



MOBILE BUSINESS

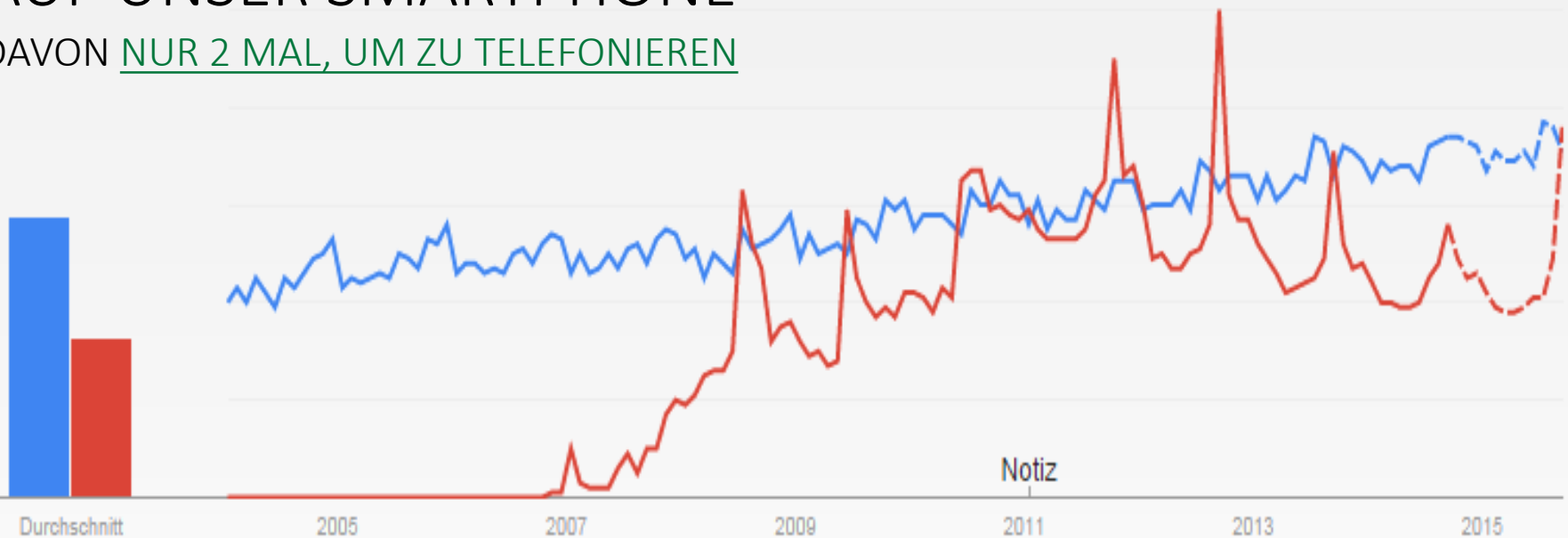
STUDIENRESULTATE,
POTENTIALE IDENTIFIZIEREN,
MODERN BUSINESS FORUM!

Christian Ruf christian.ruf@unisg.ch

Institut für Wirtschaftsinformatik

Universität St.Gallen

160 MAL SCHAUEN WIR TÄGLICH
AUF UNSER SMARTPHONE
DAVON NUR 2 MAL, UM ZU TELEFONIEREN



SMARTPHONE PENETRATION IM 2014
BEI DEN *15-29 JÄHRIGEN* SIND ES *9 VON 10*.
BEI DEN *50-74 JÄHRIGEN* SIND ES *43 PROZENT*.
LETZES JAHR WAREN ES NOCH 32 PROZENT.

MEHR ALS NUR EIN SMARTPHONE DIE DREI POTENTIALIALE VON MOBILE BUSINESS



Management-Perspektive

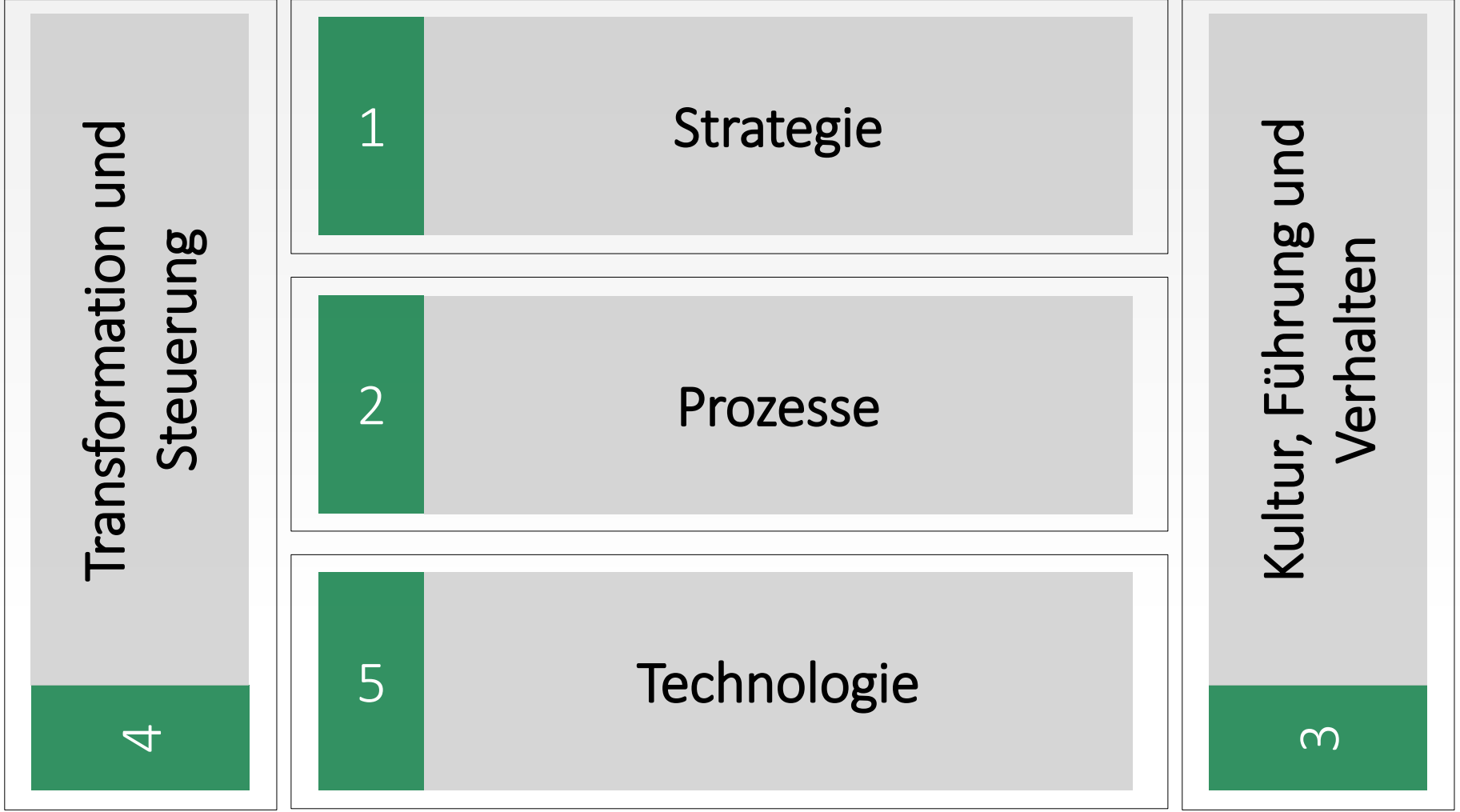
- Online-Fragebogen an 101 CIOs
- 12 Experteninterviews mit Entscheidungsträger



