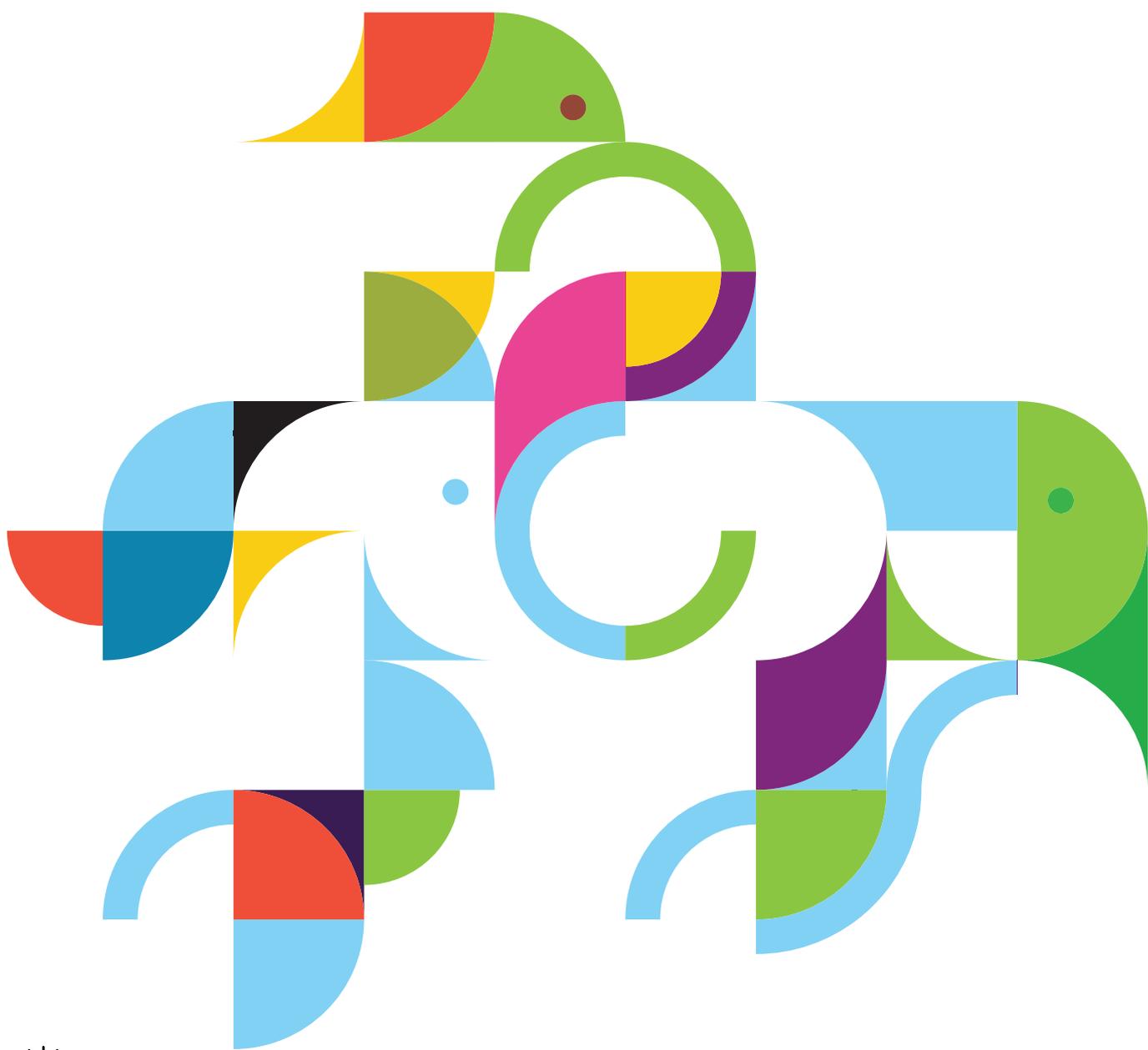


SocialBusiness

引领企业成功实践社交商务的场景



变革，历久弥新。当今企业正同时面临着各种宏观经济趋势的冲击，如经济周期紧缩且极度动荡、在商业关系中掌控力从销售者向购买者的转变，以及劳动力全球化分布趋势持续加剧等。

幸运的是，技术和业务实践中所呈现的新趋势和功能，有利于企业适应乃至充分利用这些宏观经济变革。云、移动和社会计算综合部署，将有助于企业提升创新和执行速度，更好地了解和服务客户，组建并助力一个更加积极主动的员工团队。此白皮书将着重介绍企业该如何运用社交商务实践和功能实现自身转变，从而确立竞争优势并创造巨大价值。

