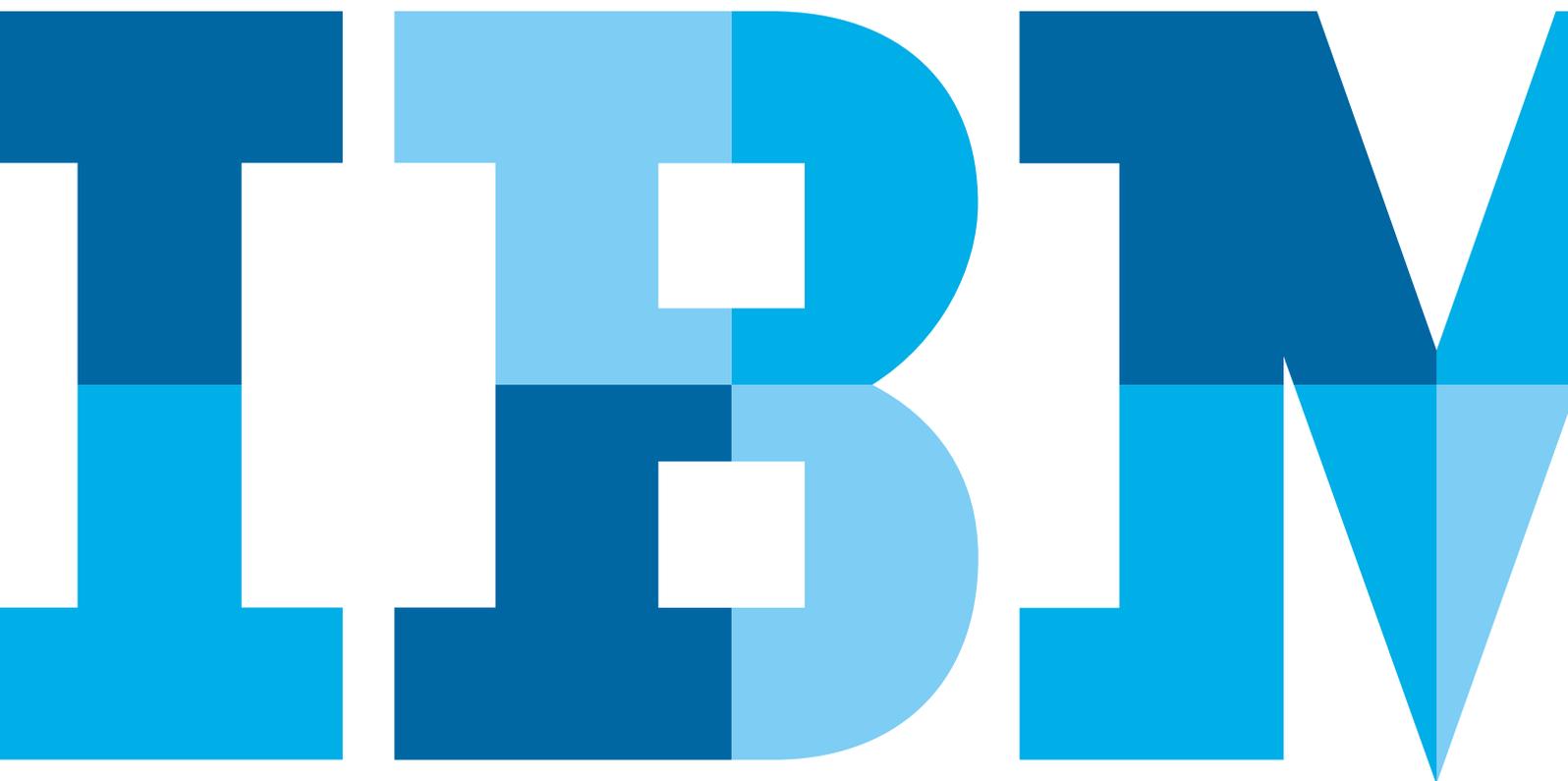


度量社交软件的价值

定义一种将活动映射到业务价值的度量方法



目录

简介

为什么度量？

定义目标

度量类型

度量级别

度量工具

示例报告

开始

结束语

简介

各种行业的机构正在利用社交软件和协作工具来提高效率和促进创新。随着越来越多的公司实施社交软件计划来改善沟通和协作，以及推进业务成果，一个重要的问题就出现了：

我们如何确定我们的社交软件计划是成功的，并且 提供了技术投资的预期回报？

答案的一部分在于，在部署伊始确定社交软件技术所用于的不同业务用途的成功将是什么样的。另一个重要部分是建立一种度量方法，采集与以下方面相关的信息：社交软件工具的使用，它们对个人、群体和机构行为有何影响，以及从对社交软件技术的投资中生成了何种可量化的业务价值。