Mitarbeiter/Kunden- Perspektive

- Online-Fragebogen an 287 Mitarbeitende (Median 31 Jahre)
- Experiment mit 34 Studierenden der HSG (Median 25 Jahre)

Business Engineering Modell als Ordnungsrahmen





1

Strategie

- *Fehlende strategische Verankerung*
- *Insellösungen nicht integriert*
- *Keine Rollen bzw. Management-Positionen*

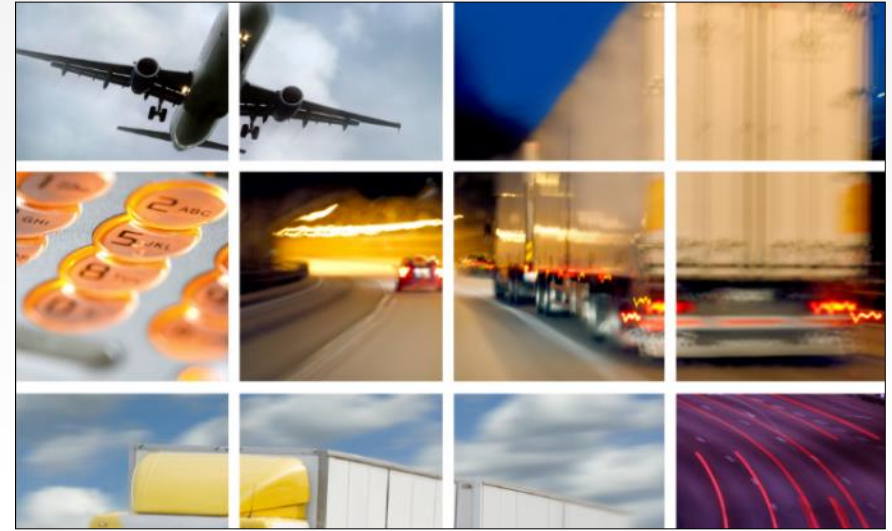
4 Transformation und Steuerung	1	Strategie	3 Kultur, Führung und Verhalten
	2	Prozesse	
	5	Technologie	

Mobile Business Strategie: *Wie werden Projekte initiiert?*



Innovationsprojekte stellen den aktuellen Trend an MBS Projekten:

- Oft aus Vorstand initiiert.
- Umfänge von 50.000€ bis in den Millionenbereich.
- Oft kein Business Case.



Fachbereichsprojekte stellen den Benchmark für MBS Projekte:

- Klarer Projektauftrag durch FB.
- Weiterer FB als Projektponsor.
- Wirtschaftlichkeitsrechnung.
- Wenig Gimmick-Charakter.



2

Prozesse

Prozesstransformationen und Lieferantenprozesse als unausgeschöpfte Potentiale

3 Transformation und Steuerung	1	Strategie	4 Kultur, Führung und Verhalten
	2	Prozesse	
	5	Technologie	

Das ganze Potential von Mobile Business ausnutzen...

Kanalerweiterung

- Zugriff auf bestehende Prozessdaten
- *Bsp.: Ansehen von Reports aus dem SAP-System*



Features und Funktionen

- Neue Features und Funktionen durch neue Sensoren
- *Bsp.: Augmented Reality im Mobile Banking von Westpac für Personal Finance Mgmt.*



Prozestransformation

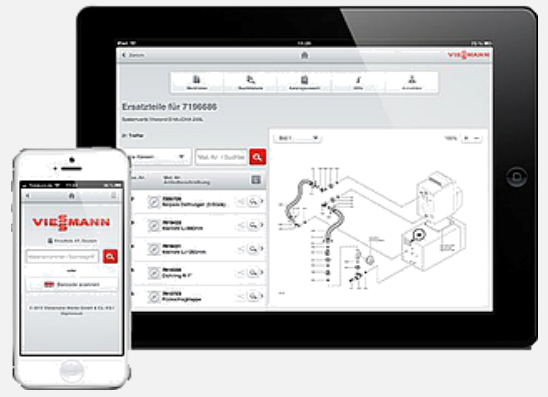
- Neudenken von Geschäfts- und Kundenprozessen
- *Bsp.: Ticketlaufprozess mit der SBB App*



... und das entlang der ganzen Wertschöpfungskette.