社交商务是指其组织文化和系统均鼓励通过人脉网络来创造业务价值。社交业务使人人与人之间彼此相连，通过对话交流和发布日常内容，快速实现信息、知识和观点共享。除结构化数据外，大家还可以一同分析来自各种渠道和来源的社交内容，深入掌握外部和内部各利益相关方的见解和主张。这将有利于提升创新和业务执行速度，优化决策并增强客户和员工的积极性和满意度。社交商务所需运营成本低，上市速度快，能够提升客户和员工的积极主动性以及企业利润率。

很多企业对此缺乏了解。他们无法完全领会社交商务创造巨大价值的潜能。据一项调查估计，仅四个行业领域内，社交商务就可以创造约 1.3 万亿美元的潜在价值！³ 换句话说，社交商务所创造的业务价值水平将远超十年前采用在线商务功能（电子商务）的成果。但调查同时发现，自去年起，在所有参与调查的企业中，仅 3% 的利益相关方从中获得了可观收益。

特定行业中的领导者普遍都能意识到社交商务所蕴藏的巨大机遇，不仅有机会实现自身的转变，而且有助于创造可观价值。这些公司在业务流程中应用自身的社交能力（不仅仅局限于 Facebook 和其他公共社交网络），将包括客户、合作伙伴和员工在内的外部和内部各利益相关方联系起来。当自动化流程活动的效率停滞不前时，他们便启用必要的人为干预来取得相应成果，进而实现关键业务流程的转型。

社交化流程所创造的真正价值是什么？客户服务的社交转型，使得企业的客户流失率降低 5%，利润率提升 68%。社交商务将其新产品开发时间削减三分之二。人力资源功能部门中，新进员工入职时间缩短两天。市场营销部门中，借助社交商务使市场曝光率实现 100% 的增长。基于销售人员与客户之间良好的联络与沟通，部分企业的销售流程进度突飞猛进，销售部的营业额增长 40%，销售效率提升达 50%。

企业如何将这些流程准确转型为社交商务？过往的最佳实践是什么？下文中的社交商务场景将对这些问题进行阐述。



54%

的公司期望在两年内通过社交功能支持客户服务流程，**目前这一数字为 38%**¹



60%

的公司将在未来两年内通过社交功能开展销售业务，目前这一数字为 **46%**²

社交商务场景在概念上类似于业务流程，每一个流程都代表着一系列可重复的、可靠的价值创造行为。

“我已与那些从执行社交商务 IT 实施中获利、并取得实质性成果的 IBM 客户交流过 30 多次，得到的结论是：投资回报是个真切的存在。”⁴

社交商务场景

对社交商务的远景和技术相对有经验的企业透过应用社交商务场景，开始挖掘到提升特定业务流程和自身执行力的机遇。这种场景在概念上类似于业务流程，每一个流程均代表着一系列可重复的、可靠的价值创造行为。有些企业开始只会应用一种场景，但慢慢地，学会通过多种场景来实现复合优势。

表 1 总结了企业可用来快速实现业务成果的六种社交商务场景。之后将对每一种社交商务场景做详细介绍。

社交商务场景	所产生的价值
寻找专业知识 (详情参见第 5 页)	<ul style="list-style-type: none"> 快速确定恰当人选或发布内容中所包含的、解决某一问题所需的专业知识 联络最佳资源以有效响应客户需求 记录并分享常见问题的可重用解决方案 创建高度积极的高效员工团队
获取外部客户的深入见解 (第 6 页)	<ul style="list-style-type: none"> 快速了解客户对现有及潜在产品和服务的观点与喜好 确定并联络关键客户影响者，为市场营销举措提供帮助
增加知识共享 (第 7 页)	<ul style="list-style-type: none"> 更加及时有效地获取、共享和访问知识 扩展理念思路，增强创新能力 减少在信息查询和交流中花费的大量不必要时间
改进招聘和入职流程 (第 8 页)	<ul style="list-style-type: none"> 联合协作，发现并联络特定岗位的合适人选 简化评估和招聘流程 更好地联络、雇佣和留任新员工 适时引荐专业知识以提升新员工生产力
合并和收购管理 (第 9 页)	<ul style="list-style-type: none"> 增加合并和收购活动的整体成功率 在合并或收购之前、期间和后期提升愿景设置和沟通效率 加速创建“一个公司”的企业环境和文化
建立并改善工作场所安全环境 (第 10 页)	<ul style="list-style-type: none"> 加速新的或已变更安全法规、政策和流程的沟通 最小化或消除由实际或潜在安全问题所引发的项目执行延迟 加强与安全方面专家和工作人员的交流，以提高安全流程中的创新力

