



ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE
Fakulta elektrotechnická
Katedra ekonomiky, manažerství a humanitních věd

Gulnara Abilova

Vnitropodniková sociální síť

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Ing. Martin Dobiáš, Ph.D.

Studijní program: Softwarové technologie a management

Obor: Manažerská informatika

2015

České vysoké učení technické v Praze
Fakulta elektrotechnická

Katedra ekonomiky, manažerství a humanitních věd

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Student: **Abilova** Gulnara

Studijní program: Softwarové technologie a management
Obor: Manažerská informatika

Název tématu:

Vnitropodniková sociální síť

Pokyny pro vypracování:

1. Vnitropodnikové sociální sítě, jejich možnosti, situace na trhu, technické požadavky
2. Možnosti provázání vnitropodnikových sociálních sítí s xRM systémy
3. Analýza a zhodnocení přínosů a nedostatků vnitropodnikové sociální sítě z pohledu managementu

Seznam odborné literatury:

1. Bednář V.: Marketing na sociálních sítích. Computer Press, 2011.
2. Pracook M.: Programujeme vlastní sociální síť. Computer Press, 2012.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Martin Dobiáš, Ph.D.

Platnost zadání: do konce zimního semestru 2015/2016

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu práce Ing. Martinu Dobiášovi, Ph.D., za odborné vedení, užitečné rady a připomínky, kterými přispěl ke vzniku této bakalářské práce.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předloženou práci vypracovala samostatně a že jsem uvedla veškeré použité informační zdroje v souladu s Metodickým pokynem o dodržování etických principů při přípravě vysokoškolských závěrečných prací.

V Praze dne 22/05/2015

Abstrakt

Cílem této bakalářské práce je podat základní informace o podnikových sociálních sítích, možnosti provázání vnitropodnikových sociálních sítí s xRM systémem. Důležitou částí práce je analýza a zjištění přínosů a nedostatků podnikové sociální sítě z pohledu managementu.

Klíčová slova: Podniková sociální síť, Yammer, IBM Connections, Chatter Salesforce, CRM, xRM,

Abstract

The aim of this Bachelor Thesis is to provide basic information on the enterprise social networks and their integration using xRM systém.

An important part of the work is devoted to the advantages and disadvantages of enterprise social networks from management's point of view.

Keywords: Enterprise social network , Yammer , IBM Connections , Chatter Salesforce, CRM, xRM

Obsah

1. Úvod	6
1.1. Vymezení problematiky	6
1.2. Cíle práce	6
1.3. Struktura práce	6
TEORETICKÁ ČÁST	7
2. Úvod do sociálních sítí	7
2.1. Klasifikace sociálních sítí	7
2.2. Zábava a sociální sítě	7
2.3. Práce a sociální sítě	9
2.4. Blogy a Mikroblogy	10
2.5. Multimédia	12
2.6. Zprávy a sociální síť	13
3. Podnikové sociální sítě	14
3.1. Úvod	14
3.2. Pojem firemní sociální síť	14
3.3. Klasifikace podnikových sociálních sítí	14
3.4. Největší hráči na současném trhu	15
3.4.1. Yammer Microsoft	16
3.4.2. Connections IBM	17
3.4.3. Chatter Salesforce	18
3.5. Technické požadavky	19
3.6. SWOT analýza podnikové sociální sítě	20
3.6.1. Silné stránky	20
3.6.2. Slabé stránky	21
3.6.3. Příležitosti	22
3.6.4. Hrozby	22
3.7. Možnosti podnikových sociálních sítí	23
3.8. Výhody a nedostatky využití podnikových sociálních sítí pro firmy	25
3.8.1. Výhody	25
3.8.2. Nedostatky	27
4. XRM a podniková sociální síť	28
4.1. Úvod do CRM	28
4.2. MS Dynamics CRM	29
4.3. XRM systém	30
4.4. Integraci Yammer s Microsoft Dynamics CRM	31
PRAKTICKÁ ČÁST	33
5. Nasazení podnikové sociální sítě	33
5.1. Yammer	33
5.2. IBM Connections	36
5.3. Chatter Salesforce	41
6. Průzkum využívání podnikových sociálních sítí	45
6.1. Předmět šetření	45
6.2. Cíle šetření	46
6.3. Hypotéza	46
6.4. Výběr respondentů a způsob sběru dat	46
6.5. Formulace otázek	47
6.6. Analýza dat	47
6.6.1. Demografické údaje	47

6.6.2.	Geografické údaje	48
6.6.3.	Zaměstnání	49
6.6.4.	Sociální síť	52
6.6.5.	Využívání cloudových nástrojů pro správu dokumentů zálohování dat v práci	56
6.7.	Shrnutí dotazníkového šetření	57
6.8.	Potvrzení hypotéz	59
7.	Závěr	60
7.1.	Naplnění cílů práce	60
8.	Seznam obrázků	61
9.	Seznam tabulek	62
10.	Seznam grafů	63
11.	Seznam použitých zdrojů	64
Příloha 1- Dotazník		65
Příloha 2 - Obsah přiloženého CD		67
Příloha 3 - Výsledky dotazníku		68

1. Úvod

1.1. Vymezení problematiky

Bakalářská práce se zaměřuje na téma podnikových sociálních sítí a jejich uplatnění ve firmách. V současnosti je nejrozšířenějším médiem komunikace internet. Mezi nejčastější způsob komunikace v internetovém prostředí se v současné době řadí sociální sítě, na kterých dnešní lidé tráví každodenně velké množství času. Proto firmy začaly využívat sociálních sítí pro usnadnění a urychlení práce i komunikace mezi zaměstnanci uvnitř podniku. Firemní sociální sítě jsou v současnosti rozpoznatelným trendem ve vnitřní podnikové komunikaci.

1.2. Cíle práce

Cílem teoretické části je zhodnocení přínosu a nedostatku podnikových sociálních sítí. Dalším cílem je popsat možnosti, technické požadavky a popsat možnosti provázání firemních sociálních sítí s xRM systémy.

Hlavními cíli praktické části je vyhodnocení hypotéz, které byly zvoleny, a vznesení závěrů.

1.3. Struktura práce

Bakalářská práce je klasicky členěna na dvě dominantní části – teoretickou a praktickou.

V teoretické části je uveden potřebný informační základ pro pochopení dané problematiky a pochopení další části – praktické. Praktická část je zaměřena na analýzu dotazníkového šetření a praktického nasazení podnikové sociální sítě.

Na začátku průzkumu je několik hypotéz, které se poté následným výzkumem buď vyvracejí, nebo potvrzují. Z těchto závěrů se vyvozuje doporučení a reálně se zhodnocuje situace.

Práce také obsahuje další podpůrné kapitoly jako je seznam tabulek, seznam obrázků nebo přílohy, kde se blíže specifikuje a doplňuje vlastní výzkum, nebo uvádí související věci s danou tematikou.

TEORETICKÁ ČÁST

2. Úvod do sociálních sítí

V dnešní době se stále častěji setkáváme s pojmem sociální síť, jejíž využití nabývá stále většího významu. Pokud bychom měli vysvětlit tento pojem někomu, kdo o něm v životě neslyšel, pak bychom použili definici, že se jedná o webovou stránku, na které společně komunikuje propojená skupina lidí. Jedná se o komunikační službu, která je plně závislá na internetovém připojení.

Množství sociálních sítí a počet registrovaných uživatelů denně roste exponenciálně. Sociální sítě spojují lidi různých věkových skupin, kultur, národností, chudé, bohaté atd.

Na sociálních sítích lidé komunikují mezi sebou, blahopřejí si k narozeninám, hodnotí cizí fotografie, dívají se na filmy, poslouchají hudbu, kupují letenky, hrají hry, hledají práci atd. Proto, čím více času člověk stráví na sociálních sítích, tím více soukromých dat sdílí.

Například jaké má zájmy, kamarády, kdy a kam jezdí na dovolenou, co kupuje, co čte, jakou hudbu poslouchá atd.

2.1. Klasifikace sociálních sítí

Sociální sítě se rozlišují následujícími parametry:

- podle zaměření:
Nejjednodušeji lze rozdělit sociální sítě podle zaměření. Například sítě, které jsou určeny pro zábavu, pro hledání zaměstnání, pro sdílení videa nebo audia, pro fotografie atd.
- podle dostupnosti:
Sociální sítě jsou otevřené všem, ale existují také uzavřené, kde uživatelé získají přístup pouze v případě obdržení pozvánky.
- na základě geografických parametrů:
podle země, města, regionu

2.2. Zábava a sociální sítě

Facebook, Google+, Qzone, Vkontakte jsou sociální sítě pro zábavu a mají značnou popularitu. Připojit se k nim může každý. Neobsahují žádná omezující kritéria, která by

člověku bránila stát se členem sociální sítě. Tyto sítě jsou ve stejné kategorii, a proto mají podobné cíle a funkce.

Cíl: otevřený systém sloužící hlavně ke komunikaci mezi uživateli, sdílení multimediálních dat, udržování vztahů a zábavy

Funkce:

- zed' s aktualitami
- chat
- vytvořit skupinu
- publikovat příspěvky a psát komentáře
- sdílet, nahrávat fotky, videa a dokumenty
- vytvořit událost
- vlastní profil
- vyhledávat přátele a skupiny
- lajkovat
- hry

a) Facebook

Facebook byl založen Markem Zuckerbergem, bývalým studentem Harvardovy univerzity. V současné době má 1,4 miliardy aktivních uživatelů. Z toho je denně aktivních přes 864 milionů uživatelů.

Zajímavosti:

- je zakázáno porušování autorských práv
- má jednoduchý design
- pokud kdokoliv na Facebooku objeví a zdokumentuje dle pravidel doposud neznámé bezpečnostní riziko, dostane odměnu ve výši nejméně 500 dolarů
- je požadováno potvrzení účtu pomocí mobilního čísla
- cílí reklamu na základě chování uživatele i mimo sociální síť
- reklama se zobrazuje v pravé části stránky
- integrace se Skypem, ICQ
- videokonferenční hovory

b) Google+

Google+ je internetová sociální síť provozovaná společností Google. Aktuálně má přes 540 milionů uživatelů. Provoz sítě byl zahájen 28. června 2011.

Zajímavosti:

- nejsou na něm prozatím žádné reklamy
- možnost organizovat své “přátele” do sociálních kruhů (Circles)
- videokonferenční hovory až s deseti přáteli současně pomocí služby Hangouts

c) Qzone

Čínská sociální síť a mikro blogovací síť telekomunikační společnosti Tencent Holdings, která byla založena v roce 2005. Počet uživatelů 800 milionů, z toho je denně aktivních přes 600 milionů.

Zajímavosti:

- Placené členství poskytuje služby navíc (např. upravit design stránky), včetně mobilních aplikací.
- Čím déle si uživatel platí členství, tím více služeb získá.

d) Vkontakte

Aktuálně má přes 190 milionů uživatelů a z toho je denně aktivních přes 45 milionů uživatelů. Vkontakte.ru je mezinárodní sociální síť, ruská obdoba amerického Facebooku, která byla založena v roce 2006. Zakladatel je Pavel Durov.

Zajímavosti:

- upload hudby
- upload krátkých i dlouhých videí
- vytvoření playlistů s hudbou a filmy
- k dispozici značné množství pirátského obsahu
- požadováno potvrzení účtu pomocí mobilního čísla
- reklama v síti VKontakte se zobrazuje oproti Facebooku v levé části obrazovky
- integrace s ICQ

2.3. Práce a sociální síť

Jednou z důležitých funkcí sociálních sítí je pomoc při hledání práce. Specializované sociální sítě umožňují uživateli hledat si práci. Nejeftektivnější sítě tohoto typu pro hledání zaměstnanců

jsou profesionální sociální sítě, jako je LinkedIn. V jiných si práce uživatele najde sama, například sítě freelancer.com nebo easytask.cz.

a) **LinkedIn**

LinkedIn je sociální síť pro “profesionály”. To znamená, že tím hlavním v profilu uživatele jsou kariéra, pracovní místa, vzdělání. Mnozí z uživatelů této sociální sítě již neposílají zaměstnavatelům životopisy, ale vystačí si s linkem na vlastním profilu, umístěným na LinkedInu. Celosvětově má LinkedIn přes 300 milionů uživatelů.

LinkedIn aktivně využívají specialisté HR. Nejprve vyhledávají pro ně zajímavé lidi, dále prohlíží jejich profil, následně je přidávají k přátelům. Začínají formální komunikaci a jakoby náhodou se začínají zajímat o případné změny práce a při pozitivní odpovědi volají osobně a zvou na pohovor. Tímto způsobem mohou zpracovávat současně data desítek lidí vhodných na konkrétní pozici. Pravděpodobnost, že najdou kandidáty, je velmi velká.