本白皮书将审视如何度量社交软件计划的效益和价值，哪些工具可用于采集关键度量指标，以及在建立度量方法时有哪些考虑因素。

- 度量允许我们
- 确定“之前”条件的资格
- 设置整体目标

- 定义每个部署阶段的基准

- 提供一种控制机制来保持进度不偏离正轨
- 向用户提供反馈以鼓励期望的行为依据所确定的成功因素度量成就的最终水平

为什么度量？

随着用于业务平台的社交软件越来越流行，在如何成功利用社交软件工具方面，就出现了新的挑战。

Gartner 预测，截至2012年，超过 70% 的IT控制的社交媒体计划将失败。¹此预测背后的重要问题包括有效设计和交付社交媒体解决方案的方法、技术、工具和技能的缺乏。尽管许多机构被定位于成功部署了标准技术解决方案，但社交软件计划的成功要求将IT推广的需要与业务驱动的工作相衔接，实现可量化的成果。

让挑战变得更严峻的是，Gartner还预测，截至2015年，仅有25%的企业将经常利用社交网络分析来改善性能和生产力。²

这些预测指出了如果在规划阶段没有采取措施来识别社交软件的使用如何能够满足交付业务成果的目标，可能出现的一些影响社交软件计划成功的潜在缺陷。他们还揭示了一种未被充分利用的资源(社交网络分析)，该资源可以提供有助于机构采取规范措施来确保计划成功的活动和互动的重要洞察。

一种完善的度量方法可帮助解决这些问题，应该在启动任何社交软件或协作项目时就给予考虑。简单来讲，度量程序可帮助将注意力集中在您尝试完成的任务和成功的特征上。

度量可以不断揭示机构必须继续建立才能确保成功的行为和关系。因为社交软件工具旨在支持这些关系的创建和维护，所以行为的持续度量对于理解这些工具为机构带来了多大成功至关重要。

定义目标

因为可以采集几百个度量指标，因此³一开始就考虑到结果⁴尤其重要。理解您试图最终完成什么目标，将有助于定义度量的恰当标准和要使用哪些度量工具。

常见业务使用目标

社交软件的一些最常见的业务用途包括帮助机构：

- 更有效地跨国家和时区运营
- 将来自多个地方/国家的专家经验集中在一起

按度量类型分的问题

短期

生命力

人们是否在使用该环境？

它是否得到了不断维持？

使用最多的组件有哪些？

- 降低差旅成本
- 更快地将创新投入到市场中
- 在更短的时间内交付项目
- 更快地解决问题
- 保留离职/退休人员的更多经验
- 使担任新角色的员工能更快上手
- 建立实践社区以吸收和分享重要知识区域
- 改善员工保留
- 与客户和提供商更密切地合作

中期

能力

该环境的使用是否支持所确定的业务用例？

是否形成了新连接？

人们是否认识到他们在从投资中获取价值？

涉众

在一个机构内，不同的涉众群体将拥有不同的目标，涵盖从社交软件工具的基本采用到改善特定社区的稳健性，再到显示整体投资回报。取决于兴趣领域，涉众将对跟踪和度量活动、能力或社交软件计划产生的业务价值的不同信息感兴趣。

度量类型

按度量类型分的问题

长期

业务价值

协作所支持的主要业务目标是什么？

社交软件对关键绩效指标有何影响？

业务收益可否量化

作为一种完善方法的一部分，评估社交软件计划的成功的工作应该涉及到3项主要的度量——生命力、能力和业务价值。

生命力

生命力检查用户活动的基本度量，比如发布的博文数量、博客的阅读次数、创建的社区或更新的配置文件。这些基于贡献和使用的度量通过跟踪个人操作来确定技术的使用情况，提供了采用情况的一种短期视图。

能力

能力度量指标更深入地评估社交软件工具被如何用于改善

机构的能力。能力度量的一个示例可能是员工更有效地找到专家经验或更快找到问题解决方案的能力。

能力常常由用户对任务或活动能否更快或更轻松完成的认知来度量。它还可通过跟踪交互的频率和类型，建立关系以及知识和信息的创建和流向来度量。

业务价值

业务价值度量更进一步，审视实际的投资回报。这些围绕的度量中心是，依据每个机构独有的并受其业务战略驱动的关键流程指标(KPI)或关键价值指标(KVI)对长期成果进行度量。