表 1: 社交商务场景及其价值创造方式

寻找专业知识

大多数人都面临确定必需的专业知识、从而及时解决问题或准确把握业务机会的难题，不论是个人所具备的专业知识，还是在发布内容中所包含的专业知识。这将直接影响员工的积极性、有效性和生产率。对于外部来说，缺乏及时有效的专业知识，就无从把握销售机会，并提升有服务和支持需求的现有客户的满意度。该社交商务场景展示了如何获取、发现并共享与支持内部和外部业务流程相关的专业知识。

业务挑战

所有面临以下共同挑战的企业均可从该社交商务场景的应用中获益：

- 员工不能积极主动地相互共享专业知识或知识
- 员工和业务合作伙伴无法确定所需的专业知识，来帮助自己支持客户并解决内部流程问题
- 同一解决方案由不同员工和业务合作伙伴“发明”多次，导致利润率降低
- 由于企业的相关信息和专业知识无法说服潜在客户，导致销售策略失败或无限期延后
- 研发策略不尽如人意或无法快速产出所需产品
- 在即将退休人员离开工作岗位之前仍无法获取其专业知识

建议措施

该社交商务场景提供以下有效措施：

- 针对社交互动、文件或其他资产利用分析学来发现公司内部的潜在专业知识
- 将具备专业知识的人员和数字资源推荐给相应工作环境中的员工和业务合作伙伴
- 提供社交工具，以帮助内部和外部各利益相关方与专家展开交流和协作
- 记录并同他人分享与内部和客户问题相关的创新解决方案
- 对积极共享专业知识的员工给予奖励和认可，便于其他人定位该专业知识，并有助于协同应对挑战、记录相应解决方案

所带来的益处

已将该社交商务场景用于实践的企业取得以下收益：

- 与专家取得联系的速度提升 30%⁶
- 公司各领域的专家在其公共网站的可见度提升 55%⁷

IBM 经验

无论以何种标准衡量，IBM 员工所积累的专业知识都无比惊人。为了更好的挖掘这种智慧，IBM 开发供内部使用的分析、专家推荐和其他专业知识定位功能。借助这些功能，可自动搜索或人工搜索员工档案、博客、电子邮件（获得许可）、内容存储库和其他信息资源，以便于发现专业知识。

Lowes 创建的内部社区有助于分享最佳实践，并深入了解所有店面的人力资本。Lowes 协作副总裁 Clarissa Felts 在出席 Connect 2013 大会时，提到过如何借助 IBM Connections，发现那些因实际工作经验而深谙店面环境的可靠人才，从而改进总部的招聘流程。

Asian Paints 的销售人员发现，分享经销商支持的最佳实践和创新方式是一件很困难的事，他们根本无法与整个销售团队共享所关注的问题。IBM Connections 软件 [现在] 深受销售部的欢迎，成为解决有关创新、专业知识和最佳实践共享问题的有效工具。

“通过将社交功能和移动访问添加到 CRM 应用中，销售人员的效率提升 26.4%”⁵

[Ricoh] 解决这些问题的方法是：重塑工作流程，让员工可通过 SmartCloud Engage Connections 功能（这些功能还允许全球销售公司协作修订）以未加工的形式发布文档。这一变革在部分程度上源于对一种更具前瞻性的方法的渴求，借助这种方法，全球销售公司可吸收市场和客户信息，以便更有效地提供量身定制产品，来满足当地需求。

解决方案是一种叫做 Lifeline 的自助服务门户，能够为 Reliance 的所有关键利益相关方团体提供服务，从客户和潜在客户到公司员工及代理。该门户提供一站式体验，使客户能够探索并购买保险计划、管理产品组合并支付保费。通过将所有客户和交易信息存储在一个整合的数据仓库中，[Reliance] 能够从大局出发，了解各种产品服务的具体成效。

“许多企业科技公司要么拥有社交媒体，要么拥有分析产品...但 IBM 却是实现这两者融合的先驱”¹⁴

获取外部客户的深入见解

在最近的一项调查中发现，“96% 的受访者表示，公司利用社交协作平台所开展的外部活动（例如社交媒体推广、客户和供应商社区）与内部活动之间不存在真正有意义的整合”。⁸ 社交商务企业可以运用倾听和分析技术，通过多个渠道和来源，收集并了解客户的深入见解与主张，从而有效把握市场机遇。然后，企业可将这些见解植入内部社交系统与流程，使员工能够以协作的方式为客户提供合适的解决方案。该社交商务场景揭示出，企业该以怎样的方式，更好地服务客户、加速新的收入增长并削减产品和服务开发流程的成本。