2.4 Lieferantenprozesse

- Transaktionen durchführen
- Qualität überprüfen
- *Bsp.: Nachbestellprozesse bei Heizungsmonteuren bei Viessmann*



3.2 Produktionsprozesse

- Produktionsplanung optimieren
- Kundenspezifisch fertigen
- Produktivität steigern
- *Bsp. Google Glass in Operationssälen*



3.2 Kundenprozesse

- Kundenbeziehungen entwickeln
- Kunden im Sales und After-Sales-Prozess beraten
- *Bsp. Loyalty und Payment in der Migros App*



Führung, Kultur und Verhalten

- *Mythos: «Ältere Führungspersonen sind nicht mobil»*

4 Transformation und Steuerung	1	Strategie	3 Kultur, Führung und Verhalten
	2	Prozesse	
	5	Technologie	



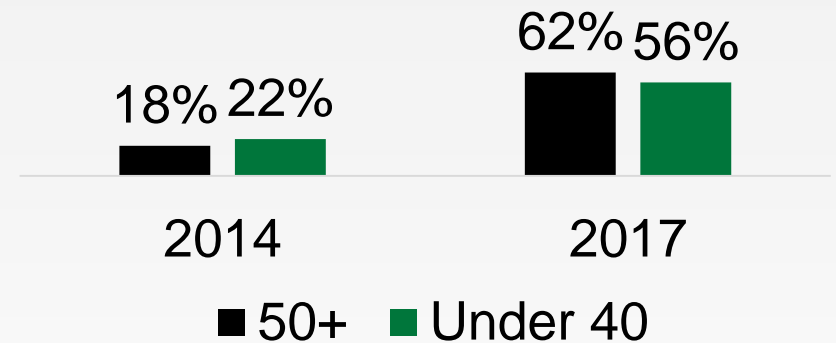
Ältere Manager sind bereits heute mobil!

