er gode til at styrke interaktion og kan give en større dialog og intimitet med kunderne. Dette er i modsætning til tidligere medier, som fx en almindelig hjemmeside eller en e-mail, der i højere grad har fokus på at levere information til kunderne og i mindre grad involvere dem. Alle virksomheder kan styrke konkurrenceevnen ved at komme mere under huden på deres kunder. Samtidig oplever virksomhederne at få inspiration udefra og fra andre brancher, som man aldrig tidligere har forestillet sig.

Ud over samarbejde og involvering kan teknologierne hjælpe med at nedbryde barrierer og skyde genvej på tværs af strukturer, hierarkier og funktionelle siloer. Teknologierne muliggør kommunikation og transport af information på kryds og tværs af virksomheden meget hurtigere og mere effektivt end den formelle organisation. Særligt i større virksomheder, hvor organisationens størrelse begrænser mulighederne for at informere og videndele uformelt, vil dette give værdifulde muligheder.

Implementeringen og adaptionen af web 2.0-teknologierne vil ofte være lettere, end virksomhederne er vant til. Initiativet kommer i mange virksomheder fra græsrodderne, fx produktudviklingen eller kundesupporten, hvor ildsjæle løber forrest og ofte uden, at ledelsen eller de normale projektsponsorer og -ejere overhovedet ved, at processen er i fuld gang. Teknologierne er lettilgængelige – en mindre gruppe medarbejdere kan bare gå i gang, indhente deres egne erfaringer og se, hvad der sker. Så kan man senere føre initiativet videre, når der skal tilføres yderligere investeringer og ressourcer. Ledelsens rolle skal her være at give rum, støtte og de indledende ressourcer, der er nødvendige.

Implementeringen og adaptionen vil ændre sig fundamentalt, hvis initiativet drives traditionelt top-down. Dette vil kunne give de samme fordele, men vil i langt højere grad kræve, at ledelsen selv går foran og viser vejen i anvendelsen af de nye teknologier.

Web 2.0-initiativet skal have frihedsgrader. Det vil være meget svært og måske endda destruktivt at udarbejde en traditionel business case for implementeringen. Et web 2.0-initiativ vil, i det mindste i øjeblikket, være innovativt af natur, ikke-standardiseret og skræddersyet til virksomhedens unikke kontekst. Det vil desuden skulle implementeres uden en kendt best practice. Det er derfor centralt, at initiativerne får de rigtige rammer.

Analysér og beslut, hvilke dele af værdikæden der særligt kan styrkes med web 2.0-teknologierne. Led først efter potentialer i det interne samarbejde og i videndelingen samt i involveringen af de eksterne interessenter. Overvej at starte implementeringen hos græsrodderne og ildsjælene. Giv initiativerne de rette rammer.

---

*IT i praksis*<sup>®</sup> dokumenterer hvert år udviklingen inden for forretningsmæssig anvendelse af digitale teknologier i de største danske virksomheder. *IT i praksis*<sup>®</sup> bidrager til mere oplyste og kvalificerede it-strategiske beslutninger og anvendes i det daglige arbejde af både it- og topledere.

Temaerne i *IT i praksis*<sup>®</sup> omfatter digital forretningsudvikling, strategi, kompetencer, organisering, investeringer og teknologi. *IT i praksis*<sup>®</sup> har eksisteret siden 1996 og er et samarbejde mellem Rambøll Management Consulting og DANSK IT.