



Autor: Dr. Malthe Wolf / Dr. Thomas Liehr (TNS infratest)

Datum: 20.9.2013

IDEEN - VORLAGE

<p>Titel der Idee (Schlagwort)</p>	<p>Schlagwort: ‚Pissed-Off-Monitoring‘ oder Social Media Monitoring als Impulsgeber für Innovation und Entwicklung Zitat: „Pissed-Off People Drive Innovation“ (Tom Peters; Management-Guru, Ex- McKinsey; Co-Autor von ‘In Search of Excellence’)</p>
<p>Kurze Beschreibung</p>	<p>Idee: Social Media Monitoring als Impulsgeber für (IKT-)Wünsche, Innovationsideen und Frustrationen zu verwenden Frustrationen, Ärgernisse, Wünsche, spontane Einfälle oder aus der Verwendungssituation geborene Ideen und andere Innovations-relevante ‚O-Töne‘ werden heutzutage öffentlich und für jeden einsehbar (!) im Web 2.0 abgelegt (Social Communities, Blogs, (private) Fanpages, Twitter, Youtube... → UGC im weitesten Sinne). Diesen Content strukturiert für Innovationsimpulse / professionelle Innovationsprozesse zugänglich zu machen stellt eine große Herausforderung dar. Viele Player sind auf diesem Feld noch ‚suchend‘ aktiv – aber bisher ist kein umfassend und (wirtschaftlich/automatisiert) zuverlässig funktionierendes System dazu bekannt.</p>
<p>Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)</p>	<p>“Breakfast-Workshop” oder alternativ “After-Work-Discussion” Format: 10-30 Teilnehmer; 2-3 Impulsredner (aus Teilnehmerkreis als auch gezielt zum Thema eingeladen) Zeitdauer: 2,5h + informelles Networking; 9.30 – 12.00 + Mittags-Snack / 17.30 – 20.00+ Fingerfood/Drinks)</p>
<p>Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)</p>	<p>Räumlichkeiten & Catering (durch TNS Infratest gestellt) Geladene Redner (ggf. Aufwandsentschädigung, Spesen)</p>
<p>Ziel: „Was will der MK erreichen?“</p>	<p>Der MK positioniert sich damit als ‚Treiber‘ dieses innovativen Themas mit hoher Relevanz für die IKT-getriebene Zukunftsfähigkeit von Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Damit wird er seinem Anspruch gerecht, den Mitgliedern des MK eines der zentralen Handlungsfeldern zukünftiger Forschung und Entwicklung frühzeitig zugänglich zu machen. Damit knüpft das Thema an mindestens zwei Veranstaltungen des MK nahtlos an: Personal Communications Wie soziale Netzwerke und neue Technologien die interpersonelle Kommunikation in Unternehmen revolutionieren (10.10.2012); sowie: Big Data wird neues Wissen (24.05.2012)</p>
<p>Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“</p>	<p>Forschungsleiter; Innovationsmanager; Business Development Verantwortliche; Manager Social Media; (Branchen-übergreifend)</p>
<p>Dauer</p>	<p>Einmalige Veranstaltung; 2,5h + Networking</p>
<p>Bevorzugte Zeitplanung (warum?)</p>	<p>Q1 2014 (generell offen)</p>