NICHT NUR EMAIL LESEN

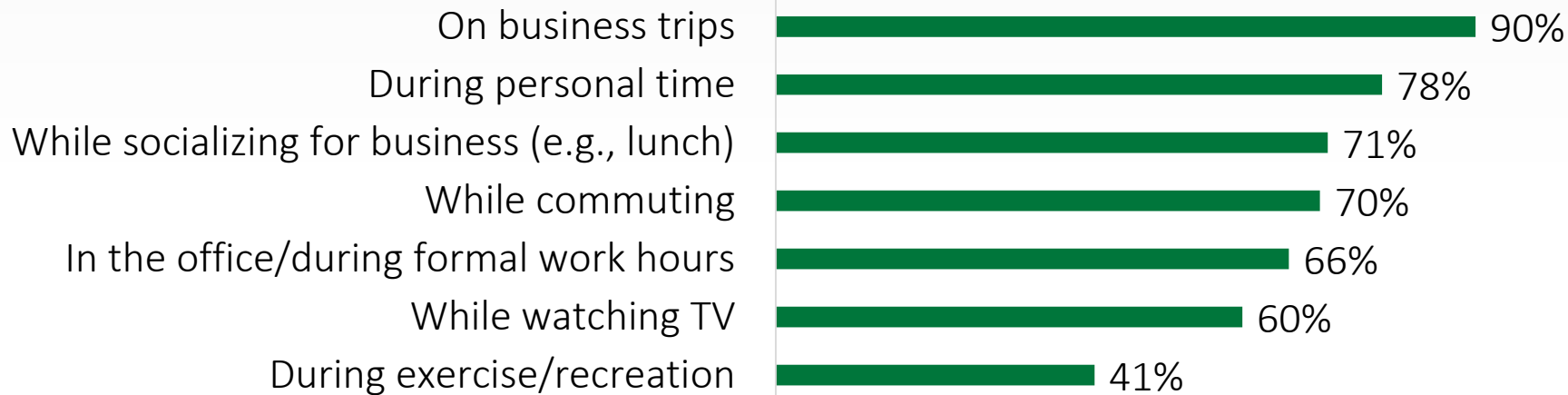
67%

FÜHLEN SICH
WOHL ÜBER
MOBILE
TRANSAKTIONEN
ZU TÄTIGEN

ALTERSUNABHÄNGIGE NUTZUNG



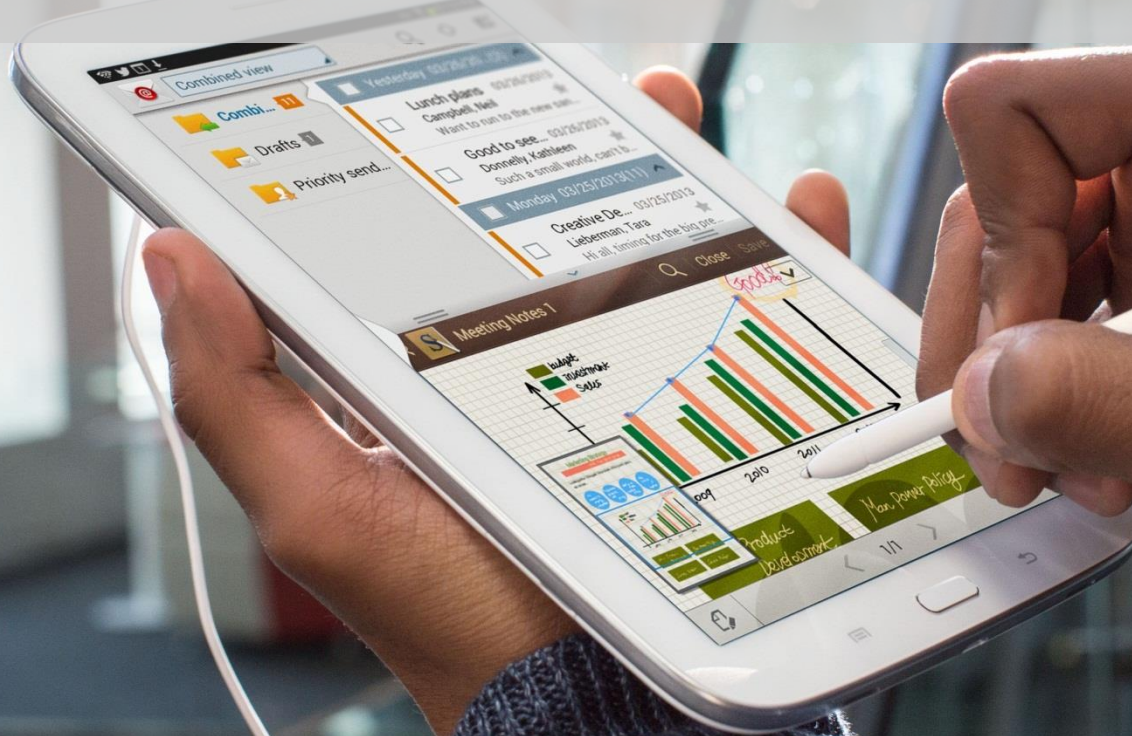
UBIQUITÄRE NUTZUNG



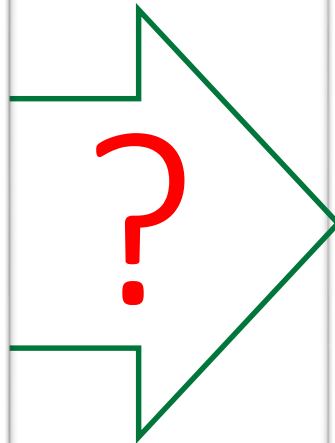
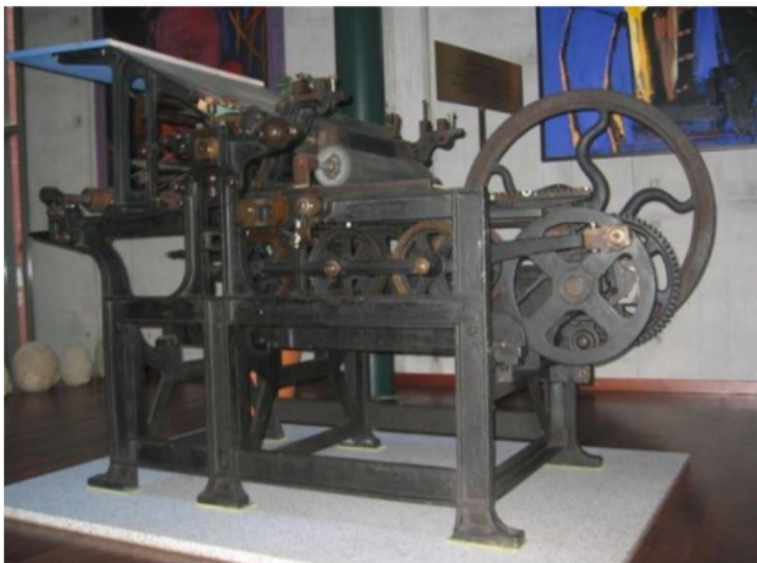
Digitale Transformation

Kannibalisierungseffekte lassen sich nicht vermeiden: Wir sollen sie suchen.

4 Transformation und Steuerung	1	Strategie	3 Kultur, Führung und Verhalten
	2	Prozesse	
	5	Technologie	



Transformation, aber wie?



Technologie

- ... ist nie das «Problem».
- «Consumerization of IT» beobachten und neue Trends für Mobile Business erkennen

4 Transformation und Steuerung	1	Strategie	3 Kultur, Führung und Verhalten
	2	Prozesse	
	5	Technologie	



“THE TREND IS REALLY
COMING FROM THE
CONSUMER IT – PEOPLE DO
SOMETHING AT HOME, THEN
THEY BRING IT TO WORK, AND
THEY BRING EXPECTATIONS OF
WHAT IT SHOULD DO.”

(CIO, Holcim)

Die dritte Generation von Enterprise Mobility



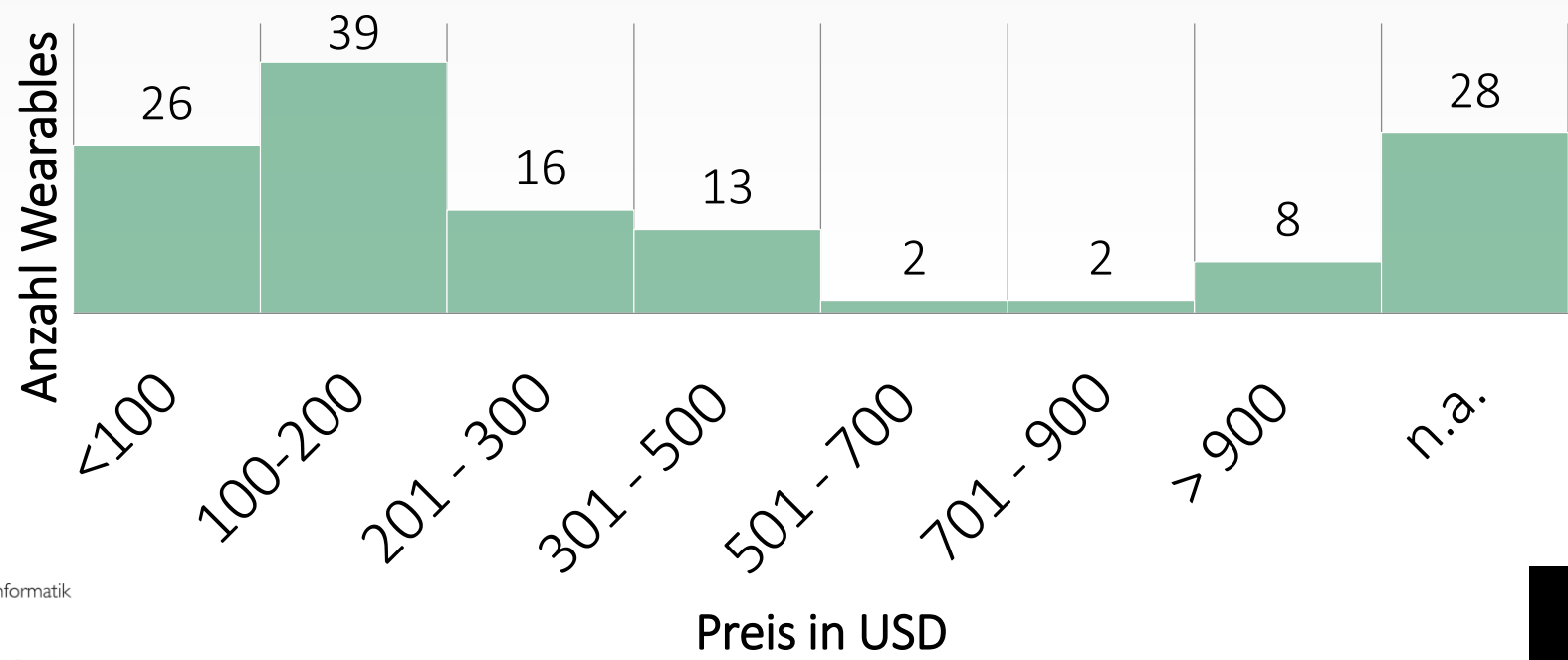
Die Vielfalt an Wearables ist schon gross.