业务挑战

所有面临以下共同挑战的企业均可从该社交商务场景的应用中获益：

- 无法理解现有和潜在新客户及市场的不断变化的需求，无法提供对应服务来满足这些需求
- 难以启动或加速这一转变：从大众营销转向以关键个体为目标的营销方式，关键个体的影响力可触及大量潜在客户

建议措施

该社交商务场景提供以下有效措施：

- 部署社交监控工具“倾听”并理解客户情感
- 使用数据和社交分析工具洞察现有和潜在客户的需求、想法和偏好
- 利用社交通信工具与有影响力的个体客户和关键影响者进行交流
- 在面向内部的社交系统中探讨对客户的洞察，以协作的方式确定新产品和服务功能，设定其优先级并实际开发实施。

所带来的益处

已将该社交商务场景用于实践的企业取得以下收益：

- 客户/代理服务成本下降近 50%⁹
- 开发新服务和功能所需的时间下降 50% 以上¹⁰
- 创建新产品发布信息所需的工时下降 20%¹¹
- 新业务收入实现 100% 的平均年增长率¹²

IBM 经验

IBM 为一些全球顶级体育赛事提供专业知识和分析能力，包括美国网球公开赛和高尔夫球大师锦标赛。IBM 与活动赞助商合作，帮助他们快速利用洞察力来增进对活动运营的了解。活动赞助商可通过客户在活动网站上的互动，实时获取有用信息。

IBM 甚至拥有自己的数字活动：Jams，并借助它从涉及 IBM 员工、业务合作伙伴、客户和其他利益相关者的在线讨论中获得相关见解与主张。IBM 还会代表客户计划并执行 Jams 活动，以深入了解员工和外部组成人员的信息。¹³

日益增长的知识共享

社交商务的先驱企业正在将关注重点从离散的知识交易转为持续的知识关系。这些公司正在跨越因组织结构和系统所产生的内部壁垒，以及企业自身及其合作伙伴和客户之间的传统界限，同时在这一过程中实现知识共享，并由此缔造价值。他们还整合游戏化元素来奖励那些公开分享知识的个人。此社交商务场景说明，在当今快节奏的环境中，如何借助社交实践和能力，寻找、分享并运用集体知识以获取竞争优势。

业务挑战

所有面临以下共同挑战的企业均可从该社交商务场景的应用中获益：

- 过多的成本可归咎于“不了解企业已有的信息”，这会导致重复的劳动和解决方案
- 因缺乏快速执行力而导致收入确认延迟和不必要的成本
- 由于当前的创新速度不足以获取并维持竞争优势，导致市场份额日益萎缩

建议措施

该社交商务场景提供以下有效措施：

- 向其他现有的企业应用添加社交通信功能，推动并培养开放性对话
- 通过专家建议和随时可用的社交通信工具，使基于人员的知识像基于文档的知识一样便于获取
- 使用游戏化元素为那些自由、开放地分享知识的个人提供社会认同

所带来的益处

已将该社交商务场景用于实践的企业取得以下收益：

- 与专家取得联系的速度提升 30%¹⁶
- 通过减少状态审查会次数，将生产率提升 20-25%¹⁷
- 通过更加有效地使用通信工具，加速问题的解决
- 员工参与度和满意度得到改善

IBM 经验

IBM 内部的研究和专家服务组织是知识驱动型业务方面的杰出范例。

IBM Research (IBM 研究) 员工在特定调查领域拥有深厚的知识，其中包括诺贝尔奖得主和其他荣誉奖项的获得者。IBM Center for Social Business (IBM 社交商务中心) 的许多调查员一直在最前线探索组织内部的知识共享方式，以及如何改善这些方法和工具。他们积极参与到涵盖各个行业的 IBM 客户接触活动当中。¹⁸

Blue IQ 是一项帮助 IBM 人员采纳社交商务实践 (包括共享知识) 的计划。自 2007 起，Blue IQ 大使一直致力于奉献自己的时间和专业知识，帮助各位同仁更加成功地实现协作。这些大使帮助同事真正理解知识共享和其他社交实践对各自工作以及 IBM 集体业务结果的重要性。