Zajímavosti:

- uživatelé mohou vidět, kdo navštívil jejich profil
- profil poslouží jako životopis
- statistika návštěvnosti
- základní profil je zdarma, za funkce navíc je potřeba zaplatit
- možnost vystavení referencí o podrobnostech spolupráce s kolegy ze sítě

2.4. **Blogy a Mikroblogy**

Blog je pravidelně či nepravidelně publikovaný "deníček" na internetu, kde se autor či skupina autorů zabývá určitým tématem. Autor blogu se nazývá blogger. Blog může být cokoliv, např.:

- internetový deník, magazín
- fotogalerie
- zápisník myšlenek a názorů
- místo pro oznamování novinek
- stránky školní třídy
- místo pro diskuzi s přáteli

Obsahem blogu je tematický text, fotky, videa, odkazy URL, reklama. Moderní blogy nabízejí blogerům základní funkce:

- textový editor podobný Wordu na psaní či formátování textu
- výběr vzhledu stránek

- nahrání obrázku z disku
- přehled nejnovějších příspěvků ve formátu RSS
- archivace starších příspěvků

a) **LiveJournal**

Blogovací platforma byla zahájena v březnu 1999. Rodiště platformy je USA, autorem je Brad Fitzpatrick. Blog podporuje více než 30 různých světových jazyků.

Blog-platforma nabízí další funkce:

- publikovat své a komentovat cizí příspěvky
- vést skupinové blogy ("komunity")
- přidávat do přátel jiných uživatelů
- sledovat příspěvky přátel

Platforma původně byla populární mezi novináři. Dnes je LiveJournal populárnější v prostředí kancelářských pracovníků. Dnes obsahuje hodně blogů na profesionální úrovni. Musím říci, že zde jsou blogy kvalitní, ale nejsou tak uživatelsky přívětivé.

b) **Blogger**

Společnost Pyra Labs vytvořila Blogger v roce 1999. Blogger obsahuje 95% tematických blogů, které publikují IT-specialisté, programátoři, webmasteři, seo, copywriting, atd.

Blog služba je dobře konfigurovatelná, uživatelsky přívětivá a funkční. Jednoduše se integruje s různými sociálními službami (Google+, Amazon).

Blog-platforma nabízí další funkce:

- nástroj umožňuje kompletní nastavení vzhledu (volná témata vzhledu, možnost upravovat HTML i CSS)
- publikování přes e-mail, SMS či dokonce MMS
- nastavit jednotlivá práva pro uživatele
- poskytuje statistiky

Mikroblogy jsou velmi podobné blogům s tím rozdílem, že příspěvek délkou obvykle nepřesahuje 160 znaků. Mezi nejoblíbenější globální mikro blogovací servery patří Twitter.

c) **Blog.cz**

Jedná se o český nástroj, který je kompletně v češtině. Blog služba je dobře konfigurovatelná, uživatelsky přívětivá. Skromnějšímu publikování (pro menší publikum) je tento nástroj dostačující. Blog.cz se neintegruje s různými sociálními službami, což je velká nevýhoda.

Samotný editor pro psaní/publikování textů je na ovládání velmi snadný. I když má spoustu nedostatků, co do velikosti úložného prostoru je velmi štedrý. Nabízí až 5GB a také poskytuje statistiky zobrazování návštěv blogu.

d) Twitter

Když v roce 2006 zakládal Jack Dorsey Twitter, zřejmě neměl ani tušení, jak populární se tato webová aplikace stane. V současné době se počet uživatelů odhaduje na 645 milionů.

Twitter je mikroblog, který umožňuje uživatelům posílat a číst příspěvky zaslané jinými uživateli, známé jako tweety. Tweet je textový příspěvek dlouhý maximálně 140 znaků, který se zobrazuje na uživatelské profilové stránce a na stránkách jeho odběratelů. Omezení zprávy na 140 znaků s sebou nese potřebu být stručný, vážit slova a přemýšlet o tom, která část informace je nejdůležitější.

2.5. Multimédia

a) ČSFD

Je Československá filmová databáze obsahující informace k většině natočených filmů, seriálů, televizních pořadů a dokumentů. Zaregistrovaní uživatelé mají možnost bodově ohodnotit film a napsat komentář. Celkové hodnocení se potom zobrazuje průměrně v procentech.

Zajímavé funkce:

- posílat zprávy uživatelům nebo přijímat zprávy od uživatelů
- vyhledávání novinek, videí, televizních stanic a TV programů, kin a uživatelů
- vlastní deníček
- galerie fotek
- integrace s Facebookem, Twiterem a Google+

b) YouTube

YouTube založila trojice bývalých zaměstnanců PayPalu v únoru 2005.

Počet aktivních uživatelů přesáhl 1 miliardu. YouTube je lokalizovaný v 56 zemích a je dostupný v 61 jazykových verzích.

Na YouTube mají uživatelé svůj profil (tzv. kanál), kde se mohou stručně představit a sdílet zde svoje videa, komentovat a odpovídat na komentáře ostatních uživatelů.

Každé video může na unikátní webové adrese vidět kdokoliv, kromě toho ale mohou jiní uživatelé libovolný kanál sledovat a nově zveřejněná videa cíleně odebírat.

Zajímavé funkce:

- integrace s Facebook, Twitter, Blogger, VKontakte, LinkedIn, LiveJournal, Reddit atd.
- vlastní playlist videa
- editor videa
- prezentace fotografií
- import videa z Google+
- služba YouTube Analytics

2.6. Zprávy a sociální síť

Aktuálně.cz, Hospodářské noviny, Lidovky.cz jsou deníky vycházející na českém internetu.

Před lety asi málokdo předpokládal, že budou noviny vycházet jen na internetu. Noviny více než dvě stě let byly nositelem zpravodajství. Web jejich historickou roli ukončil.

Moderní webové novinky by měly mít základní funkce:

- přihlášení se k odběru novinek
- sdílení na sociálních sítích
- diskuze k článkům
- vyhledávač novinek

3. Podnikové sociální sítě

3.1. Úvod

V době sociálních sítí (Twitter, Facebook a další) a komunikátorů (ICQ, Skype, atd.) většina firem zakazuje svým zaměstnancům na pracovišti používat sociální sítě, protože se domnívají, že je plýtváno časem zaměstnanců. Může to být pravda. Dle analýzy společnosti Falcongaze bylo zjištěno, že asi 40% pracovního času zaměstnanci tráví nad zábavou. Jsou to chaty, sociální sítě, čtení zpráv, nákupy přes internetové obchody, off-line a online hry.

Každý rok počet závislých na sociálních sítích roste. Proto podniky musí toto vzít v úvahu a snažit se tuto závislost využít pro své vlastní účely. Je možné vzít si to nejlepší, co mají sociální sítě, a uspokojit potřebu zaměstnanců ve virtuální komunikaci.

Jeden z klíčových a nejtěžších úkolů v každém podnikání je zřízení týmu zaměstnanců, který je schopen účinně spolupracovat na projektu. V současnosti jsou sociální sítě jednoduché, snadno pochopitelné a vhodné pro kolektivní práci.

3.2. Pojem firemní sociální sítě

„Firemní sociální sítě (Enterprise Social Networking - ESN) – softwarový nástroj, který slouží ke spojení lidí s lidmi, dat a informací s daty a informacemi, resp. lidí s daty a informacemi ve firemním prostředí. Otevřená komunikace a spolupráce uvnitř firemní sociální sítě posilují výměnu nápadů a informací, což prospívá k získávání a formulování uchovávaných znalostí a pozitivně působí na jeden z nejdůležitějších úkolů řízení organizace – řízení znalostí“.[9]

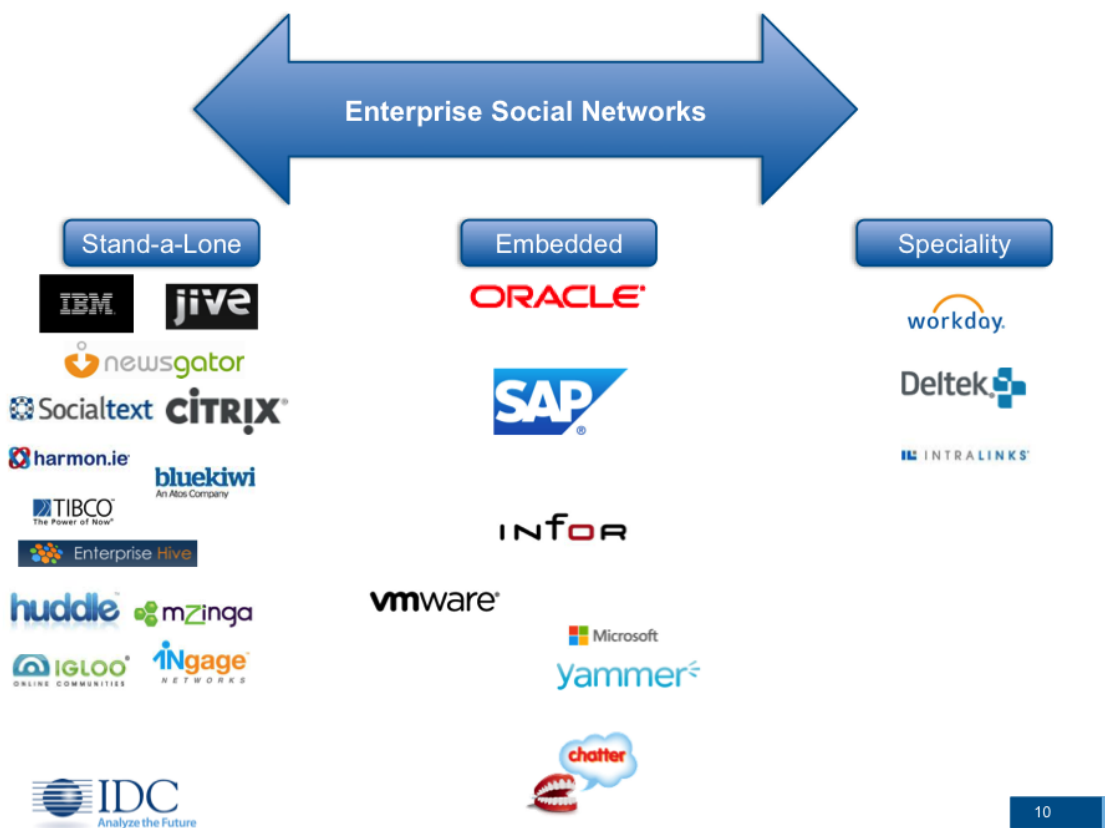
3.3. Klasifikace podnikových sociálních sítí

Podnikovou sociální sítě lze rozdělit na tři kategorie autonomní, vestavěné a speciální. [Obrázek 1]:

- a) *Autonomní* firemní sociální sítě - služby pro komunikaci mimo podnikovou sítě. Formálně nemají vztah k provozní činnosti podniku a jejich integrace s podnikovými aplikacemi je omezena na poskytování rychlého přístupu. Dva největší výrobci autonomních sítí jsou IBM a Jive.
- b) *Vestavěné* firemní sociální sítě se liší tím, že přístup k nim je možný přímo z podnikových aplikací. Nejčastěji jsou realizovány v podobě běžných widgetů, které jsou přidány na rozhraní těchto aplikací a umožňují efektivní komunikaci s ostatními

zaměstnanci, partnerny a zákazníky. Největší výrobce vestavěné firemní sociální sítě je Microsoft.

- c) *Speciální* firemní sociální síť se liší tím, že nabízí unikátní sadu funkcí, technologií nebo prováděných operací. Podle způsobu realizace této firemní sociální sítě mohou být *Autonomní* nebo *Vestavěné*, ale všechny jsou velmi specifické a předmětně zaměřené. Příkladem speciální ESN je Deltek Kona s jeho funkcemi plánování pracovního dne.



Obrázek 1 Podnikové sociální sítě

Na obrázku níže je prezentován graf ukazující hlavní dodavatele a příklady realizace tří zmíněných druhů podnikových sociálních sítí.

3.4. Největší hráči na současném trhu

Na trhu existují desítky různých podnikových sociálních sítí. Vývojem a tvorbou podnikových sociálních sítí pro velké podniky se zabývají většinou velké společnosti typu Microsoft, IBM, Jive, ale existují i jiní výrobci, kteří vytvářejí firemní sítě na míru pro střední a malé společnosti. V tomto roce společnost Gartner zveřejnila výsledky o trhu firemních sociálních sítí. [7]. Lídrem v oblasti podnikových sociálních sítí stali Microsoft, IBM, Jive, Salesforce, Tibco Software.

Na obrázku níže je prezentován Magic Quadrant ukazující 5 hlavních lídrů firemních sociálních sítí podle společnost Gartner v roce 2014.