业务价值度量的一些示例包括，度量呼叫中心能否处理更多呼叫或更快地解决客户呼叫，或者展示如何在更短时间内将一项新产品推向市场。

度量级别

除了解决不同类型的度量，同样重要的是在机构内不同的级别上进行度量，以了解整体结果以及在小组和个人级别上的更详细结果。

交互级别



机构范围

机构范围的度量指标对于评估整体进度和设定长期目标很有用。

对于许多社交软件产品，可以使用简单的工具跟踪此类型的度量指标。在机构级别上生成的度量可能难以解释，因为审视大型的采样可能绕过了个人或组织/社区级别上的成功——使得更难采取针对性的规范操作来改善未来成果。

小组/社区

因为不同的涉众群体可能具有不同的目标，小组度量指标可以解决整个组织中的用例和采用模式中的变体，在更有针对性的级别上提供洞察。它们提供了一种方式来在社区、团队或部门级别上跟踪业务采用情况。在此级别上度量，提供了一种途径来探索不同的群体如何使用不同的社交软件工具和为什么他们这么做。

个人

个人度量指标可揭示关于人们如何使用或贡献内容的信息。查看个人操作可促进对工具的认知和为长期采用做出贡献。请记住，在此级别上跟踪信息可能带来围绕隐私的问题。如果人们感觉他们受到了监控，他们可能不太愿意参加度量活动。一些地区拥有必须尊重的数据隐私法律。

度量工具

为度量选择的工具应该能够采集生命力、能力和业务价值度量信息，以及在不同级别(机构、小组/社区和个人)上跟踪信息。

按度量类型分类的工具

生命力	能力	业务价值
创建、使用、成员关系等的度量指标	复合度量指标	关键绩效指标 (KPI)
	基于社交网络分析的度量指标	关键价值指标 (KVI)
	用户调查	

度量生命力——创建、使用和成员度量指标

许多协作和社交软件工具已包含能提供基本度量指标的度量能力。例如，IBM Lotus Connections包含跟踪不同的度量信息的功能，比如博文数量、社区数量、发表的书签数量，等等。这为获得一些生命力度量信息的机构视图提供了一个良好的起点。

为了扩展该功能，IBM还开发了一项资产，它基于Lotus Connections来提供一些有价值的附加能力。此资产——Reporting Tool for Lotus Connections——提供了查看历史数据和查看不断变化的趋势的能力。