Marktanalyse

Es gibt bereits eine Datenbank, von Wearables, welche bereits heute über 200 Devices umfasst.

Für das Projekt wurden 134 Wearables analysiert.

Die Findings





LANGE
AUTOFAHRT

SKIAUSRÜSTUNG
PACKEN

SIGHTSEEING

HOTEL
BEZIEHEN

PACKEN &
LOSFAHREN

KUNDEN
BESUCHEN

UNTER WEGS
TANKEN

EINSTEIGEN

ZIELORT
ANFAHREN

GEPÄCK
VERSTAUEN

GEPÄCKTRAGER
FÜR SKI / FAHRRÄDER
MONTIEREN

ROUTE
PLANEN

WO SIND
FREIE PARKPLÄTZE?

WIE KANN
ICH DAS TICKET
BEZAHLEN?

WO IST DIE
NÄCHSTE TANKSTELLE?
(UND WIE TEUER IST DIE??)

FREIE
PARKPLÄTZE?

KANN ICH
NOCH FAHREN?

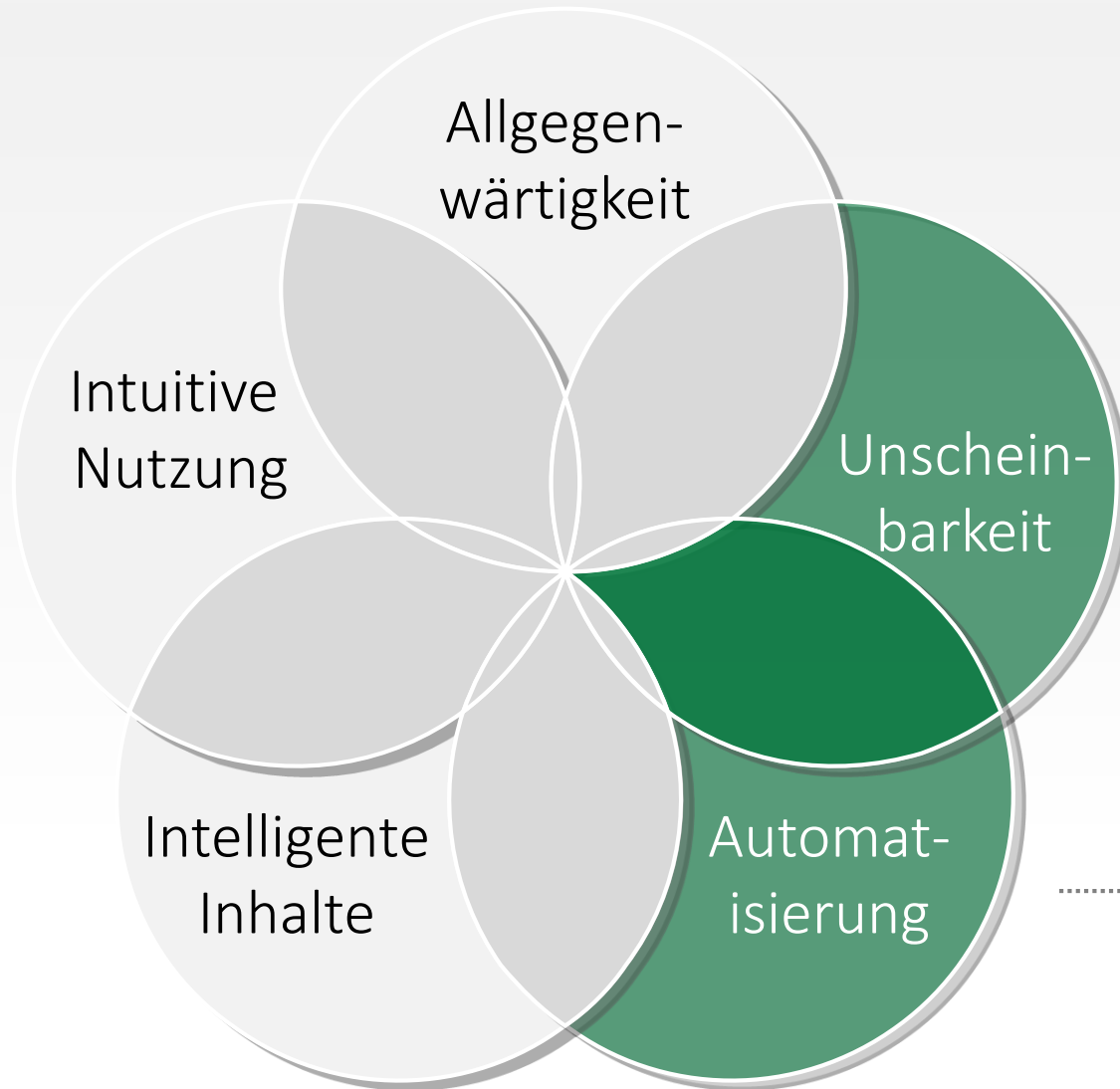
WO HABE
ICH PARKIERT?