Obrázek 2 Magic Quadrant pro podnikové sociální sítě [7]

3.4.1. Yammer Microsoft

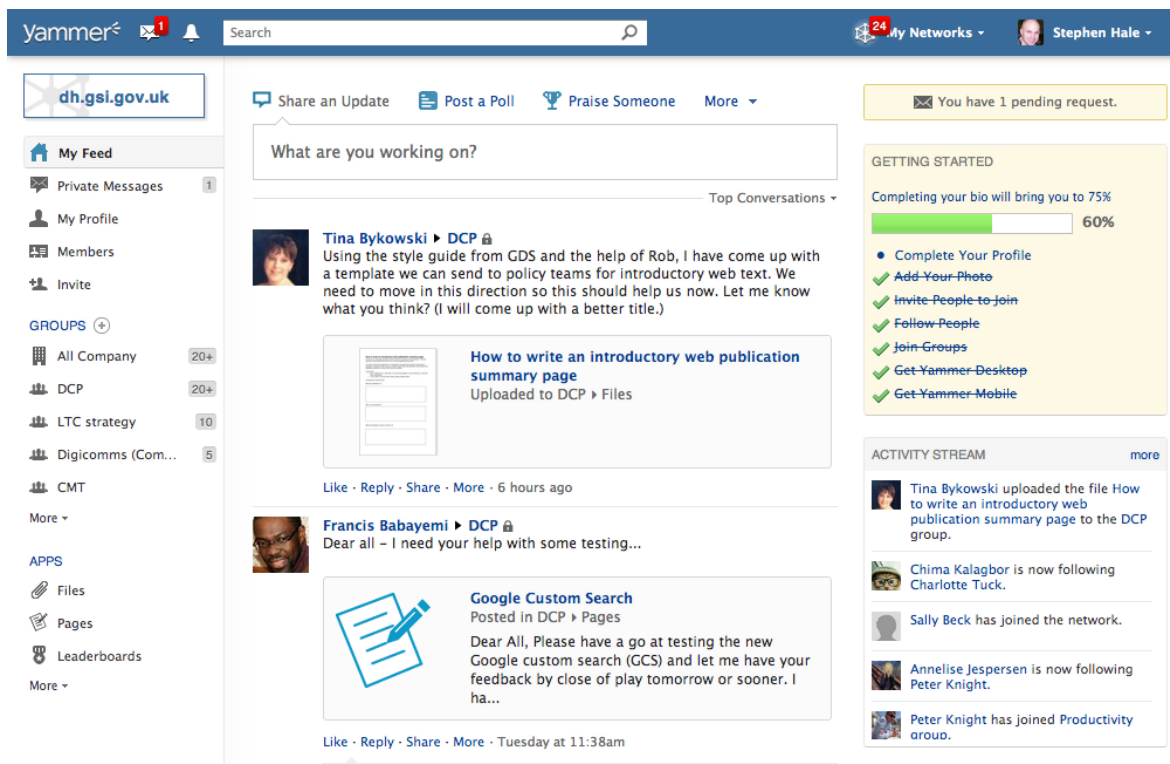
Yammer je obdoba známé služby Facebook. Odlišuje ji však zaměření na firmy a organizace. Jedná se o sociální síť určenou pro uzavřenou skupinu lidí. Jejím posláním je zrychlení a větší efektivita komunikace mezi členy týmu.

V roce 2010 Yammer získává více než 3 miliony uživatelů a 80 tisíc společností po celém světě ho využívá – patří sem 80 procent žebříčku Fortune 500. Během tohoto období, byla vypuštěna nová verze Yammer 2.0, která byla světu představena jako Facebook pro Business.

Na domovských stránkách naleznete produkt Yammer popsán jako „soukromá sociální síť, která pomáhá zaměstnancům spolupracovat z nejrůznějších oddělení, míst a firemních aplikací.“ (Yammer, 2014)

Tuto síť využívá 85 % největších amerických společností z Fortune 500, například Ford, Telefónica O2, DHL, Shell, Deloitte, UNICEF, Ebay, LG Electronics, AMD a 200 000 dalších i menších organizací z celého světa.

Na níže uvedeném obrázku je zobrazen detail základní pracovní plochy podnikové sociální sítě Yammer.



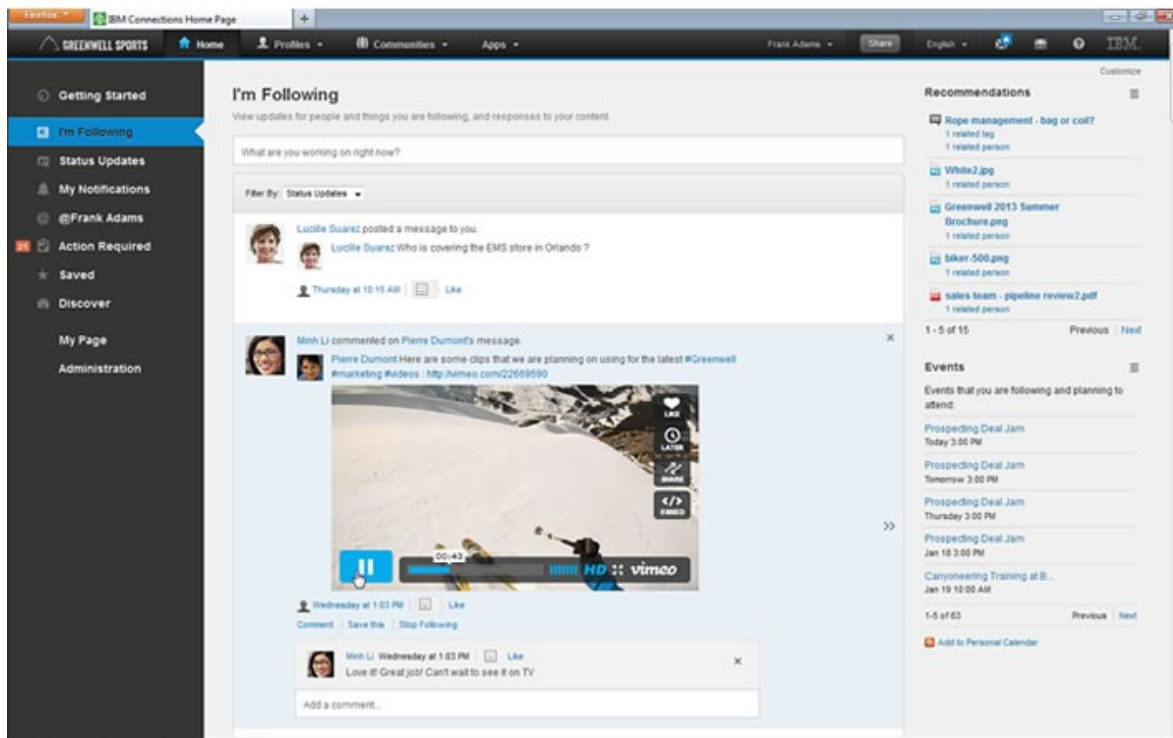
Obrázek 3 Prostor sociální sítě Yammer

3.4.2. Connections IBM

IBM Connections je další SaaS systém, který běží na mobilu nebo počítači. Podniková sociální síť IBM Connections je určena pro sdílení informací mezi zaměstnanci i obchodními partnery zákazníků. Řešení lze provozovat jak v cloudu, tak na firmou vlastněné hardwarové infrastruktuře.

Nabízí samozřejmě integrace se softwarem IBM včetně IBM Sametime, IBM Lotus Notes, IBM Lotus Quickr, IBM Rational Team Concert, IBM FileNet, IBM Content Manager a softwarem třetích stran jako Microsoft SharePoint, Microsoft Windows Explorer, Microsoft Outlook a Microsoft Office.

Na níže uvedeném obrázku je zobrazen detail základní pracovní plochy podnikové sociální sítě IBM Connections.



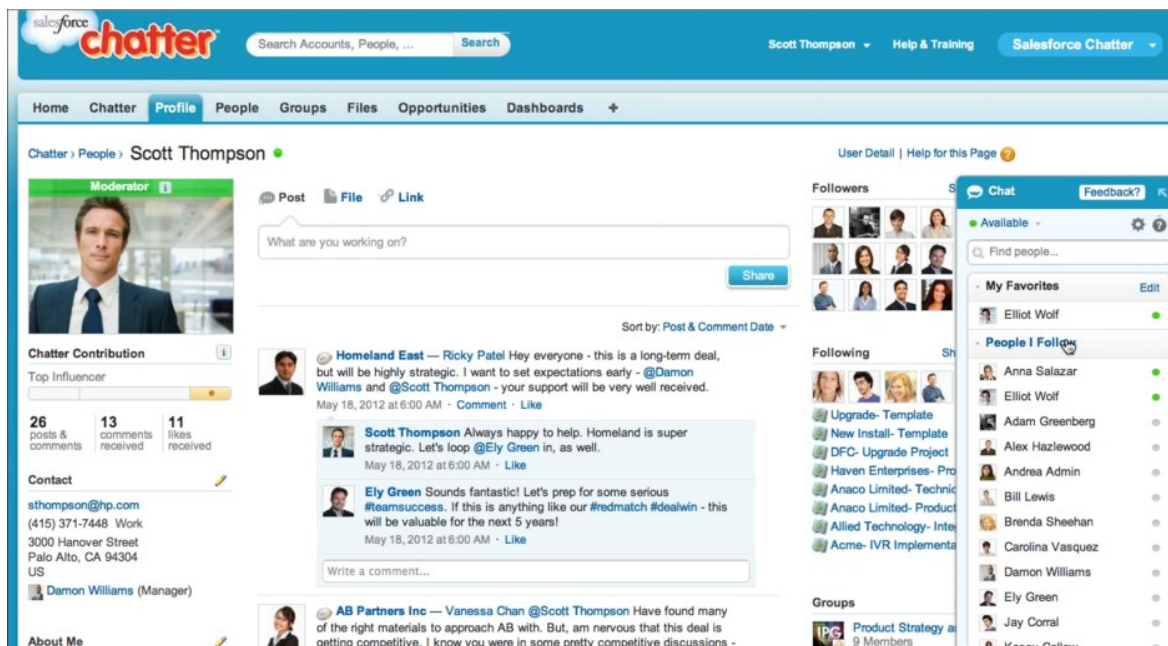
Obrázek 4 Prostředí sociální sítě IBM Connections

3.4.3. Chatter Salesforce

Chatter je další z produktů kategorie Podnikové sociální sítě. Světlo světa spatřila v červnu roku 2010 a o její vydání se postarala společnost Salesforce. Chatter je podobně jako Yammer platformou pro real-time spolupráci uživatelů. Informace jsou zde předávány aktivně pomocí real-time news streamu a uživatelé tak mohou sledovat informace o spolupracovnících, zasílaných novinkách o projektech v reálném čase. Nepostradatelnými funkcemi je samozřejmě možnost tvorby pracovních skupin, messaging mezi spolupracovníky a mnoho dalších.

Chatter nabízí Možnost spolupráce mezi jakýmkoli aplikacemi postavených na platformě Force.com. Funkce pro spolupráci zahrnují již zmiňované sdílení a update informací v reálném čase, uživatelské účty a mnoho dalších. Pro vývojáře zároveň tato platforma otevírá nekonečné Možnosti pro přizpůsobení. Podívejme se nyní na výčet toho, co Chatter přináší.

Na níže uvedeném obrázku je zobrazen detail základní pracovní plochy podnikové sociální sítě Chatter.



Obrázek 5 Prostředí sociální sítě Chatter

3.5. Technické požadavky

V této části jsou popsány technické požadavky pro podnikových sociálních sítí.

Technické požadavky	Yammer	Chatter Salesforce	IBM Connections
Mobile app			
BlackBerry		BlackBerry OS 10.2	Blackberry 7.0
IOS	iOS 5.0	iOS 7.0	iOS 6.1
Android OS	Android 2.2	Android 4.2	Android 2.3
Windows OS	Windows 7		
SaaS			
Cloud Storage	✓	✓	✓
Integrace			
Outlook účet	✓	✓	✓
SharePoint	✓	✓	✓
Office365	✓	✓	✓
Microsoft Office 2010			✓
Microsoft Office 2013			✓
OS Desktop			
Windows	Windows XP (32-bit, 64-bit)	Microsoft: XP (32-bit, 64-bit)	Windows 7 SP1 (32-bit, 64-bit)
Mac	OS X 10.5	OS X 10.5	OS X 10.9 (x86-64)
Linux			Red Hat Enterprise Linux (x86-32)
Server			
Windows			Windows Server 2008

			(x86-64)
Linux			SUSE Linux Enterprise Server 11 (x86-64)
Browser			
Internet Explorer	Internet Explorer 8	Internet Explorer 7	Internet Explorer 8
Firefox	Nejnovější Verze	Nejnovější Verze	FireFox ESR 24
Chrome	Nejnovější Verze	Nejnovější Verze	Chrome 31
Safari	Nejnovější Verze	Safari 5.X	Safari 7.0

Tabulka 1 Technické požadavky

3.6. SWOT analýza podnikové sociální sítě

SWOT analýza je metoda, pomocí níž lze velmi přehledně identifikovat silné a slabé stránky podniku ve vztahu k příležitostem a hrozbám, jejichž původcem je vnější prostředí.

S: Silné stránky	24/7 dostupnost Budování znalostní organizace Rychlé šíření informací Snížení času na vyhledávání Přístupová práva Varovat konflikty Školení Cloud Žádná reklama
W: Slabé stránky	Cena Podpora online Angličtina Snižují produktivitu práce ROI
O: Příležitosti	Mobilní verze Integrace do CRM
T: Hrozby	Zabezpečení informací legislativa Soulad Negativní publikace

Tabulka 2 SWOT analýza

3.6.1. Silné stránky

- **24/7 dostupnost**

Pracovní týden již dnes neznamena 5 dní v týdnu po 8 hodinách, a ani dovolená není kompletně oddělena od práce a nečekaných důležitých rozhodnutí.

Firemní sociální síť je dostupná neustále 24 hodin denně, 7 dní v týdnu.

- **Budování znalostní organizace**

Firmy se snaží, aby jejich zaměstnanci mezi sebou sdíleli své znalosti a dovednosti, a díky tomu se z nich stávají lepší a výkonnější zaměstnanci.