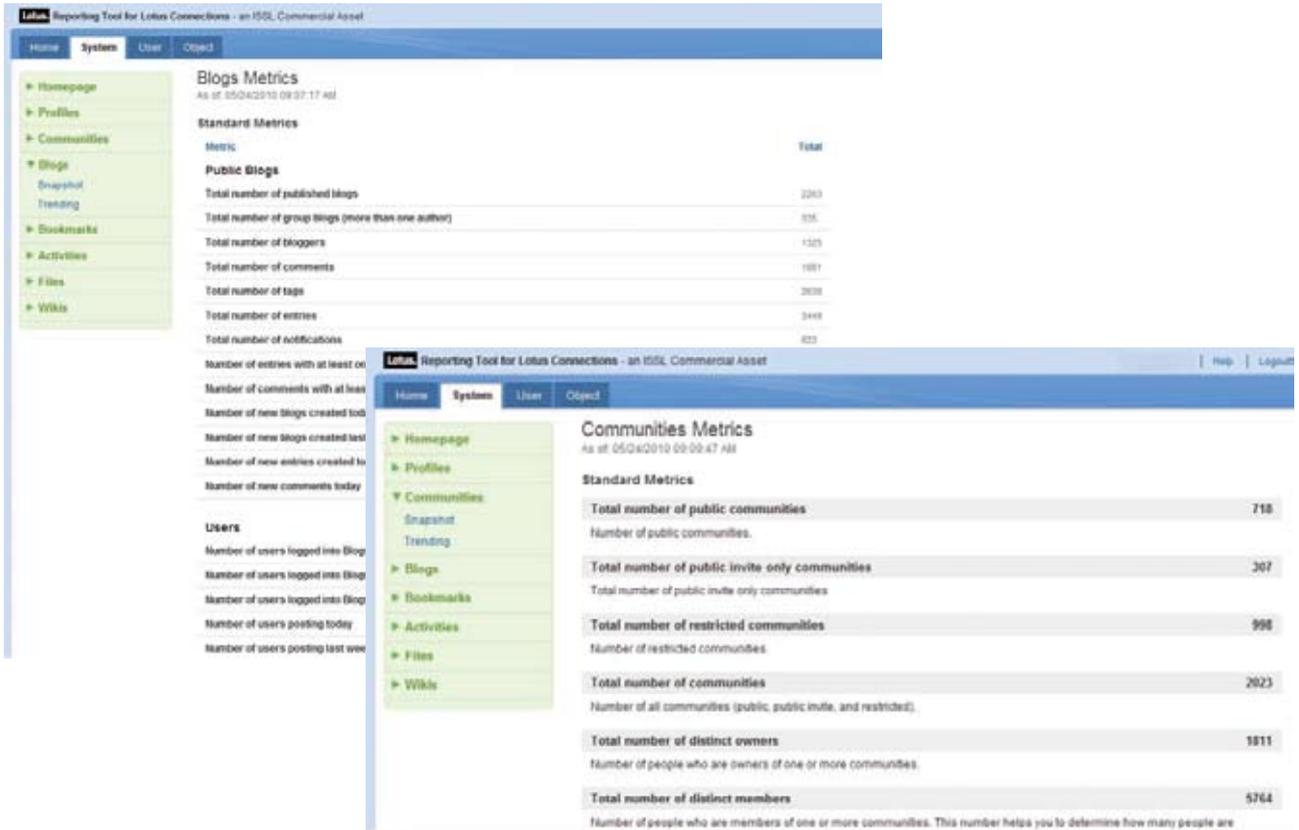
Reporting Tool支持在不同对象(博客、书签、活动)上对比使用级别。它也可进行比基本的机构范围度量指标更深入的分析，查看个人和小组结果。这里的小组可以是一个社区、一个机构小组或特定国家内的一个用户群体。

该工具中的不同模块提供了不同的度量指标。System Metrics 模块通过快照和随时间变化的趋势来显示整体Lotus Connections度量指标。Object Metrics模块显示与每项服务内的各个对象相关的度量指标，比如针对特定博客或社区的度量指标。User Metrics显示个人用户选定的度量指标。可以控制对每个级别的度量指标的访问来保护隐私。

示例报告

博客和社区快照度量指标

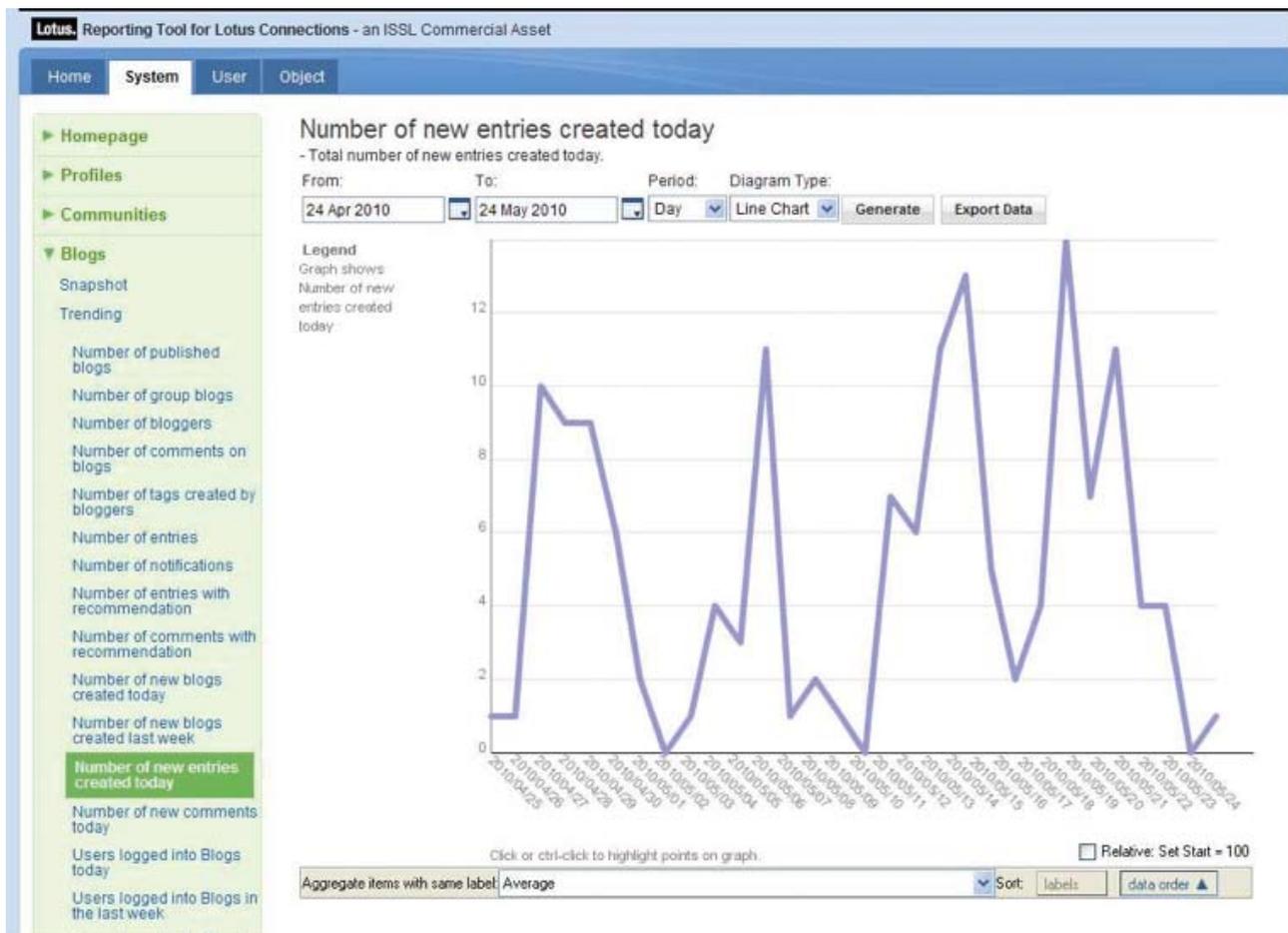
Reporting Tool for Lotus Connections生成的快照视图