T. II

Familienalltag

...

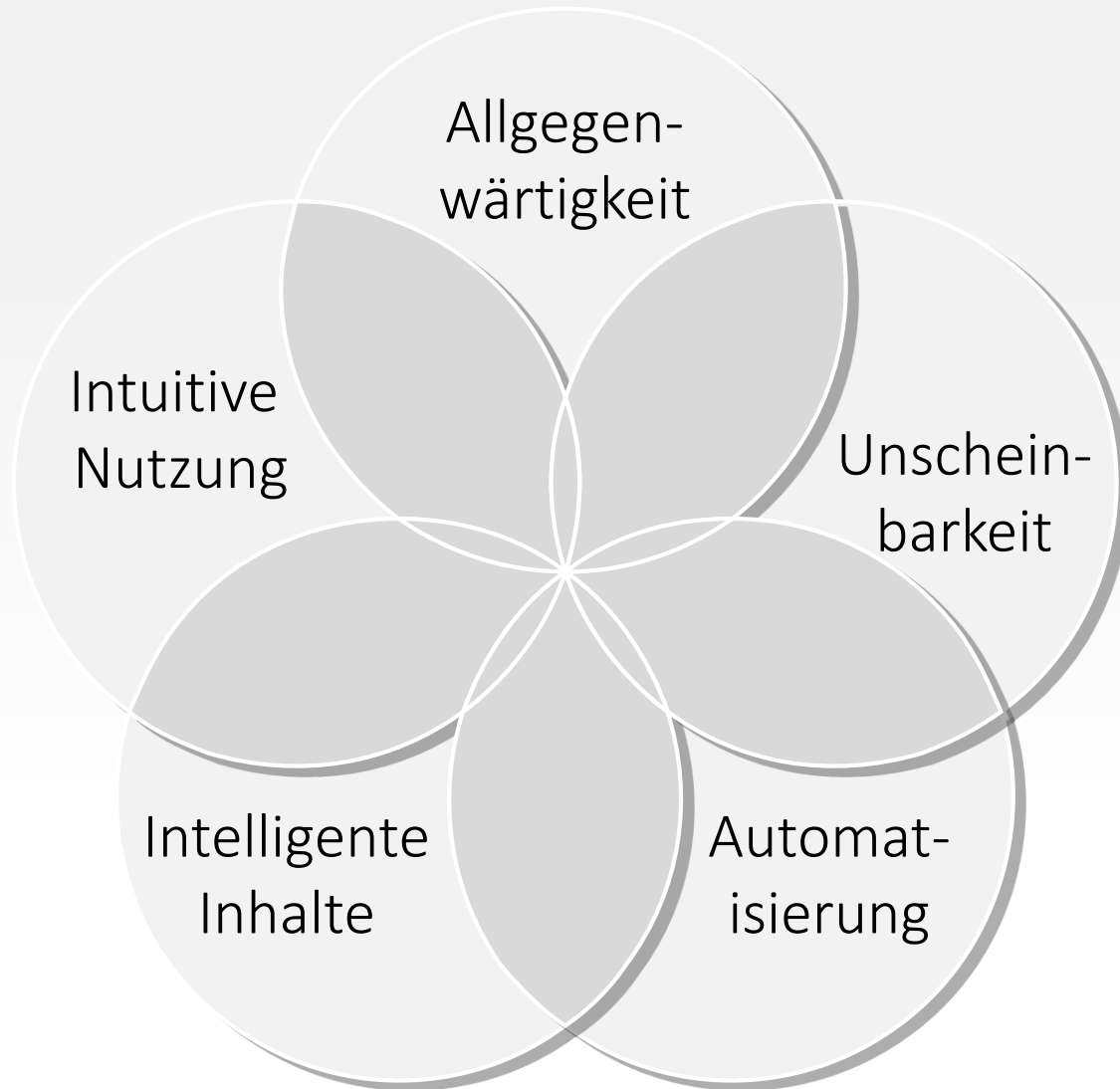
Wie sehen zwei neue Potentiale von Mobile Business.