- **Varovat konflikty**
Firemní sociální síť umožňuje kontrolovat "emocionální pozadí" týmu a včas varovat konflikty.
- **Rychlé šíření informací**
Informace se rychle rozšiřuje v reálném čase jiným uživatelům.
S použitím firemní sociální sítě mohou pracovníci konečně upustit od obvyklého namáhavého papírování a neustálého rozesílání mailů. Publikovat materiály mohou všichni zaměstnanci, nikoliv pouze správci. Komunikace směřuje zdola nahoru.
- **Snížení času na vyhledávání**
Místo toho, aby pracovník trávil spoustu času u vyhledávače nebo nad firemními směrnicemi, může se místo toho obrátit na své přátele a kolegy, kterým v daném odvětví důvěřuje.
- **Přístupová práva**
Viditelnost důležité informací, lze nastavit pomocí přístupových práv. Sdílet dokumenty a nastavovat jim různá oprávnění tak, aby na daný dokument viděla vždy pouze pověřená osoba, a to bez nutnosti povolování a nastavování přístupů konkrétní IP adrese pro konkrétní složku.
- **Školení**
Rychlé zaškolení nových zaměstnanců.
- **Cloud**
Většina podnikových sociálních sítí je v cloudu. Poskytuje dálkový přístup k podnikové síti. Organizace mohou spolupracovat napříč časovými pásmy, spojit se s kolegy z různých koutů světa a komunikovat mnohem efektivněji než dříve.
Nevyžaduje kapitálové investice do serverového hardware a software vyžadující odepisování.
- **Žádná reklama**
Firemní sociální síť neobsahuje žádné reklamy jako u facebooku.

3.6.2. Slabé stránky

- **Cena**
Náklady na software jsou hrazeny formou měsíčního předplatného, které se objednává podle počtu uživatelů. Pokud se velká mezinárodní firma rozhodne zavést firemní

sociální síť pro celou svou síť poboček, znamená to pro celou firmu významnou investici v řádu desítek či stovek milionů korun v následujících několika letech.

- ***Uživatelská podpora online***

Existují sice uživatelská fóra, na kterých je množství novinek o modulech a jejich využití a také i příklady z praxe. Pokud se objeví nový problém, se kterým se doposud firma nesešla, má nulovou šanci na vyřešení.

- ***Angličtina***

Problémem je, že většina firemních sociálních sítí nepodporuje češtinu (neplatí pro IBM Connections).

- ***Snižují produktivitu práce***

Jsou reálné obavy, že tyto sítě pouze snižují produktivitu práce, neboť zaměstnanci budou trávit veškerý volný čas na chatování s kolegy.

- **ROI**

Návratnost investic je obtížně vyčíslitelná, protože přínosy jsou často těžko uchopitelné.

3.6.3. Příležitosti

- ***Mobilní verze***

Mobilní verze podnikové sítě je k dispozici pro Ipad, Tablet, Smartphone.

- ***Integrace do CRM***

Zprávy i statusy z podnikové sítě se zobrazují přímo v okně CRM. Při aktivitách na sociálních sítích je také možné s kolegy v týmu snadno sdílet například kontakty či dokumenty z CRM, což usnadňuje a urychluje týmovou spolupráci.

3.6.4. Hrozby

- ***Zabezpečení informací***

Stálým nebezpečím spojeným s užíváním sociálních sítí je i riziko vnějšího narušení počítačových sítí společnosti. Tyto útoky mohou znamenat ztrátu citlivých údajů a také narušení služeb IT.

- ***Legislativa***

Není podporována legislativní aktualizace.

- ***Soulad***

Existuje také riziko, že pořízení podnikových sítí nebude mít úspěch a hlavně nebude využito většinou zaměstnanců ve firmě

- **Negativní publikace**

Často se pak stane, že na příspěvek zareagují podobně naladěni lidé a z jednoho komentáře se stane nekontrolovatelná smršť negativních názorů a to přímo na „oficiálním facebookovém prostoru firmy“. To opravdu není dobré.

3.7. Možnosti podnikových sociálních sítí

Podniková sociální síť - to je portál pro zaměstnance, postavený na principu sociální sítě včetně pokročilých funkcí pro komunikaci mezi účastníky. Sociální síť může poskytovat přístup externím uživatelům, partnerům a prodejčům. Obvykle přístup do firemní sociální sítě je uzavřen pro externí uživatele.

Podívejme se nyní na výčet toho, co nabízí podnikové sítě Yammer, Chatter, Salesforce.

Co produkt nabízí:	Yammer	Chatter Salesforce	IBM Connections
Sdílení dokumentů a obsahu			
Upload dokumentů	✓	✓	✓
Upload fotografií	✓		✓
Upload videa	✓		✓
Mikrobloging	✓	✓	✓
Možnost zobrazování externího obsahu (RSS)	✓		✓
Možnost sledovat historii změn dokumentů	✓		✓
Fulltextová dohledatelnost dokumentů	✓	✓	✓
Sdílení dokumentů metodou Drag and Drop	✓	✓	✓
Zobrazení dokumentů přímo v prohlížeči	✓	✓	✓
Řazení dokumentů do složek	✓		
Přístupová oprávnění			
Podpora různých stupňů uživatelských oprávnění	✓	✓	✓
Připojení pomocí jiné sociální sítě (facebook apod.)	✓		
Administrátor může modifikovat přístupová oprávnění	✓		✓
Podpora SSL	✓		✓
Podpora Single Sign-On protokolu	✓	✓	✓
Sdílení dokumentů z externího zdroje (e-mail apod.)	✓	✓	✓
Dashboard			
Univerzální vyhledávání	✓		✓
Zvýraznění relevantního obsahu	✓	✓	✓
Automatické upozorňování na události	✓	✓	✓
Organizování obsahu dle zájmů uživatele (Bookmarking)	✓	✓	✓

Zanášení klíčových slov do obsahu (Tagování)	✓	✓	✓
Customizace dashboardu		✓	✓
Kolaborace			
Web content management	✓		✓
Kolaborativní práce na dokumentech	✓	✓	
Sledování změn v dokumentu a jejich historie	✓		✓
Automatické ukládání změn v dokumentu	✓		✓
Komunity			
Vytváření interních komunit (uvnitř systému)	✓	✓	✓
Možnost napojení na externí komunity (vně systému)	✓		
Zapojení zákazníků do komunit (B2C)	✓		
Kontakty			
Import kontaktů do CSV	✓		
Automatický update kontaktů	✓	✓	✓
Manuální vložení kontaktu	✓	✓	✓
Content management			
Middleware pro připojení různých systémů pro správu dokumentů a digitálního obsahu	✓		✓
Funkce pro zabezpečení obsahu	✓		✓
Funkce pro vyhledávání obsahu	✓		✓
Vytváření harmonogramů a plánů v rámci platformy	✓		✓
Idea management			
Zachytávání zpětné vazby o nápadech, produktech apod.	✓		✓
Možnost hlasování o nových nápadech, produktech apod.	✓	✓	✓
Možnost komentování nových nápadů, produktů apod.	✓	✓	✓
Možnost dotazníků pro nové nápady, produkty apod.	✓		✓
Hodnocení			
Možnost uživatelů komentovat obsah	✓	✓	✓
Možnost uživatelů hodnotit obsah	✓		✓
Možnost vkládat doporučení	✓	✓	✓
Sdílení obsahu sociálních médií			
Možnost sdílení na více sítí zároveň	✓		✓
Reportování aktivit			
Analýzy nad sociální sítí	✓	✓	✓
Sledování počtu propojených uživatelů	✓		✓
Sledování propojení ve skupinách	✓		✓
Sledování aktivit spojených s publikací obsahu	✓		✓
Prvky sociální sítě			
Tvorba uživatelského profilu	✓	✓	✓

Vyhledávání uživatelských profilů	✓		✓
Možnost napojení na veřejné sociální sítě (Facebook apod.)	✓	✓	✓
Úkoly a kalendář			
Možnost importu kalendáře a úkolů z externího zdroje	✓		

Tabulka 3 Vlastnosti sociální sítě Yammer, Chatter Salesforce, IBM Connection

3.8. Výhody a nedostatky využití podnikových sociálních sítí pro firmy

3.8.1. Výhody

Scénářů využití podnikové sociální sítě je určitě mnoho a každá firma si najde ty své, které ji pomohou zefektivnit komunikaci a spolupráci pracovníků.

Podle výzkumu McKinsey Global Institute použití podnikových sociálních sítí optimalizuje mnoho procesů:

- přístup k informacím se provádí o 77 % rychleji
- náklady na komunikaci sníží o 60 %
- zjednodušený přístup ke znalostem domácích odborníků o 52 %
- cestovní náklady sníží o 44 %
- spokojenost zaměstnanců se zvyšuje o 41 %

c) získat rychlou odezvu

Komunikovat s kolegy napříč organizací a zároveň ihned vědět, který z kolegů je právě k dispozici a který je například na jednání.

d) Podporuje inovace

Každá společnost jde dál a rozvíjí se, pokud zaměstnanci jsou neustále intelektuálně a i emocionálně zapojeni do procesu vývoje. Široké zapojení pracovníků v rámci sociálních sítí, kteří je využívají, především ke komunikaci zajišťuje neustálé spojení pracovníků s vizí společnosti

e) Přístupová práva

Sdílet dokumenty a nastavovat různá oprávnění tak, aby na daný dokument viděla vždy pouze pověřená osoba, a to bez nutnosti povolování a nastavování přístupů konkrétní IP adrese pro konkrétní složku

f) virtuální tým

Vytváření virtuálních týmů (například projektových) a možnost sdílení informací a dokumentů pouze mezi členy dané skupiny.

g) pro nové zaměstnance

Když do firmy nastoupí nový zaměstnanec, stačí jej odkázat na diskuzi pro nové zaměstnance. V diskuzi získá jak základní firemní dokumenty, tak také odpovědi na otázky, se kterými se potýkali jeho kolegové, kteří byli přijati dříve. Nový zaměstnanec se tak mnohem rychleji integruje do firemního prostředí.

h) integrace se CRM

Další rozměr přináší integrace do podnikových aplikací. Např. integrace se CRM, kdy obchodník potřebuje pomoci s obchodní příležitostí. Díky integraci publikuje svůj dotaz přímo v dané obchodní příležitosti, tento příspěvek se samozřejmě objeví na podnikové sociální síti a někdo zareaguje, odpoví, pomůže. Pro odpovědi pak obchodník nemusí navštívit podnikovou sociální síť, ale odpověď nalezne přímo u dané příležitosti v CRM aplikaci včetně příložen.

i) integrace a propojení s jinými systémy

Velikou příležitostí v rámci sociálních sítí je také integrace a propojení s již existujícími informačními systémy, databázemi, aplikacemi apod. Integrací plánovaného systému s nejrůznějšími již existujícími systémy se dá docílit vzniku jakéhosi portálu, který bude sjednocovat a umožňovat mnoho funkcionalit bez nutnosti navštěvovat externí aplikace. Příkladem propojení může být napojení systému na poštovního klienta včetně kalendáře a plánování událostí. Při takovémto propojení je možné odesílat a pracovat s poštou, zveřejňovat komunikaci dalším osobám, přikládat odkazy na jednotlivé zprávy, plánovat k nim události apod.

j) Využívání sociální sítě v mezinárodní společnosti

Nasazení a využívání sociální sítě v mezinárodní společnosti představuje možnost, jak jednoduše komunikovat s kýmkoliv z jakékoliv pobočky/země s minimálními náklady. Je možné získat podporu v případě potřeby, aktuální informace a dopředu se připravit na vznikající příležitosti či naopak minimalizovat přicházející nebezpečí či hrozby. Tento druh důležitých informací se v současné době pomocí klasických prostředků a systémů distribuuje velmi omezeně i přesto, že pro společnost mohou mít zásadní význam.

3.8.2. Nedostatky

Na první pohled ve firemních sociálních sítích neexistují žádné nedostatky. Ale jako v každém systému i zde existují rizika.

Například:

- existuje také riziko, že pořízení podnikových sítí nebude mít úspěch a hlavně nebude využito většinou zaměstnanců ve firmě
- dále jsou reálné obavy, že tyto sítě pouze snižují produktivitu práce, neboť zaměstnanci budou trávit veškerý volný čas na chatování s kolegy
- obavy, že se nepodaří podnikovou sociální síť integrovat s jinými podnikovými systémy
- Náklady na software jsou hrazeny formou měsíčního předplatného, které se objednává podle počtu uživatelů. Pokud se velká mezinárodní firma rozhodne zavést firemní sociální síť pro celou svou síť poboček, znamená to pro celou firmu významnou investici v řádu desítek či stovek milionů korun v následujících několika letech.

4. XRM a podniková sociální síť

4.1. Úvod do CRM

CRM (Customer Relationship Management) je přístup k řízení společnosti, kdy do centra všeho dění je postaven zákazník. Tomu je podřízen následně vývoj, marketing, prodej, technická podpora, atd.

CRM je přístup jak identifikovat, získat a udržet si zákazníka. Dovoluje organizacím spravovat a sladit interakce se zákazníkem. CRM pomáhá firmám zvýšit hodnotu každé takové interakce a tím dosahovat lepších ekonomických výsledků.