示例报告

博客趋势度量指标

Reporting Tool for Lotus Connections生成的趋势视图显示了一段时间内新的博文



度量能力——复合度量指标、社交网络分析和用户调查

因为能力通常是多项操作的组合，复合度量指标或代理可用于采集多种相关的度量信息。一个示例是书签的“贡献回报”(ROC)度量指标，它将用户使用书签查找内容的次数除以书签贡献次数。这同时表示了创建和使用信息。

社交网络分析(SNA)也可用于支持能力度量。SNA度量指标可提供非正式网络的重要属性、谁在与谁通信，以及不同位置或部门中是否存在网络缺陷的重要洞察。这些度量指标捕获“社会资本”部分，该部分依赖于机构内非正式网络的使用。

IBM提供了一项称为Atlas for Lotus Connections的资产，它支持在整个机构内搜索专家经验，也可以从机构提取社交网络数据，比如社区成员关系、Lotus Connections上的同事、发送的电子邮件消息，以及发送的即时消息。因为采集的信息基于用户在工作过程中生成的数据，所以这是一种采集真实行为的非侵入式方式。

此外，结构化的调查可用于收集用户反馈。这些可采集用户对社交软件工具如何帮助实现成果(比如简化查找专家经验和相关知识来解决问题的过程)的认知。在规划调查时，请确保允许收集“之前”条件下的基准数据，以便您能够看到生成的变更级别。

度量业务价值——KPI/KVI

业务价值度量常常可使用已有的跟踪关键流程指标和关键价值指标的度量工具来采集。例如，如果目标是度量客户呼叫中心效率的提升，该中心已使用的跟踪工具可用于度量完成平均用户呼叫需要多长时间，操作人员正在处理多少个呼叫，等等。这些可与生命力和能力度量相关联，以更好地理解辅助技术向业务度量提供的贡献。

