

LESEPROBE



Dr. Gero Presser

BUSINESS TO BUSINESS PORTALE IN DER PRAXIS

**Planung und Umsetzung
von Kunden- und Partnerportalen**

2. Auflage

**UNITED PLANET
BOOKS**

Inhaltsverzeichnis

1 Vorwort 7

2 Einleitung..... 8

3 Was ist ein Business-to-Business-Portal?..... 10

3.1 Wieso, weshalb, warum? 10

3.2 Portale und ihre Bedeutung 11

3.3 Internet, Intranet, Extranet 14

3.4 B2B-Portale 15

3.5 Besonderheiten von B2B-Portalen..... 17

3.6 Beispiele für B2B-Portale..... 18

3.7 B2B-Portale für den Mittelstand..... 20

3.8 Nutzen und Vorteile eines B2B-Portals 21

3.9 Return on Invest 26

3.10 Strategisches Unternehmensziel 30

4 B2B-Portale in der Praxis..... 31

4.1 Verbesserung von Kommunikation und Prozessen durch das B2B-Portal der Gottwald Port Technology GmbH. . . . 31

4.2 Das Kundenportal der AVU..... 35

4.3 Anbindung von Franchisenehmern mit dem Portal der STREIF GmbH 37

4.4	Produktkonfiguration per Internet mit dem Portal von RUD Ketten	39
5	Was beinhaltet ein B2B-Portal?	42
5.1	Portalseiten und Portlets	42
5.2	Workflows und Benachrichtigungen.	45
5.3	Anwendungen in einem B2B-Portal	47
5.4	Klasse 1: Zugriff auf Informationen.	49
5.4.1	<i>Steuerung von Informationsflüssen (News)</i>	49
5.4.2	<i>Organisation von Dokumenten und Dateien</i>	52
5.4.3	<i>Organisation strukturierter Daten</i>	54
5.4.4	<i>WIKI</i>	57
5.4.5	<i>Kontrollierter Zugriff auf Systeme</i>	59
5.5	Klasse 2: Einfache Workflows.	61
5.5.1	<i>Anmeldungen zu Veranstaltungen</i>	61
5.5.2	<i>Anträge</i>	62
5.5.3	<i>Bestätigungen</i>	64
5.5.4	<i>Umfragen</i>	65
5.5.5	<i>Abonnements</i>	66
5.5.6	<i>Self-Service/Datenauskünfte</i>	67
5.6	Klasse 3: Komplexe Workflows	69
5.6.1	<i>Online-Shops</i>	70
5.6.2	<i>Anbindung des ERP-Systems</i>	73
5.6.3	<i>Innovations- und Verbesserungsprozesse</i>	75
5.6.4	<i>Web-to-Print</i>	76
5.6.5	<i>Bild- und Mediendatenbank</i>	77
5.6.6	<i>Projektsteuerung</i>	79
5.6.7	<i>Support-Portal/Helpdesk</i>	80
5.6.8	<i>Wettbewerberbeobachtung</i>	82
5.6.9	<i>Kundendaten, Kundenschutz</i>	83
5.6.10	<i>Kunden- und Partnerbindung</i>	83

		1
		2
5.6.11	Community	85
5.6.12	E-Learning (Online-Trainings etc.)	88
5.6.13	Produktkonfiguration	89
5.6.14	Login und Benutzermanagement	92
5.7	Individuelle Einzelapplikationen	94
6	Tipps und Tricks aus der Praxis	96
6.1	Technische Herausforderungen	96
6.1.1	Flexibilität: Alles bleibt anders.	96
6.1.2	Systemintegration und -anbindung	97
6.1.3	Benutzermanagement.	100
6.1.4	Mehrsprachigkeit	101
6.1.5	Die Technologie entwickelt sich weiter.	102
6.1.6	Nutzen Sie eine Portalsoftware.	103
6.2	Sonstige Anforderungen.	104
6.2.1	Corporate Identity.	104
6.2.2	Benutzerführung.	105
6.2.3	Mindestkonfiguration	106
6.2.4	Berechtigungen	107
6.2.5	Mobile Endgeräte	109
6.3	Ein realistisches Vorgehensmodell	111
6.3.1	Wasserfall versus Spiralmodell.	111
6.3.2	Klein anfangen, bedarfsgerecht wachsen.	114
6.3.3	Denken Sie an morgen, mehr nicht	114
6.3.4	Der Umgang mit Ambitionen	115
6.4	Zielorientiertes Handeln	115
6.4.1	Gesunder Pragmatismus	115
6.4.2	„Das war schon immer so ...“	117
6.4.3	Entscheidung siegt.	117
6.4.4	Akzeptieren Sie Fehler	118
6.4.5	Dinge bleiben liegen.	118