CRM systém lze rozdělit do tří kategorií: samostatné CRM systémy, které lze propojit s jakýmkoliv ERP řešením, ERP systémy s integrovanou CRM funkcionalitou, specifická řešení, která svou funkcionalitou přesahují oblast CRM, a přitom je nelze zařadit mezi ERP systémy.

Klíčové procesy CRM:

- řízení kontaktů
- řízení marketingu
- servisní služby
- řízení obchodu (podpora prodeje)

a) Sběr dat a vyhodnocování kontaktů se zákazníky

Úkolem CRM systému je umožnit co nejnázve zaznamenat čas, téma a průběh každého kontaktu se zákazníkem. CRM systém pak prostřednictvím svých reportovacích nástrojů snadno umožní zodpovědět si důležité otázky jako:

- Proč zákazníci nejčastěji kontaktují?
- Jakým způsobem zákazníci nejčastěji kontaktují?
- Jaké procento zákazníků je spokojeno s výrobky/službami?
- S jakými výrobky/službami jsou zákazníci nejspokojenější?

b) Řízení a vyhodnocování marketingových kampaní

Častou funkcí CRM systémů je řízení a vyhodnocování marketingových kampaní. Marketing používá různé komunikační kanály (např. televize, rozhlas, internet, e-mail, klasická pošta). Kombinuje je tak, aby se mu podařilo šířit povědomí o firemních značkách, a trvale zlepšuje pozitivní vnímání firmy a zajištění interakce se zákazníkem.

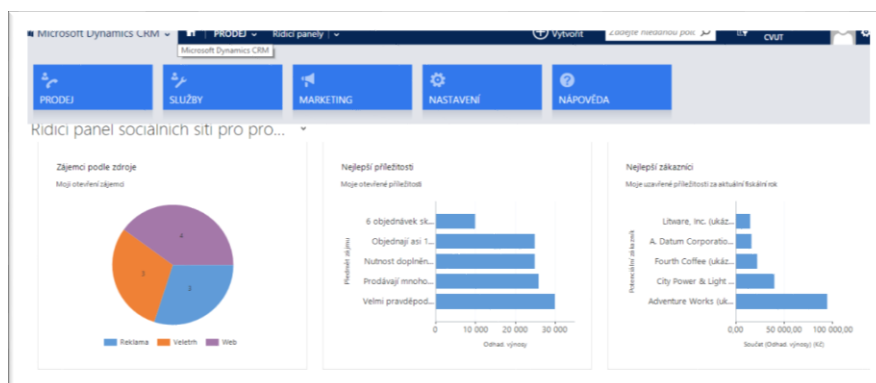
Procesy marketingu zahrnují oslovování trhu, potenciálních zákazníků, konkrétních nových zákazníků a zároveň působí na ty současné. Obvykle je taková komunikace rozdělena do marketingových kampaní (plánování, návrh, realizace, hodnocení kampaní).

c) Prodejní a obchodní procesy

Obchodní procesy těsně navazují na marketingové. Jejich hlavním cílem je prodej výrobků či služeb potenciálním zákazníkům i stávajícím zákazníkům. Zahrnují vše od obchodní nabídky až po uzavření smluvního vztahu, zajištění plnění a poprodejní služby. Zahrnují kompletní dialog s konkrétním zákazníkem od jeho získání, potvrzení smluvních dokumentů, přes realizaci plnění až po péči a další prodej. Právě v obchodních procesech je jedno z těžišť budování dlouhodobého vztahu se zákazníkem. Další důležitý pilíř spočívá v poprodejních službách a komunikaci.

4.2. MS Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM obsahuje několik modulů – prodej, marketing a servis. Nabízejí funkce a možnosti k lepšímu zacílení nových zákazníků, řízení obchodních aktivit a řešení servisních případů.



Obrázek 6 Prostředí Microsoft Dynamics CRM

- CRM je integrováno do aplikace Microsoft Outlook
- systém je možné obsluhovat přímo přes webové rozhraní
- systém je také přístupný off-line
- systém pomáhá zvýšit produktivitu, jelikož všechny informace o klientech jsou dostupné na jednom místě
- systém nabízí úzkou integraci s ostatními technologiemi společnosti Microsoft a produkty třetích stran
- lokalizaci do mnoha jazyků včetně češtiny

4.3. XRM systém

Nejmodernějším trendem v oblasti CRM systému je tzv. XRM neboli All Relationship Management.

Koncept XRM řešení představuje systém řízení (evidenci, správu) vztahů s jakýmkoliv subjekty. Může se jednat o řízení vztahů nejen se zákazníky (CRM), ale i s obyvateli, dodavateli, franšizanty, obchodními partnery, uchazeči o zaměstnání a jinými subjekty.

V systémech XRM se můžeme často setkat i s funkcemi, které nejsou typické pro CRM. Příkladem těchto funkcí je vymáhání pohledávek, evidence uchazečů o zaměstnání, správa spisů a kauz, správa žádostí o EU fondy, vytváření prodejních kolekcí atd. Některé společnosti tak CRM systém ve finále používají i jako odlehčenou náhradu za ERP systém.

Na obrázku níže je uvedena tabulka, ve které popsání rozdíly mezi CRM a XRM.

	CRM	XRM
Definice	C = Customer / zákazník správa zákazníků, automatizace marketingu, prodeje a servisních operací	= jakákoliv business entita správa všech business vazeb, není rozdíl mezi předdefinovanou entitou a jakoukoliv implementovanou dodatečně, řídí kompletní proces A-Z
Používá	marketing, obchod, servis	jakýkoliv team společnosti
Ke správě	vztahů se zákazníky	jakékoliv vazby
Automatizace	marketingu, obchodu, servisu	jakýchkoliv procesů
Sleduje	360° stupňů pohledu na zákazníky	bez limitu
Možnosti	omezené, limitováno tvůrcem software bez možnosti kustomizace	bez limitu, všechny části aplikace, od formulářů, sloupců, procesů, až po integrace jsou podporovány

Tabulka 4 Rozdíly klasického CRM a XRM [8]

XRM je stejná platforma, která je základem pro dnešní Microsoft Dynamics CRM.

Dynamics XRM platforma umožňuje doplnit CRM libovolné další moduly jako je například projektové řízení (od příležitosti, forecastu nákladů a výnosů, vykazování času na projektech, až po fakturaci a tisk předávacích protokolů), integraci e-shopem, správa pohledávek, call

centrum, zákaznický helpdesk, projektové objednávky a mnoho dalších možností užití [obrázku 8].

Řízení partnerů	Evidence majetku	Řízení zaměstnanců	Program Management	Řízení obchodu
Řízení dodavatelů	Evidence pojištění	Řízení náborů	Řízení projektů	Správa dotací
Řízení smluv	Evidence vozidel	Řízení zdrojů	Produkt Management	Správa licencí
Řízení vztahů	Správa právních vztahů	Lifecycle Management	Řízení aktivit	Řízení legislativy

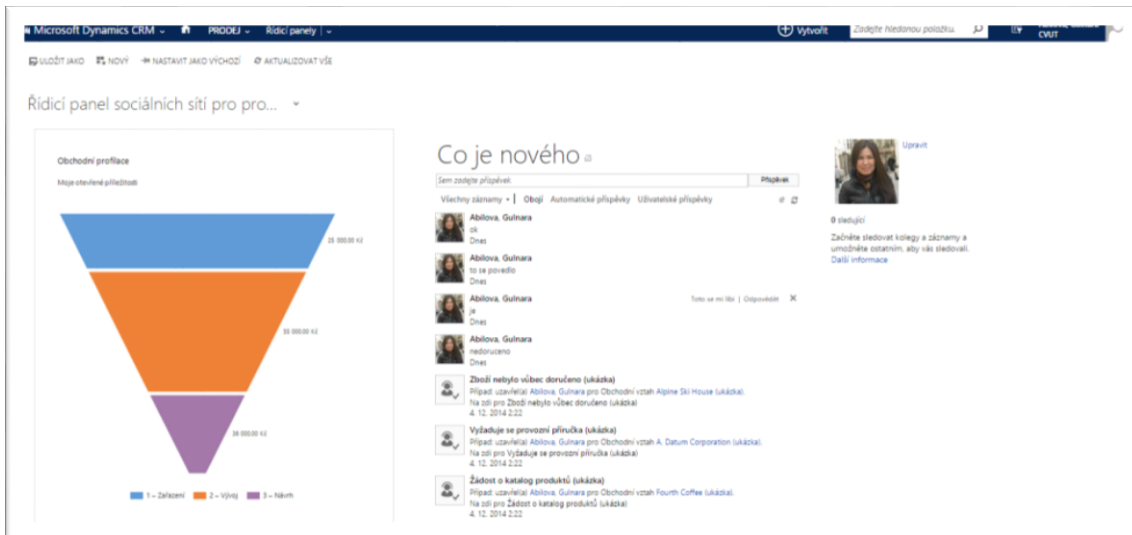
Obrázek 7 Moduly Microsoft Dynamics CRM

4.4. Integraci Yammer s Microsoft Dynamics CRM

Integrace Microsoft Dynamics CRM s Yammer znamená, že uživatelé budou schopni spolupracovat s kolegy v organizaci nebo se třetími stranami mimo firewall bez obav o bezpečnost.

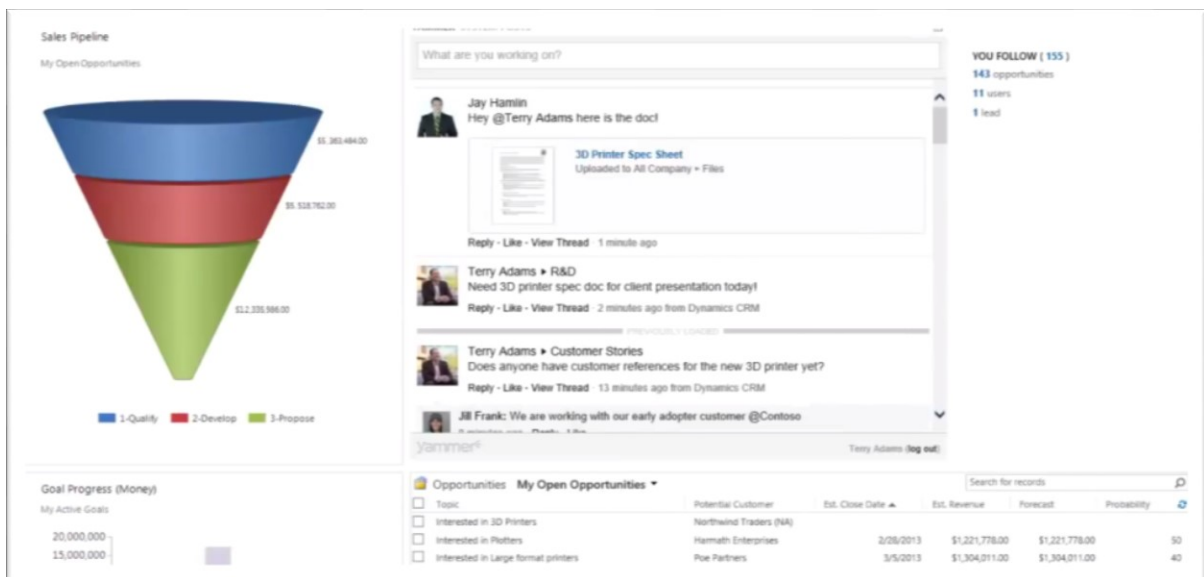
Zprávy i statusy ze sítě Yammer se zobrazují přímo v okně Dynamics CRM. Při aktivitách na sociální síti je také možné s kolegy v týmu snadno sdílet například kontakty či dokumenty z Dynamics CRM, což usnadňuje a urychluje týmovou spolupráci.

Zkušební verze Microsoft Dynamics CRM obsahuje oblast “Příspěvky”. Uživatel si může vložit svůj obrázek, který se zobrazí u všech komentářů, a do jedné podúrovně komentovat příspěvky ostatních. Políčko “Co je nového” slouží pouze pro psaní krátkých textových zpráv. [Obrázek 8] Jak je vidět na obrázku, zkušební verze nemá integraci s Yammer.



Obrázek 8 Prostředí Microsoft Dynamics CRM (zkušební verze)

V licenční verze Microsoft Dynamics CRM systému se zobrazí dvě nové karty Yammer a Systémové příspěvky (nahradil „příspěvky“) v pracovní oblasti. Toto políčko slouží pro psaní krátkých textových zpráv, sdílení dokumentu a obrázků.



Obrázek 9 Prostředí Microsoft Dynamics CRM (licenční verze)

PRAKTICKÁ ČÁST

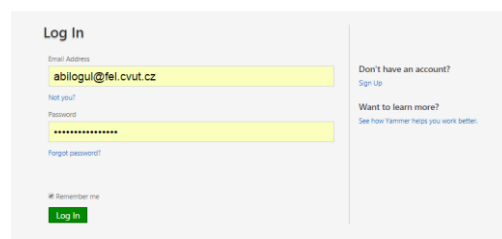
5. Nasazení podnikové sociální sítě

V této kapitole bude popsána základní funkce firemních sociálních sítí, které by mohly poskytnout výhody uživatelům. Všechny sítě, které jsou uvedeny v této kapitole, byly nainstalovány na vlastním počítači.

5.1. Yammer

a) Jednotné přihlašování

Yammer nabízí integraci jednotného přihlašování k síti Yammer, aby se k ní všichni uživatelé dostali jednoduše a bez problémů. Pro registraci byl použit mail z ČVUT. Po registraci tento email bude loginem pro přihlášení do systému.