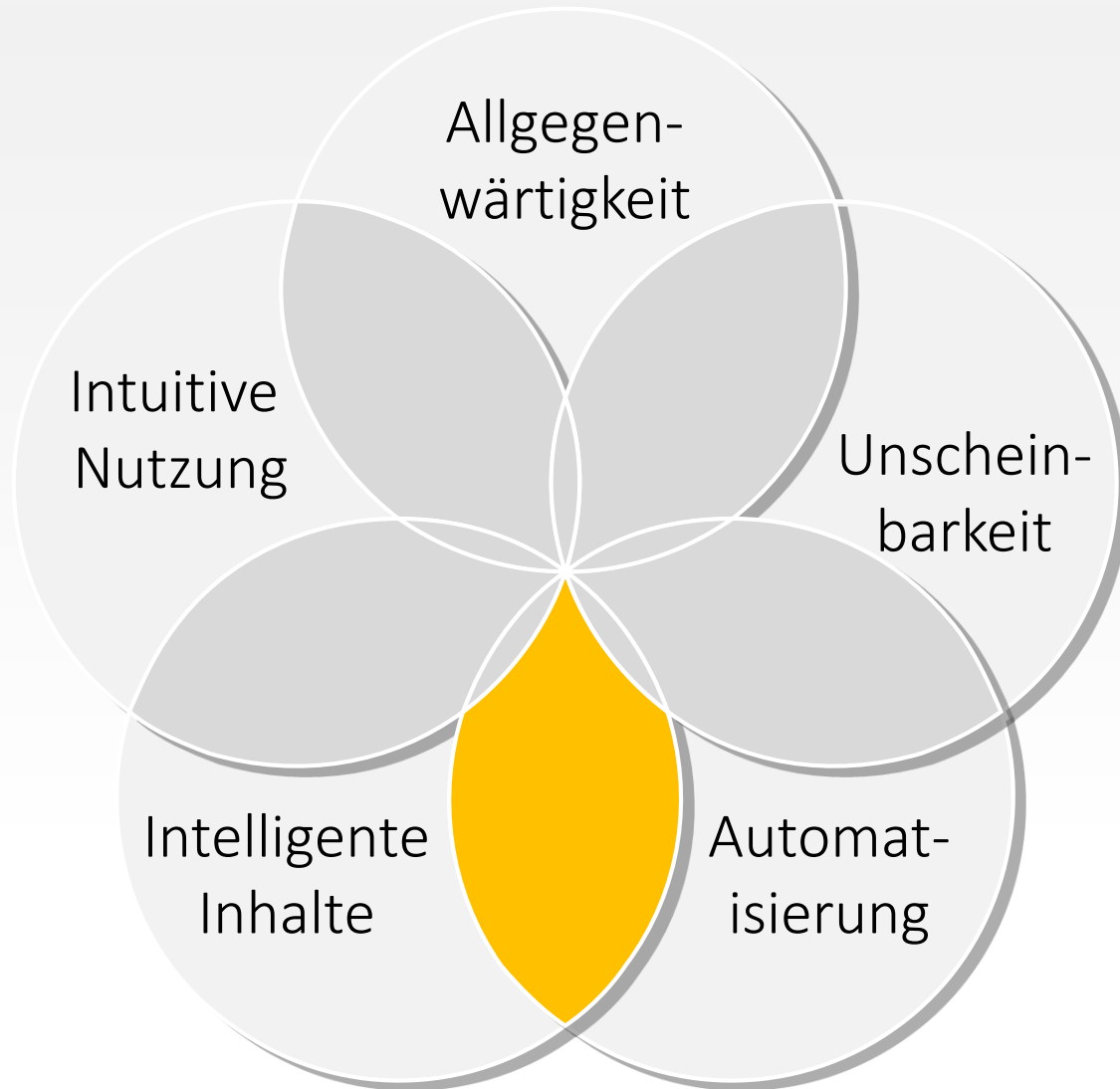
Mobile IT ist im Hintergrund und nicht mehr wahrnehmbar.

Kundenprozesse werden automatisiert.

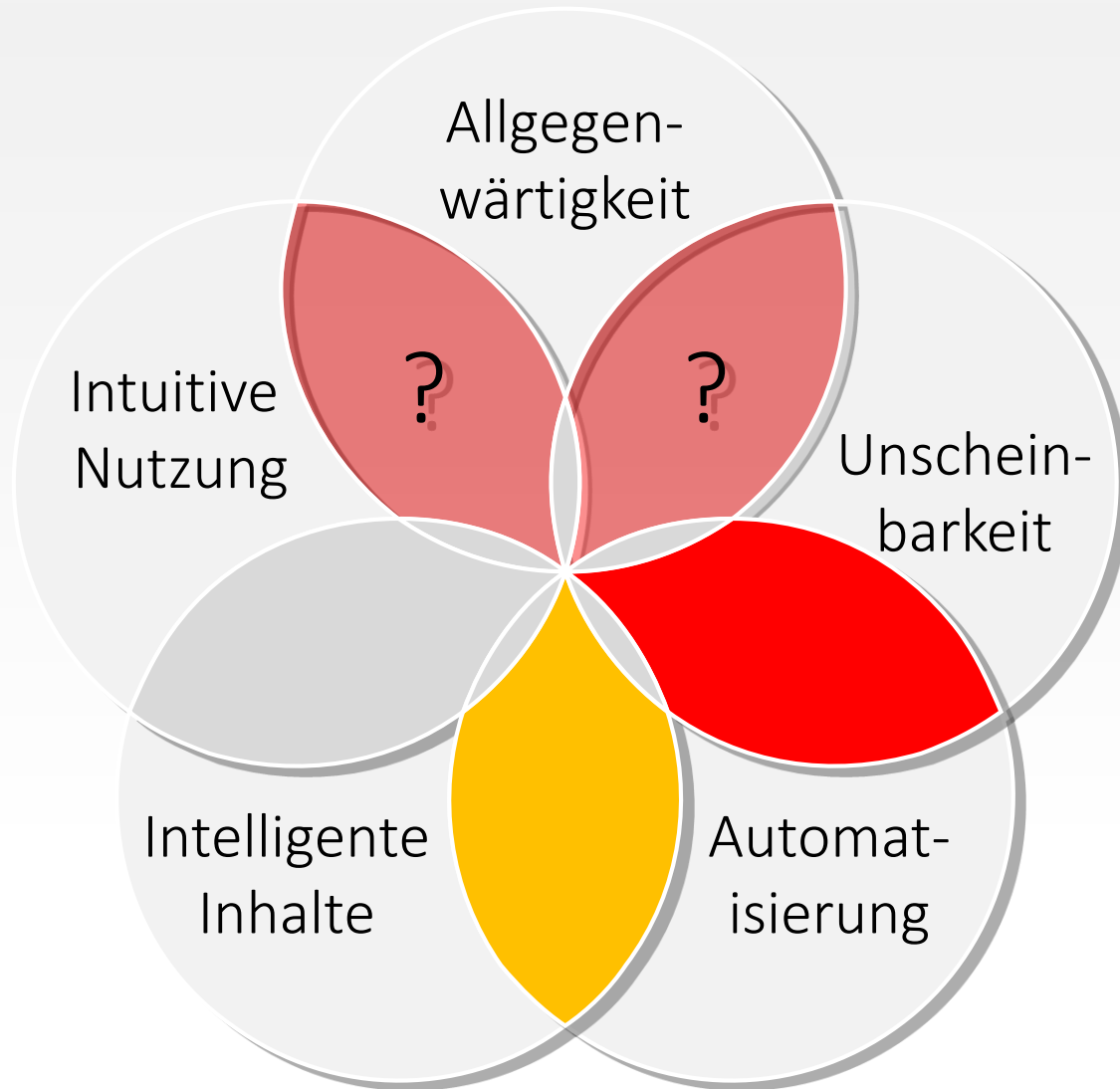
Was ist das Potential von Glasses und Smartwatches?