Russell's Convenience 需要一种轻松有效的方式，来实现 25 家店面之间以及与许可方、供应商和合作伙伴之间的联系与知识共享，以便快速识别并解决运营问题。公司采用 IBM SmartCloud Engage 服务，使员工能够与各个店面以及外部利益相关者进行更为顺畅、透明的沟通。

TD Bank Group 需要改善内部沟通和协作、标准化业务流程并充分利用员工的集体知识和经验。公司部署 IBM Connections 社交商务软件，通过借助网络获取的知识和专业知识，以及经专家审查并反映过往经验的自信决策，提供更加出色的业务流程。

“知识已成为关键的经济资源和主要、甚至是唯一的竞争优势来源。”¹⁵

Regeneron 与 Kenexa 合作，运用相关内容定向技术，通过书面材料和在线方式寻找科学家，每年可找到 400 至 600 位具有高超技能、素质毫不折扣的稀缺科学家。短短几年时间，Regeneron 在《科学》杂志的“最佳雇主调查”中从最初的未获提名，跃升至 2011 年的第二名。

[全新的] 申请者跟踪系统帮助 AMC Theaters 找到适合自己企业文化的候选人。最终，与“适合”战略吻合度最好的经理们，带领剧院将单位客户的利润提升 1.2%，这意味着为公司增加数百万美元的净收入。两年内，AMC 的候选领导数量从 2006 年的 25 万增至 140 万。AMC 的“适合”战略能够将合适的人员与合适的职位配对，使员工流失率下降 11 个百分点。

ZurickDavis 行政调查公司利用 IBM 技术组合，帮助客户寻找候选人。在将社交功能融入其关键流程后，ZurickDavis 每年完成的调查数量增长 30%，填补空缺岗位的时间减少 25%。公司盈利增长 100%。

改进招聘和入职流程

为获取并维持竞争优势，发现、招聘并留住最合适人才的重要性日益突显。企业还应提升其员工入职活动的效率，使新员工能快速适应企业环境并具备生产力。该社交商务场景说明，如何通过社区和社交网络，将外部候选人与人力资源部门员工和招聘经理、新员工与直接主管、团队成员与其他专业知识来源联系起来，从而实现上述目标。

业务挑战

所有面临以下共同挑战的企业均可从该社交商务场景的应用中获益：

- 寻找并吸引最合适的候选人
- 找到与企业文化相关的候选人，将候选人的才能与最适合的具体空缺职位相匹配
- 以最快的速度完成新员工入职流程，并使其成为富有生产力的贡献者

建议措施

该社交商务场景提供以下有效措施：

- 在招聘流程中，借助面向外部和内部的社交功能，将人力资源部门员工、招聘经理和候选人联系起来
- 在入职流程中，借助社交功能，将新员工与人力资源部门员工、直接主管和其他新员工联系起来
- 利用内部社交功能，将新员工与团队成员和所需的专业知识联系起来，以便快速催生生产力

所带来的益处

已将该社交商务场景用于实践的企业取得以下收益：

- 每年完成的候选人调查数量增长 30%¹⁹
- 填补空缺职位所需的时间减少 25%²⁰
- 新员工入职流程减少两天²¹
- 新员工价值实现周期加快 30%²²
- 员工保留率至少提升 20%²³

IBM 经验

IBM 在全球拥有超过 430,000 名员工，在招聘、雇佣和新员工入职方面具有广泛经验。IBM 频繁优化其人力资本管理 (HCM) 流程，并于近些年启动社交功能。

IBM 使用 LinkedIn、Facebook、Twitter 和 YouTube 为面向外部的招聘流程提供支持。潜在候选人可通过这些渠道，了解 IBM 正在招聘的特定国家/地区或角色的职位，并与 IBM 招聘人员进行互动。IBM 招聘人员和招聘经理可通过在线方式，与候选人交谈并访问候选人在 web 上的社交个人信息，以此了解候选人。

在 IBM 入职流程中，新工会建立自己的内部社交个人信息，并与主管和团队成员建立联系。IBM 还将指导新员工了解查找必要信息和专业知识的方法（包括使用社交功能），使其能够快速成为富有生产力的 IBM 贡献者。

“请考虑以下事实：很多真正有助于提升学习曲线的内容并非来自一些陈旧迂腐的政策和程序手册。而是从身边的同事身上学到的。”²⁴

合并和收购管理

经过深思熟虑的并购 (M&A) 是企业为创造显著价值而用到的传统方式。然而，并购活动的失败率却高的惊人，这通常可归咎于对并购实体的愿景或企业文化缺乏充分考虑和清晰的传达。该社交商务场景指明，企业应如何运用社交网络技巧和技术，建立并传达具有张力的共享愿景、改善并购管理活动，并联系专家，对并购实体的统一文化和运营产生积极影响。