Obrázek 10 Přihlašovací obrazovka Yammer

b) Prostředí Yammer

Při pohledu na obrázek, je vidět, že prostředí Yammer je velmi podobné Facebooku.

Na levé straně jsou Skupiny, Zprávy. V centru je zeď, kde jsou zobrazeny komentáře a novinky kolegů. V pravé části se nacházejí portlety pozvání připojit se ke skupině a požadavek na sledování události.



Obrázek 11 Prostředí Yammer

c) Jak vytvořit skupinu?

Síť Yammer nabízí zaměstnancům virtuální pracoviště, na kterých si mohou vyměňovat nápady a zkušenosti v rámci celé organizace a rychle a snadno řešit problémy a sdílet dokumenty. Pracovní skupiny lze vytvořit rychle a snadno. V týmových místnostech jsou na jednom místě k dispozici informace, názory, nápady a komentáře od různých kolegů napříč organizací. Ve skupinové místnosti můžete také sdílet a upravovat dokumenty. Nejsou tak již vyžadovány dlouhé a často zbytečné schůzky. Transparentní výměna relevantních informací místo toho vede k rychlejšímu vytváření základu pro rozhodování a k vyšší kreativitě. Projekty jsou realizovány efektivněji, což společnosti poskytuje rozhodující kompetitivní výhodu. Výsledky z realizovaných projektů lze archivovat, takže rozhodovací proces pro budoucí projekty je transparentní a komplexní.

Vytvořit skupinu je možné dvěma způsoby. První způsob je vytvořit skupinu pro komunikaci uvnitř firmy. Druhý způsob je vytvoření veřejné skupiny. Zaměstnanci jiných společností se mohou připojit do skupiny.

Na hlavní stránce lze přejít do „Groups” v nabídce vlevo a kliknout na “Create Group”. Zobrazí se okno, ve kterém je nutné zadat název skupiny, přidat členy a vybrat pro skupinu nastavení soukromí. Potom kliknout na tlačítko “Create Group”.

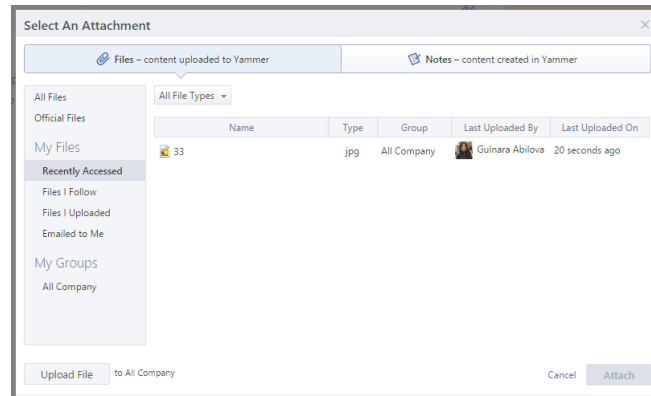
Obrázek 12 Vytvořit interní skupinu

Obrázek 13 Vytvořit externí skupinu

d) Jak mohu posílat příspěvky a sdílet se skupinou?

Obrázek 14 Příspěvky v Yammer

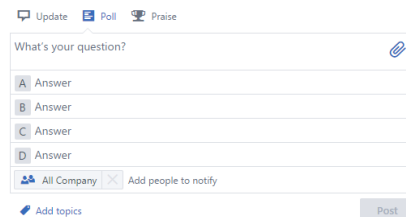
Funkce je stejná jako na Facebooku. Napsat krátký text a stisknout tlačítko «Post». Na přání je možné k příspěvku připojit soubor, který je uložen na počítači nebo na Yammer. Jako příklad, na zeď byl nahráván obrázek. Tento obrázek je automaticky uložen v souborovém systému Yammer. Nyní tento obrázek lze několikrát nahrávat na zeď.



Obrázek 15 Souborový systém Yammer

e) Hlasování

Velmi šikovná funkce pro všeobecné hlasování. Někdy Team Leader potřebuje znát názor svých podřízených na konkrétní otázku. Nyní není třeba všem posílat zprávy a trávit čas nad počítáním hlasů.

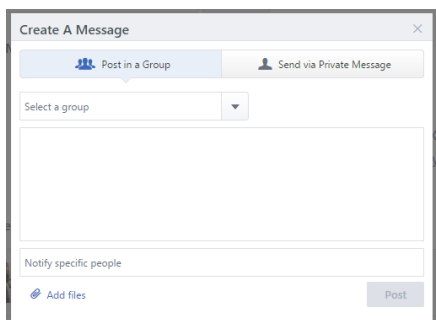


Obrázek 16 Hlasování v Yammer

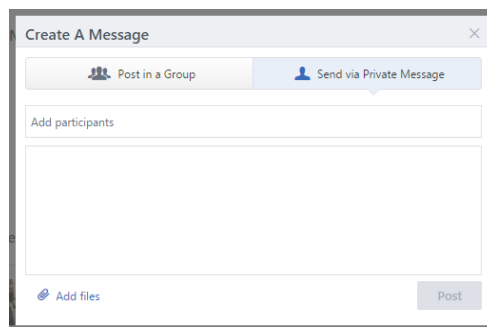
f) Jak odeslat zprávu kolegovi či skupině?

Abychom poslali zprávu kolegovi nějaké skupiny, je třeba kliknout v levém horním rohu na tlačítko «Inbox». Po kliknutí na zelené tlačítko “Create Message” se zobrazí okno “Create Message”. Důležité funkce jsou:

- Napsat zprávy
- Vybrat skupinu
- Sdílet zprávu se skupinou
- Připojit soubor



Obrázek 17 Vytvořit zprávu pro skupinu v Yammer



Obrázek 18 Vytvořit zprávu kolegovi v Yammer

g) Online Chat

Výhodou Yammer je chat. V chatu se zobrazí všichni zaměstnanci společnosti. Proto není třeba hledat kolegu, kterého by nejprve přidal do přátel.

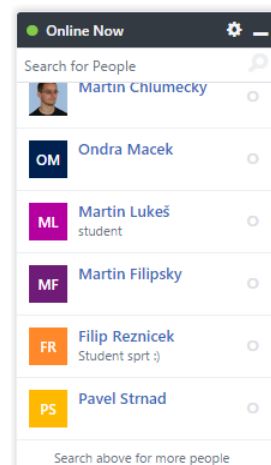
Další funkce chatu – hledání kolegů v seznamu. Na pravé straně chatu se zobrazí stav kolegů. Když je kolega v síti, stav bude zelené barvy.

5.2. IBM Connections

a) Jednotné přihlašování

Pro registraci byl použit mail ČVUT. Po registraci bude tento email použit jako login pro přihlášení do systému. Hlavní činnosti, které na této obrazovce lze provádět:

- Přihlášení
- Resetování hesla. Stačí zadat emailovou adresu, pak se odešle na danou adresu vygenerované nové heslo.



Obrázek 19 Online Chat v Yammer

Obrázek 20 Přihlašovací obrazovka v IBM Connections

Obrázek 21 Resetování hesla

b) Vlastní Profil

První věc, kterou musí uživatel sociální sítě udělat, je založit si a vyplnit si svůj osobní profil. V Connections to má uživatel maličko snadnější, protože jeho profil je obvykle založen automaticky a je již předvyplněný podle firemního adresáře.

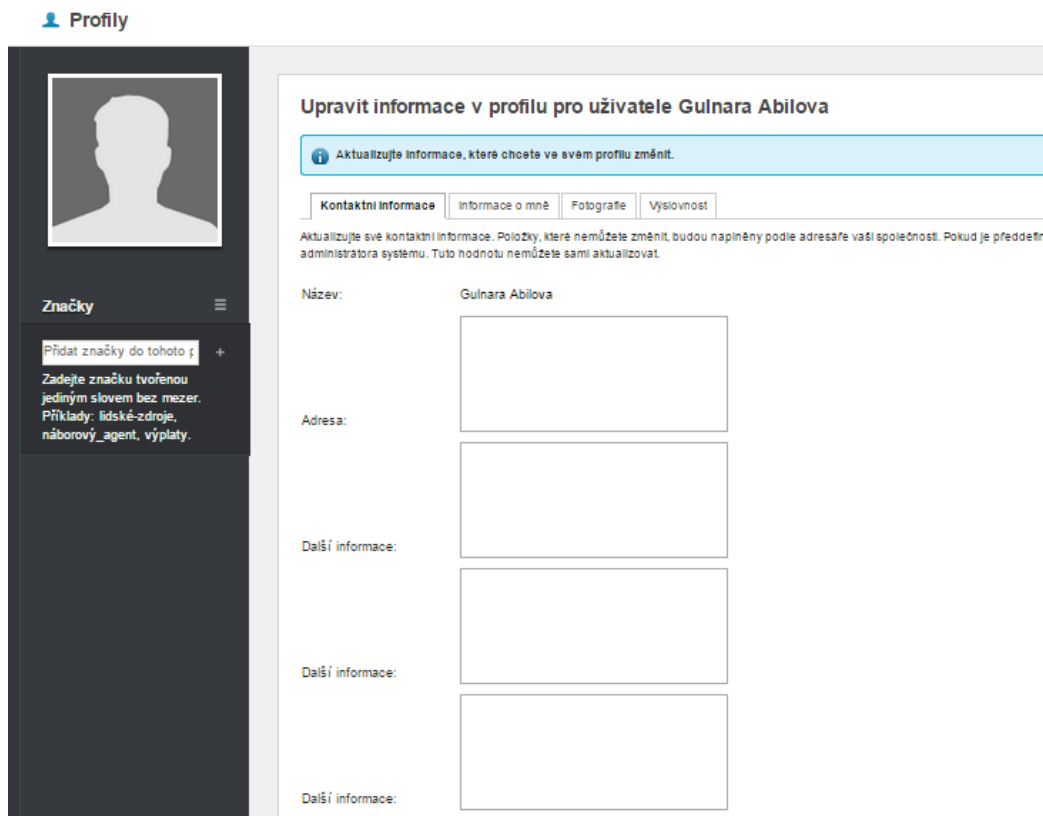
V uživatelském profilu lze:

- upravovat kontaktní informace
- Upravovat informace „O mně“
- přidat/odebrat fotku
- přidat/odebrat výslovnost

Kontaktní informace obsahují adresu, další informace, číslo kanceláře, číslo mobilního telefonu, pracovní funkce atd.

Stránka profilu O mně popisuje pracovní zkušenosti, kvalifikaci a také informace o zájmech a zálibách, aby byla tato stránka zajímavější.

Výslovnost to je zvukový soubor se svým jménem. Velikost souboru by měla být menší než 100 kB.

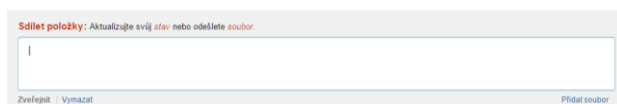


Obrázek 22 Profil v IBM Connections

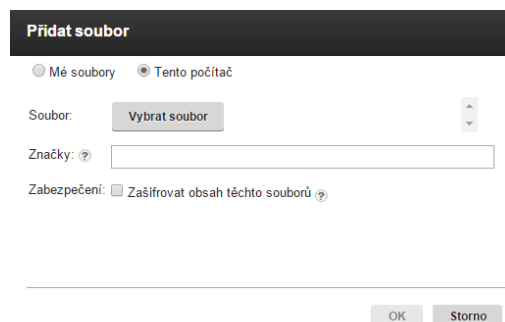
c) Příspěvky

Funkce je stejná jako na Facebooku. Napsat krátký text a stisknout tlačítko « Zveřejnit ». Na přání je možné k příspěvku připojit soubor, který je uložen na počítači nebo na IBM Connections.

Díky transparentní výměně informací získá každý zaměstnanec mnohem lepší přehled o aktuálním stavu projektu a nové informace o tom, co se ve firmě obecně děje – na rozdíl od komunikace e-mailem.



Obrázek 23 Přidat příspěvek v IBM Connections



Obrázek 24 Přidat soubor k příspěvku v IBM Connections

d) Sledování uživatelů

Chcete-li sledovat některého uživatele, postupujte následovně. Sledování nevyžaduje souhlas osoby, kterou chcete sledovat. Chcete-li sledovat určitého uživatele, nemusíte jej přidávat do své sítě.