Was ist das Potential von Glasses und Smartwatches?

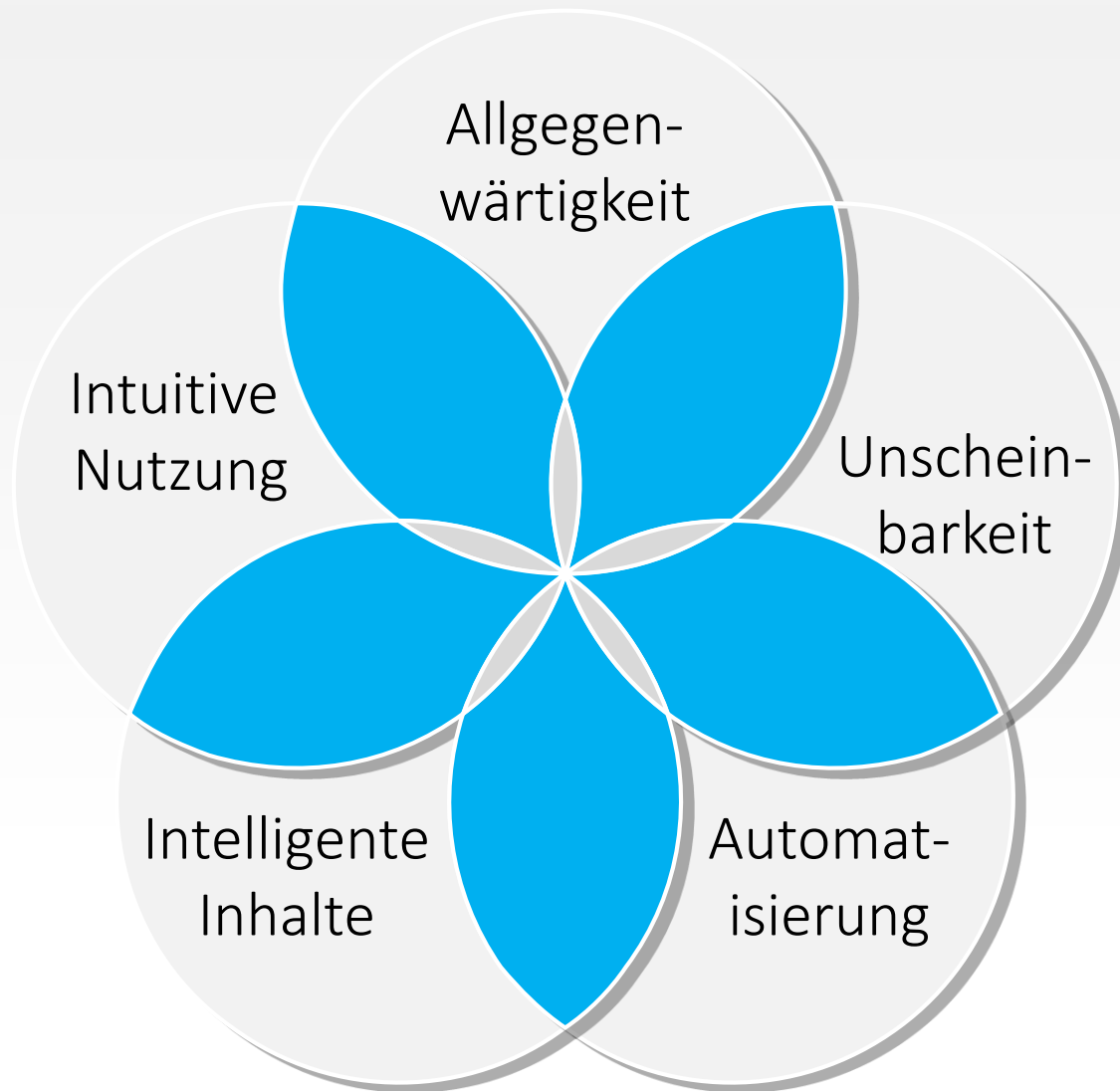


Was ist das Potential von Glasses und Smartwatches?



IHRE MOBILE
BUSINESS
SOLUTION?

Was ist das Potential Ihrer Mobile Business Solution?



IHRE MOBILE
BUSINESS
SOLUTION



GERNE BEANTWORTEN WIR
IHRE FRAGEN

CONTACT US



Prof. Dr. Andrea Back

Andrea Back ist Direktorin, Lehrstuhlinhaberin und Professorin für Wirtschaftsinformatik an der Universität St.Gallen. Sie leitet das CC Business 2.0 und das CC Mobile Business. Ihre Forschungsinteressen umfassen vor allem Wissensmanagement, Enterprise 2.0 und Collaboration Workspaces.

andrea.back@unisg.ch

Tel.: +41(0)71 224-2545



M.A. HSG Christian Ruf

Christian Ruf studierte Business Innovation an der Universität St.Gallen. Während des Studiums sammelte er Erfahrungen in Praxisprojekten und in der Lehre als Assistent an der ZHAW mit Schwerpunkten in Prozess-, Projektmanagement. Seit Oktober 2012 ist er in Themen rund um mobile Kollaborationsprozesse tätig.

christian.ruf@unisg.ch

Tel.: +41(0)71 224-2791