业务挑战

所有面临以下共同挑战的企业均可从该社交商务场景的应用中获益：

- 高管们对并购实体持有不同愿景
- 管理人员和员工不理解并购行动的战略意图或战术活动
- 并购实体呈现出两种截然不同的企业文化
- 新公司遭遇被收购企业员工保留率低下的难题

建议措施

该社交商务场景提供以下有效措施：

- 建立和应用包含两家企业所属高层领导、人力资源和企业通信的社交网络，推行并传达并购公司的愿景
- 针对具体的并购行动，利用多种社交渠道和工具展开讨论，制定决策并沟通信息
- 利用社区将两家合并企业的文化和专业知识联系起来

所带来的益处

已将该社交商务场景用于实践的企业取得以下收益：

- 减少重复劳动，从而降低整合成本
- 员工保留率至少提升 20%²⁶
- 因文化融合而提升员工保留率和参与度，进而提升生产力并降低成本

IBM 经验

自 2001 年以来，IBM 已完成至少 120 笔收购交易。²⁷ 通过这些经历，IBM 在建立共同愿景、创建唯一企业文化、管理整合活动和保留敬业员工等方面获益良多。

IBM 对社交功能的运用贯穿并购流程始终。IBM 员工之间以及与外部合作伙伴之间相互协作，对潜在的收购候选对象进行评估和定价。IBM 团队综合考虑各种商业案例，以证明具体并购行为的价值。通过收购而进入公司的员工会参与 IBM 入职流程，其中将融入社交实践和功能（参见第 8 页的“IBM 经验”）。

在 TD Bank，通过收购实现的快速增长加剧了这种挑战；该银行当前在美国的分支机构多于加拿大。该银行的解决方案是部署 IBM Connections 软件，建立员工驱动型社交网络。关键目标是帮助员工与地域分布广泛的企业其他员工建立联系；使其更加方便地获取尚待了解的必要专业知识和信息；授权员工建立通信、协作和社交网络。

Omron Europe 分两个部门，各自拥有独立的销售和营销团队，为大量相同客户提供服务。在两个部门之间实现更加出色的通信和协作，将有助于员工树立“一个 Omron”的公司认知。“我们作为一个整体的力量远远强于两部分之和，”战略通信和电子营销经理 Michael Min 如此说道。

“公司每年花费超过 2 万亿美元用于收购业务。然而，一次又一次的研究表明，合并与收购的失败率大约在 70% 至 90% 之间。”²⁵

“我们的重点始终放在尽量减少事故的发生上面，我们希望运用员工的现职专业知识，找到用以维持安全、高效工作环境的最佳方式。” Doncasters Group Ltd. 集团欧洲环境健康与安全经理 Adam Holbrook 这样说道。

Keyera 的员工分布区域非常广泛。其中约五分之一在总部工作。其余人员则离散分布于 16 座燃气工厂。该公司部署 IBM Connections 软件，以便于员工随时访问公司信息，并与其他运营区域的同事共享知识、开展互动。[使用 Connections] 有助于 Keyera 确保及时宣传关键安全策略和检查信息。

“企业安全文化在很大程度上取决于安全通信的效率。”³¹

建立并改善工作场所安全环境

如今，对于工作场所安全性的关注重点已从合规性及成本问题转向主动沟通和协作创新。这个关注点非常重要。加利福尼亚州职业安全与健康局 (Cal/OSHA) 的一项调研显示，在一次 Cal/OSHA 检查后的四年内，人身伤害索赔率下降 9.4% 且工人补偿费用节省 26%。²⁸ 该社交商务场景可帮助企业识别并调集相关的专业知识，改善实时态势感知、通信和决策制定，进而将安全问题从债务源头转变成宝贵的资产。

业务挑战

所有面临以下共同挑战的企业均可从该社交商务场景的应用中获益：

- 即时掌握并遵从快速变更的安全法规和程序需要花费高昂的成本
- 复杂、分散的工作环境为有效宣传新的安全实践带来困难
- 地域和时差使安全专家很难快速联系并辅导一线员工

建议措施

该社交商务场景提供以下有效措施：

- 通过移动设备上的社交软件，自动根据实际情境为一线员工提供最新相关的安全专业知识
- 建立社区，将安全专家与员工联系起来，以便共享全新或改进的安全实践
- 使用实时社交通信工具将办公室员工和一线员工联系起来，以实现协作式安全决策制定