1. Otevřete stránku s profilem osoby, kterou chcete sledovat.
2. Klepněte na volbu Sledovat.

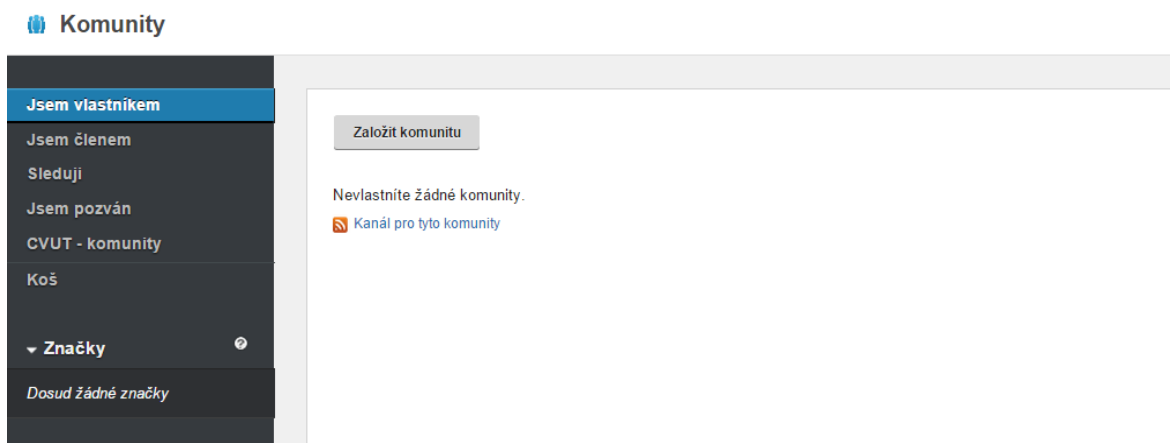
Poznámka: Volba sledování určitého uživatele je k dispozici také v případě, že daného uživatele pozvete k připojení do vaší sítě.

e) Komunita

Základním smyslem ESN je povzbudit uživatele k tvorbě a sdílení obsahu, který je v rámci organizace dohledatelný a využitelný. Vznikají tak různé předem nepředvídatelné (a nepředpověditelné) interakce s významnými synergickými efekty pro jednotlivé lidi i celou organizaci. Nelze spoléhat jen na vyhledávání, proto ve většině sociálních sítí existují pomocné mechanismy, jak nějak logicky seskupovat obsah.

V Connections je to vyřešeno prostřednictvím komunit. Komunita je místo, které sdružuje skupinu lidí a vybrané nástroje, jako jsou sdílené soubory, wiki, blogy, diskuzní fóra a podobně. Komunita má vždy nějaký společný zájem, společné téma nebo cíl. Ve firmách najdeme nejrůznější komunity – témat je bezpočet, počínaje bezpečností práce, snižováním nákladů, restrukturalizací, přes produktové a projektové komunity až po zájmové a mimopracovní záležitosti.

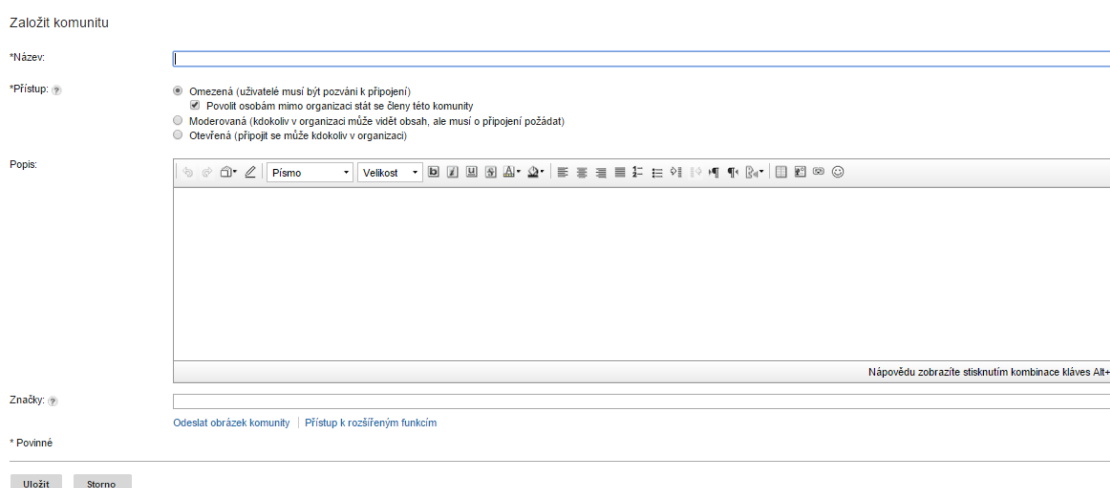
Komunitu, ke které se chcete připojit, můžete najít procházením všech komunit ve vaší organizaci s otevřeným nebo moderovaným přístupem na kartě Vaše organizace Komunity nebo vyhledáním komunity, která se zabývá konkrétní problematikou. Otevřené nebo moderované komunity nemusí být ve vaší organizaci k dispozici, pokud se administrátor rozhodne jeden nebo oba tyto typy komunit zakázat.



Obrázek 25 Komunity v IBM Connections

Komunity jsou i způsob, jak řídit přístupová práva, protože komunita může být neveřejná a potom je veškerý její obsah dostupný jen pozvaným členům a skrytý před ostatními. Navíc je možné i uvnitř komunity ještě dále rozlišovat oprávnění členů, ti např. mohou pouze komentovat wikiweb, ale ne jej již přepisovat.

V Connections může komunity zakládat každý uživatel (pokud to organizace explicitně nezakáže). Trvá to jen pár vteřin. Vlastník komunity si sám vybere, které nástroje chce v komunitě používat a koho dalšího do ní přizve. V malých firmách běžně existují desítky komunit, ve středních firmách stovky a v nadnárodních klidně i tisíce. Je v tom samozřejmě jistá míra entropie, ale to patří k charakteru ESN.

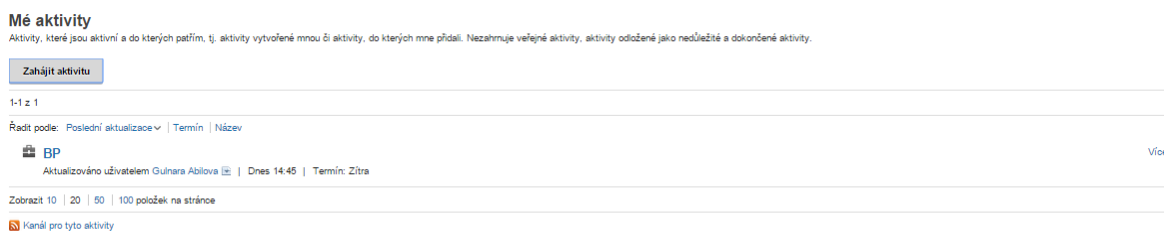


Obrázek 26 Založit komunitu v IBM Connections

Komunity jsou velmi významné, protože umožňují strukturovaně členit obsah a řídit k němu přístup. Ve srovnání s ostatními ESN zde mají IBM Connections jasně navrch a zřejmě je to jeden z důvodů pro jejich velkou oblibu zejména ve velkých organizacích.

f) Aktivity

Aktivita je skupina strukturovaných poznámek a úkolů, na kterých spolupracuje více lidí. Postupně je různě komentují, doplňují, rozpracovávají a uzavírají. Cílem je samozřejmě v daném čase koordinovaně splnit úkoly. Dají se tak řídit projekty nebo procesy v organizaci, jako jsou například porady, obchodní činnost, marketingové aktivity, návrh produktů, stavební činnost, vývoj software – zkrátka cokoliv.



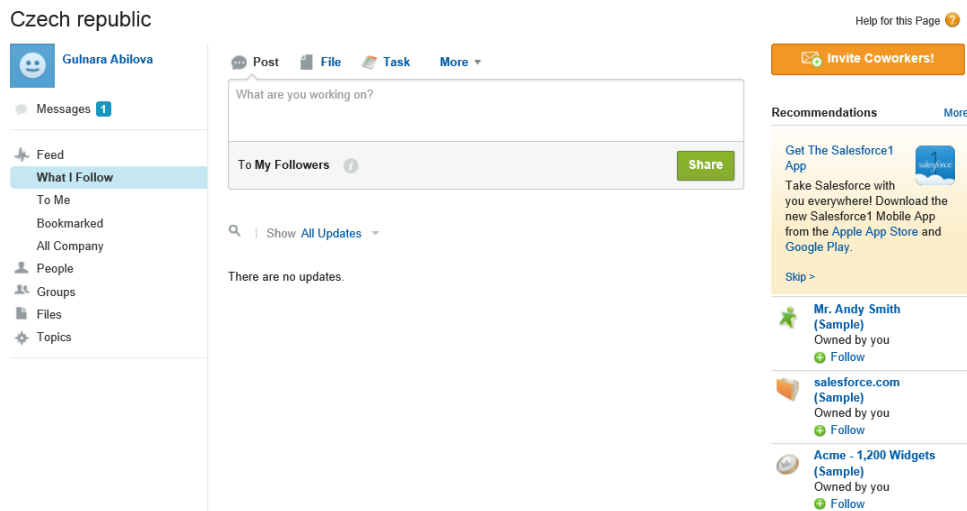
Obrázek 27 Aktivity v IBM Connections

Opakující se aktivity lze vytvářet podle šablon, a tak vlastně standardizovat některé firemní procesy. Aktivity v IBM Connections asi nemají ambice nahradit sofistikované nástroje na řízení projektů, ale jsou jednoduché, snadno použitelné a fungují asi 100× lépe než posílání úkolů e-mailem.

Obrázek 28 Zahájit aktivitu v IBM Connections

5.3. Chatter Salesforce

Jako produkt společnosti Salesforce.com se Chatter vyplatí používat zejména těm firmám, které už jsou jejími zákazníky a využívají například jeho aplikaci pro CRM. Pro ty je Chatter v základní verzi zdarma – ostatní si ho mohou zdarma pouze vyzkoušet. Chatter má podobné funkce jako Yammer, snad s jedinou výraznou výhodou navíc, kterou je instant messaging. Nevýhodou pak je nulová podpora češtiny.



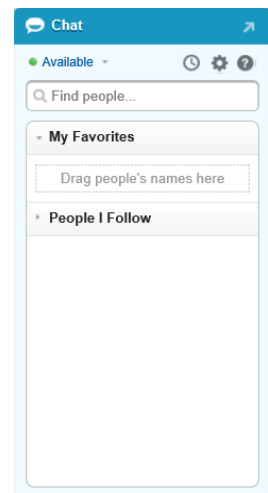
Obrázek 29 Prostředí Chatter

a) Online Chat

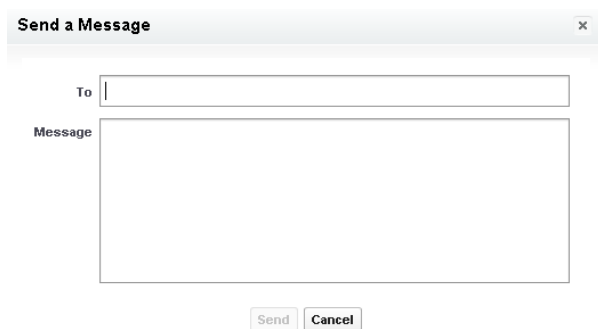
Výhodou Chatter je chat. V chatu se zobrazí všichni zaměstnanci společnosti. Další funkce chatu – hledání kolegů v seznamu. Na pravé straně chatu se zobrazí stav kolegů. Když je kolega v síti, stav bude zelené barvy.

a) Jak odeslat zprávu?

Pro posláni zprávy kolegovi je třeba kliknout na tlačítko "Messages" v hlavním okně. Můžete odesílat zprávy komukoli z organizace.



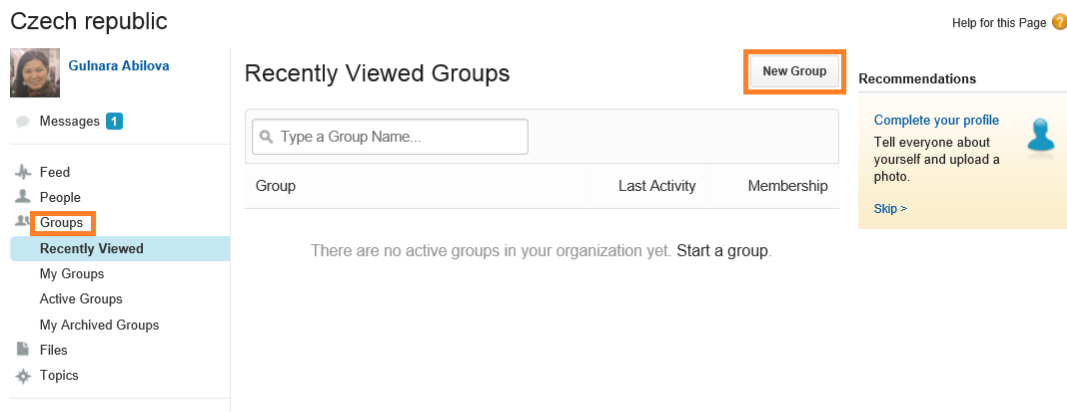
Obrázek 30 Online Chat



Obrázek 31 Vytvořit zprávu v Chatter

b) Jak vytvořit skupinu?