6.5	Die Rolle der Benutzer	119
6.5.1	<i>Sprechen Sie mit den Betroffenen</i>	119
6.5.2	<i>Messen und bewerten Sie</i>	120
6.5.3	<i>Die Bedeutung weicher Faktoren</i>	121
6.5.4	<i>Nutzen für den Nutzer</i>	122
7	Workshop	124
7.1	Ausgangssituation	124
7.2	Die Portalsoftware Intrexx	127
7.3	Anlegen eines Portals	128
7.4	Einrichten des Layouts	131
7.5	Benutzermanagement	135
7.6	Anlegen von einfachen Applikationen	137
7.7	Komplexe Applikationen	144
7.8	Prozesse und Workflows	152
7.9	Schnittstellen/WebServices	153
7.10	Bereitstellung für mobile Endgeräte	156
7.11	Integration eines Berichts	158
7.12	Ausblick	160
8	Schlussbemerkungen	162
9	Abbildungsverzeichnis	164

Die Kommunikation mit Kunden und Partnern erfolgt in vielen Unternehmen und Organisationen unstrukturiert und über unterschiedliche Kanäle wie Telefon, Fax und E-Mail. Eine Folge davon sind wenig effiziente Prozesse, hohe Kosten und unzureichende Transparenz. Mitarbeiter sind stark durch Routinetätigkeiten belastet und verwenden immer noch veraltete und zeitaufwändige Werkzeuge zur Organisation der eigenen Arbeit.

Ein Business-to-Business-Portal optimiert diese Prozesse: Routinetätigkeiten können (teil-)automatisiert werden, das Portal steht als Schnittstelle zum Unternehmen über das Internet weltweit rund um die Uhr zur Verfügung. Die Mitarbeiter können sich dadurch stärker auf wesentliche Tätigkeiten konzentrieren, wodurch sich die Betreuungsqualität und damit die Bindung von Kunden und Partnern verbessert.

Mit praktischen Beispielen zeigen wir auf, wie ein solches Portal erfolgreich geplant und eingeführt wird. Typische Elemente von Business-to-Business-Portalen werden anhand der Standardsoftware Intrexx erläutert, ihr Nutzen wird herausgearbeitet. Wie fertige Business-to-Business-Portale aussehen, zeigt ein eigenes Praxiskapitel.



Der Autor:

Herr Dr. Gero Presser wurde 1973 in Frankfurt a. M. geboren, hat in Dortmund Informatik studiert und im Anschluss daran über das Thema Entscheidungstheorie promoviert. Er ist Mitgründer und geschäftsführender Gesellschafter der QuinScape GmbH, einem auf die Realisierung von Portalen spezialisierten Dortmunder IT-Unternehmen mit rund 50 Mitarbeitern.

Das Buch entstand unter Mitarbeit von Herrn Torsten Fischer, Leiter Unternehmensentwicklung bei der Gottwald Port Technology GmbH. Er ist bei dem Investitionsgüterhersteller als Projektleiter für den Aufbau von Portalen verantwortlich.

UNITED PLANET
BOOKS

Business to Business Portale in der Praxis

Planung und Umsetzung von Kunden- und Partnerportalen
ISBN: 978-3-935823-90-6 · 166 Seiten · Preis: 14,90 Euro



LESEPROBE