所带来的益处

已将该社交商务场景用于实践的企业取得以下收益：

- 在参与度最高的经销商合作伙伴中，安全事故下降三倍²⁹
- 因更短的项目执行延迟和更少的因伤延误工时，而实现更高的生产力
- 专家和员工之间对话的增加，使安全程序上得以实现更加卓越的创新

IBM 经验

数十年来，IBM 拥有并运营着众多制造工厂，其中多间工厂例行存有危险化学品且使用具有潜在危险的设备进行生产。公司于 1967 年正式做出关于工作场所安全性的承诺，并一直保持着较低的工作日事故率。³⁰

IBM 在传达工作场所安全实践和程序上的进展，以及在协助客户解决安全问题中获得的知识，正是该社交商务场景主要特点的具体体现。

“IBM 在积极开发最新版社交企业套件的同时，密切关注客户反馈、功能请求及要求。公司在社交企业领域拥有众多单点产品，其全新的社交商务软件套装将所有这些产品集合在一个共同平台之下，使企业能够更加轻松地实施这些产品。”³²

IBM 和社交商务

2011 年年初，IBM 公开声明公司已成为一家社交商务型企业，并积极加速现有举措的实施，以便更好地在企业员工、客户、合作伙伴和供应商之间建立联系。这些推动 IBM 文化、业务流程、计算系统以及业务成果最终转型的努力，带来关于社交商务的全球性第一手经验与知识。

IBM 不仅将自身塑造成社交商务型企业，还帮助其他公司推动社交商务进程的实现。超过 60% 的财富 100 强公司已使用 IBM 社交商务解决方案。³³ IBM 顾问每天与来自各个行业和地区的企业协同工作，帮助其利用社交商务的变革力量。IBM Social Business Agenda (IBM 社交商务议程) 研讨会和 Smarter Workforce Integration Services (智慧的工作团队整合服务) 只是相关的两个示例，IBM 还可为客户提供其他众多紧密交织的文化、流程和技术指导。

该社交商务解决方案还展示有关 IBM 软件和云服务及其实施和应用的设计，这些软件和服务均位于 IBM 公司和客户企业内部。IBM 于 2007 年发布 IBM Connections，这是早期市场中第一批企业社交软件产品之一。自此以后，IBM 社交平台蓬勃发展，如今已能够用来在任何业务流程中嵌入社交功能。

IBM WebSphere Portal 经实践证明是一款用于存储拥有特定角色和流程的社交活动的理想工具。IBM Content Manager 和 IBM FileNet 服务通过社交渠道，将传统企业内容管理实践与内容分享结合起来。IBM 统一的消息传送、分析和 web 体验管理技术也已整合到 IBM 社交平台中。最近收购 Kenexa 并获得其屡获殊荣的人力资本管理解决方案后，IBM 更能够提供以社交手段实现的人才管理功能。³⁴

IBM 社交平台的大部分功能均可通过诸如平板电脑和智能手机等移动设备进行访问。事实上，与任何竞争对手相比，IBM 社交功能均可像原生应用一样应用于种类更为丰富的移动操作系统。

IBM 社交商务软件和云服务经常被一些最具影响力的分析公司认定为行业领袖。这些认可包括：

- IDC 认定 IBM 为最近连续四年 (2009-2012) 的全球企业社交软件市场份额领头羊³⁵
- Gartner 在其最近的企业内容管理类别评估中，将 IBM 的属性定为“Visionary (富有远见性)”³⁶
- Forrester Research 在其最近关于企业社交平台的 Forrester WaveTM³⁷ 及其关于云协作服务提供商的类似评估中，将 IBM 归入“Leaders (领导者)”类别³⁸
- IDC 在其最近关于人力资源、学习和招聘流程外包服务提供商的市场评估中，将 IBM 的属性定为“Leaders (领导者)”³⁹

通过结合深厚的社交专业知识、部署和应用服务以及市场领先的社交商务能力，IBM 拥有独一无二的市场地位，可帮助企业获取信息、掌握洞察力并进行互动，最终转化为实际的业务价值。

“IBM 在积极开发最新版社交企业套件的同时，密切关注客户反馈、功能请求及要求。公司在社交企业领域拥有众多单点产品，其全新的社交商务软件套装将所有这些产品集合在一个共同平台之下，使企业能够更加轻松地实施这些产品。”³²