创建度量方法

当创建度量方法时,关键在于定义您希望在涉众高度关注的和支持特定业务目标的用例方面的度量指标。

要确定进度,在开始任何部署之前,捕获可用于对比的“之前”快照。

示例度量框架

用例	客户支持机构需要跨国家和时区更有效地工作		
用例元素	生命力	能力	业务价值
员工能够找到拥有所需技能的同事,无论他们位于何处。	度量指标——创建、使用、成员关系	复合度量指标	关键流程指标
	拥有更新的技能的履历文件百分比 在履历上搜索的数量 履历读取次数	贡献回报(ROC) 使用/贡献的书签数量 查找专家经验 履历搜索/更新数量	结束客户请求的平均时间减少了x% 客户满意度调查显示提升了y%
主题协调员定期发布博客,分享他们区域的最新更新	添加的博文数量 博文作者数量 博文评论数量 博文阅读次数	社交网络分析	员工满意度调查显示支持人员的工作满意度评分提高了
		SNA密度增长 各个位置之间的SNA密度变化变小 瓶颈减少	客户支持人员之间的人员流动减少了z%
操作wiki由团队成员定期更新和大量用于查找信息	进行的wiki编辑的次数 wiki作者数量 wiki条目评论数量 wiki阅读次数	用户调查	关键价值指标
		显示以下方面的价值认知的用户调查: 找到同事/专家 找到最新内容 随时关注最新知识 更轻松地协作和更快地解决问题的能力	每个客户请求的平均处理时间减少了x美元
设置活动来使小团队可跨时区集中在一起解决问题	开始的新活动数量 活动所有者数量 活动成员数量 活动读取数量		每年的客户支持招聘成本减少了x美元

创建框架的步骤

- 1.确定一种特定的用例和针对该用例的明确的目标集。
- 2.基于您的目标,列出您希望在何种级别(机构、小组或个人)上采集何种类型的度量信息(生命力、能力或业务价值)。
- 3.确定合适的度量工具来跟踪和监控进度和成功。

开始

在帮助度量利用了不同Lotus Connections组件的社交软件计划的成功方面, IBM可同时提供工具和专家经验来定义一种度量方法, 而这种方法能够帮助您理解业务影响和收益。

IBM Software Services for Lotus小组可与各种机构合作创建和部署一个度量框架, 使用Lotus Connections内可用的工具或来自IBM的其他工具(包括Reporting Tool for Lotus Connections和Atlas for Lotus Connections)采集特定的度量指标。通过在度量框架中利用不同的工具, 您可以获得关于以下方面的更加全面的视图: 社交软件或协作环境有何影响, 采用过程进展如何, 以及您与项目的明确投资回报有多接近。

除了帮助创建框架, IBM Software Services for Lotus的Lotus Connections专家可帮助安装和实现各种必需的工具和执行社交网络分析, 度量机构内的社交网络的健康状况。

结束语

在规划阶段和在大范围部署社交软件工具之前尽早开发一种既定的度量方法, 这对于计划的成功至关重要。

通过列出您的业务目标和特定用途, 明确您希望通过社交软件计划完成的目标, 将有助于确保您实现目标。基于这些目标创建度量方法, 将提供一种框架, 您可以依据该框架度量结果和支持工作, 以进行调整来确保成功。

更多信息

要了解关于社交软件度量以及报告服务和工具的更多信息, 请访问以下网站:

IBM Software Services for Lotus

ibm.com/software/lotus/services

Lotus Connections度量和报告

ibm.com/software/lotus/services/socialsw_measurementreporting.html

Atlas for Lotus Connections

ibm.com/software/lotus/servicesatlasasset.html

关于作者

Chris Cooper是IBM Software Services for Lotus的一名协作和社交软件顾问

chris.n.cooper@uk.ibm.com

Mike Martin是IBM Software Services for Lotus的一名资深管理顾问

mmartin1@us.ibm.com

Terry Kiernan是IBM Software Services for Lotus的一名产品专家

theresa_kiernan@us.ibm.com



© 版权所有IBM Corporation 2010

IBM Corporation
Rogers Street
Cambridge, MA 02142
U.S.A.

在中国印刷
2011年5月
保留所有权利

IBM、IBM徽标、ibm.com、Lotus和Lotus Connectionse是国际商业机器公司在美国和其他国家(地区)的商标或注册商标。如果上述及其他IBM商标词汇在本文中第一次出现时标记了商标符号(®或™), 均代表在本文出版之际, 它们是IBM在美国或其他国家注册的商标或约定俗成的商标。此类商标在其他国家(地区)也可能是注册商标或约定俗成的商标。关于IBM商标的最新列表, 请访问ibm.com/legal/copytrade.shtml的“Copyright and trademark information”部分。

其他公司、产品和服务名称可能是商标

本出版物中对IBM产品或服务的引用, 不代表它们可用于所有IBM运营的国家。

^{1, 2} Gartner Reveals Five Social Software Predictions for 2010 and Beyond, 2010年2月2日; <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1293114> | 完整报告——“Predicts 2010: Social Software Is an Enterprise Reality”



请回收利用