1. Cortada, James 等。《社交企业业务：适用于哪些领域以及如何运行》。IBM 商业价值研究院，2012 年 11 月
2. 同上。
3. Chui, Michael 等。《社交经济：通过社交科技释放商业价值与生产力》。麦肯锡全球研究院，2012 年 7 月。其中论述的四大领域是快速消费品、消费金融服务、专业服务和先进制造业。
4. Guptill, Bruce。《Lotusphere 大会实时感悟：客户和偶发性社交业务投资回报》。Saugatuck Technology “Lens 360 博客”，2012 年 1 月 18 日
5. Wettemann, Rebecca。《社交、移动 CRM 提升销售效率》。Nucleus Research，2012 年 3 月
6. Chui。前文所引文献。
7. 曾被 IBM CEO Ginni Rometty 在其 2013 年 1 月动员视频中引用
8. 《大型企业内社交参与现状》。Dachis Group Social Business Council，2012 年 8 月
9. 《Reliance 人寿保险公司：凭借突破性自助服务获得市场领导力》。IBM Corporation，2010
10. 同上。
11. 《Ricob 通过全球范围的横向通信产生新思路》。IBM Corporation，2012
12. Reliance。前文所引文献。
13. 有关 IBM Jams 的详细信息，请参见 www.collaborationjam.com
14. O’Grady, Stephen。在“IBM 实现更智慧的社交计算战略”中引用。《纽约时报》“Bits”博客，2012 年 1 月 16 日
15. Drucker, Peter。《巨变时代的管理》。Truman Talley：纽约州纽约市(1995)，第 271 页
16. Chui。前文所引文献。
17. 同上。
18. 有关 IBM Center for Social Business 的详细信息，请参见 www.research.ibm.com/social
19. 《ZurickDavis 的销售额每年增长约 120%》。IBM Corporation，2012
20. 同上。
21. 《TD Bank Group 使用社交商务软件增强凝聚力》。IBM Corporation，2012
22. Chui。前文所引文献。
23. 同上。
24. Judy, Charlie。《通过社交培训促进员工获得成功》。HR Fishbowl 博客，2012 年 10 月 30 日
25. Christensen, Clayton 等。《并购赛局新教战守则》。哈佛商业评论，2011 年 3 月
26. Chui。前文所引文献。
27. Eurobas 等。《IBM 兼并与收购清单》。维基百科，2012-2013
28. 《安全与健康商业案例》。美国劳工部职业安全与健康管理局。
29. 《将员工参与度与关键指标挂钩对 Caterpillar 的财务表现产生影响》。Kenexa Corporation，2012
30. 参见 www.ibm.com/ibm/responsibility/employee_global_workplace_safety.shtml
31. Williams, Joshua。《改善安全通信技能：成为善于感知的通信者》。www.safetyperformance.com
32. Carvalho, Larry。《LotuSphere 大会纪要和关于 IBM 的一些想法》。GigaOM Pro 博客，2012 年 1 月 18 日
33. 《IBM 收购 Kenexa 推进社交商务举措》。IBM Corporation，2012 年 8 月 27 日。
34. 关于 Kenexa 所获奖项的列表，请参见 www.kenexa.com/AboutKenexa/MediaRoom/OurAwards
35. 《IDC 全球半年软件跟踪 (2012 年下半年)》。IDC，2013 年 4 月
36. Gilbert, Mark 等。《企业内容管理魔力象限》。Gartner，2012 年 10 月
37. Koplowitz, Rob。《The Forrester Wave™：企业社交平台，2011 年第三季度》。Forrester Research，2011 年 8 月
38. Keitt, TJ。《The Forrester Wave™：在线协作软件供应商的云战略，2012 年第三季度》。Forrester Research，2012 年 8 月
39. Rowan, Lisa。《IDC MarketScape：2012 年全球人力资源业务流程外包供应商分析》。IDC，文档编号 237630，2012 年 11 月

© IBM 公司版权所有 2013

IBM 公司美国地址：IBM Corporation
Route 100
Somers, NY 10589

美国印制
2013 年 4 月

IBM、IBM 徽标和 ibm.com 是 International Business Machines Corp. 在全球许多司法辖区的注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。当前的 IBM 商标列表请见网站的“版权和商标信息”版块：www.ibm.com/legal/copytrade.shtml。

本文档的最新信息截止至本出版物的最初发布日期。IBM 可能会对本文档随时更改，恕不另行通知。并非 IBM 运营所在的每个国家/地区均会提供所有产品。

文中的信息“按原样”提供，不提供任何明示或暗示的担保，包括但不限于适销性、特定目的适用性或非侵权性担保。IBM 产品根据其相关协议的条款和条件进行担保。



请回收再利用