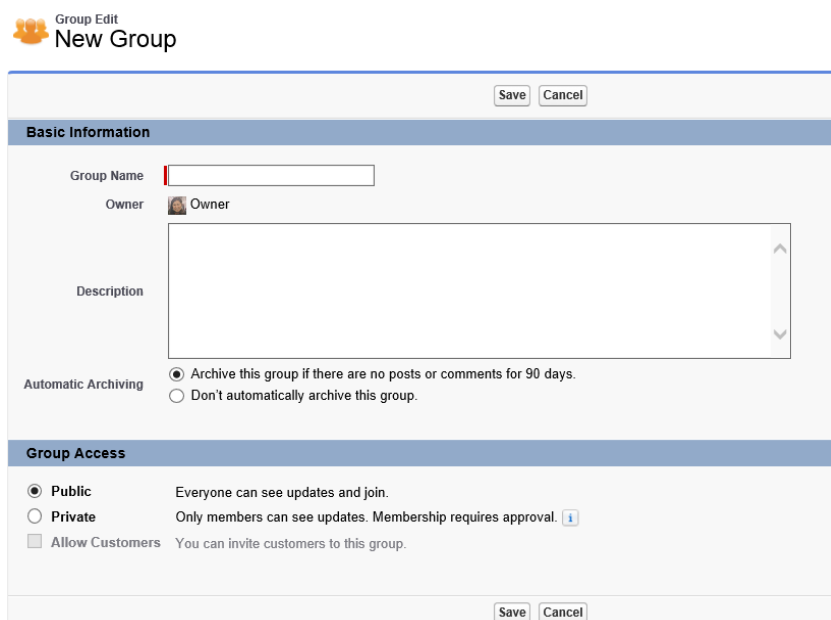
Na pravém horním rohu, klepněte na tlačítko New Group a zadejte název skupiny a popis a vyberte úroveň přístupu. Skupina jméno musí být unikátní. Pokud Společenství je povoleno, skupina název musí být jednoznačná v rámci společenství. Každá skupina může být veřejná nebo soukromá.



Obrázek 32 Nova skupina

Úroveň přístupu:

- **Public:** Každý může vidět a přidávat příspěvky, komentáře a soubory. Každý se může připojit do veřejné skupiny.
- **Private:** Pouze členové skupiny mohou vidět a přidávat příspěvky, komentáře a soubory.
- Volitelně, **povolit Zákazníkům.** Správce skupiny a manažerů může pozvat zákazníky, aby se připojili do soukromé nebo veřejné skupiny.



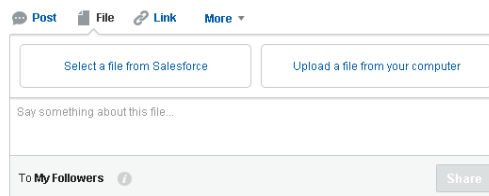
Obrázek 33 Nová zprava

c) Jak sdílet příspěvky se skupinou?

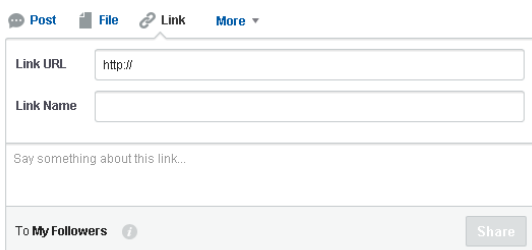
V Chatter lze sdílet příspěvky, soubory, odkazy a hlasovačky. Každý z lidí ve skupině může vidět příspěvek. Můžete mazat své příspěvky, ale nemůžete mazat příspěvky jiných lidí nebo příspěvky, které jsou automaticky generovány Salesforce. Například, nelze odstranit aktualizace záznamu jako příspěvek o změněném poli na účtu.



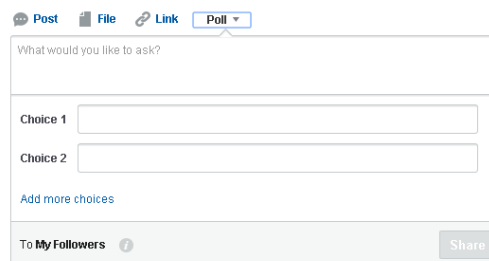
Obrázek 34 Sdílet příspěvek v Chatter



Obrázek 35 Sdílet soubor v Chatter

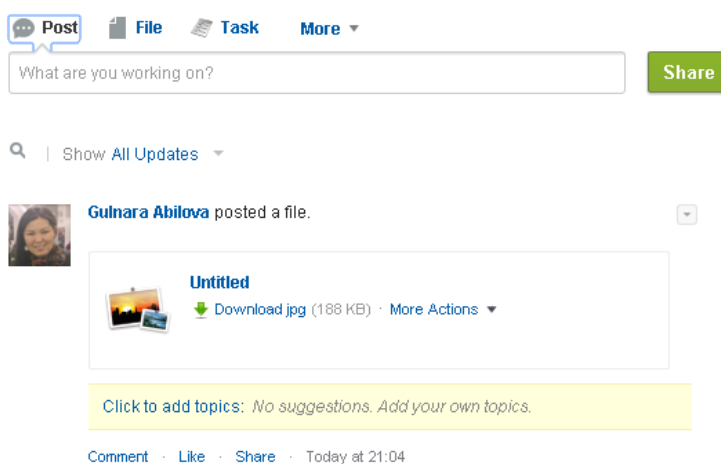


Obrázek 36 Sdílet odkaz v Chatter



Obrázek 37 Hlasování v Chatter

Jako příklad, jsem na zeď nahrávala obrázek. Tento obrázek je automaticky uložen v souborovém systému Yammer. Nyní tento obrázek lze několikrát nahrávat na zeď, odstranit, přidat popis, uploadovat novou verzi.

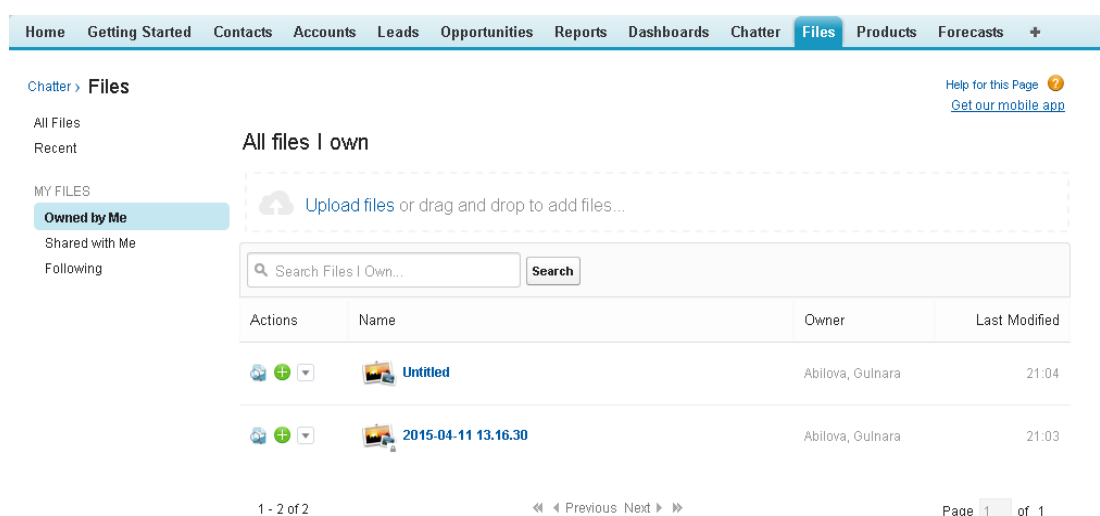


Obrázek 38 Sdílet fotku v Chatter

d) Souborový systém

Síť Chatter poskytuje úložiště souborů, které je podobné oblíbené americké cloudové službě Dropbox. V tomto úložišti si mohou zaměstnanci ukládat soubory na zabezpečeném, ale snadno dostupném místě. K datům pak mají přístup odkudkoli. Již nemusíte vše zdlouhavě kopírovat na USB disk, pokud na nějakém souboru potřebujete pracovat i na cestách. Úložiště souborů v rámci sítě Chatter šetří drahocenný čas a umožňuje zaměstnancům pracovat efektivněji. Složky lze také sdílet s určenými kolegy.

Všechny soubory, které byly nahrávány v Chatter během komunikace, jsou automaticky uloženy v systému. Tyto soubory lze mazat, aktualizovat, poslat dalším uživatelům, upravovat popisky.



Obrázek 39 Souborový systém v Chatter

6. Průzkum využívání podnikových sociálních sítí

Shrneme-li výše uvedený text, musíme dojít k závěru, že implementace sociální sítě do podnikové práce a zařazení jejího používání do běžného pracovního života přináší řadu výhod, a to jak uživatelí samotnému, tak i celé společnosti. U nadnárodních korporací není tento pojem žádnou neznámou a především u jejich zahraničních poboček již sociální sítě přinášejí své výsledky.

6.1. Předmět šetření

Předmětem tohoto šetření je výskyt podnikových sociálních sítí u mezinárodních firem, zejména Anglie, Německo, Česká Republika, Rusko.

Firemní sociální sítě v poslední době získávají velkou popularitu. Pomáhají zlepšit komunikaci a sdílet data mezi zaměstnanci.

6.2. Cíle šetření

Cílem tohoto šetření bylo zjistit, jaké firemní sociální sítě jsou používány velkými, středními a malými společnostmi na celém území České republiky a v zahraničí.

Druhý cíl - je definovat, zda sociální síť reálně pomáhá v pracovním procesu.

Třetím cílem výzkumu bylo zjistit, jestli má smysl zavádět firemní sociální síť ve společnosti.

Čtvrtým cílem je zjistit, kolik respondentů skutečně používá firemní sítě v každodenní práci.

6.3. Hypotéza

Cílem praktické části je ověření níže uvedených hypotéz. Níže jsou formulovány hypotézy, které se budou následovně výzkumem a jeho výsledky ověřovat.

H1: Firmy preferují podnikové sociální sítě více.

H2: Nejpopulárnější podniková sociální síť je Yammer

H3: Velký počet zaměstnanců podnikovou sociální síť používá denně.

6.4. Výběr respondentů a způsob sběru dat

Průzkum, kterého se celkem zúčastnilo 51 respondentů, probíhal formou dotazníku, který byl pro potřeby oslovení širší veřejnosti a snazšímu zpracování získaných reakcí vypracován v elektronické formě.

Otázky byly vypracovány v anglickém jazyce, protože někteří respondenti byli cizinci.

E-dotazník byl rozeslán přátelům a známým, kteří jsou v tuto chvíli zaměstnanci malých, středních a velkých firem. Na dotazník odpovědělo 20 respondentů. Maximální čas, který mohl respondent spotřebovat na odpovědi je 1 minuta. Dotazník byl vytvořen pomocí Google. Je to nejlepší nástroj pro vytváření dotazníků.

Protože na e-dotazník odpověděl nedostačující počet respondentů, bylo rozhodnuto provádět dotazníky osobně. Velké množství business center se nachází na Chodově na ulici „V Parku“.

Společnosti jako Oracle, IBM, DHL, atd. Šetření se provádělo mezi 11 -13 hodinou, protože právě v této době lze potkat více lidí než odpoledne. Pro dotazníkové šetření byl použit tablet Asus , který byl připojený k internetu. Své odpovědi respondent sám zadával do e-dotazníku.

Další etapou je zpracování odpovědí. Všechny odpovědi se automaticky ukládaly na Google. Zpracování výsledků respondentů bylo provedeno v aplikaci Excel.

6.5. Formulace otázek

Dotazník, který jsem vytvořila, má jednoznačné, jednoduché a krátké otázky. Pro dosažení konkrétních odpovědí byly kladeny přesné konkrétní otázky. V rámci dotazníku bylo zařazeno celkem 12 otázek. Seznam otázek:

- 1) Pohlaví
- 2) Věk
- 3) Země
- 4) Společnosti
- 5) Pracovní pozice
- 6) Počet zaměstnanců ve vaší společnosti?
- 7) Jaké sociální sítě používáte?
- 8) Které API (software) používáte pro spolupráci s kolegy?
- 9) Využívá vaše společnost podnikové sociální sítě?
- 10) Myslíte si, že podnikové sociální sítě vám pomohou optimalizovat vaše pracovní doba/workflow?
- 11) Kolik času trávíte na podnikové sociální síti?
- 12) Jaký cloudový nástroj využíváte pro zálohování dat v práci?

6.6. Analýza dat

6.6.1. Demografické údaje

Podívejme se nyní tedy na základní demografické informace o respondentech průzkumu. Demografickými údaji jsou, v případě tohoto dotazníku, myšleny tyto ukazatele:

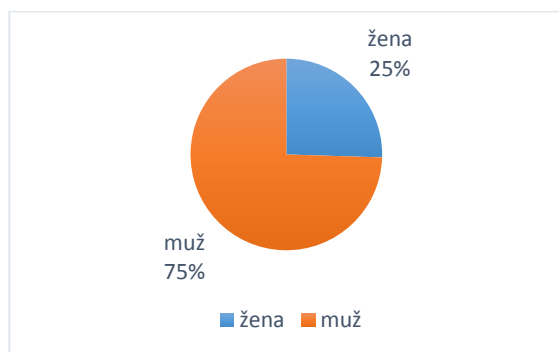
- Pohlaví
- Věk

e) Pohlaví

Na níže uvedeném grafu je možné pozorovat rozložení jednotlivých respondentů ve vztahu k jejich pohlaví. Z jejich celkového počtu dotazník vyplnilo 25% žen a 75% mužů.

Jelikož je oblast Informačních technologií považována za mužskou výsadu, velká část respondentů byli muži. V současné době stále větší počet žen má zájem se zapojit do oblasti IT. Nicméně v této bakalářské práci počet žen respondentů činil 25%.

Bohužel, z těchto důvodů, se nepodařilo dosáhnout rovnoměrného rozložení, což však samozřejmě nemá žádný zásadnější význam ve vztahu k nasbíraným datům.



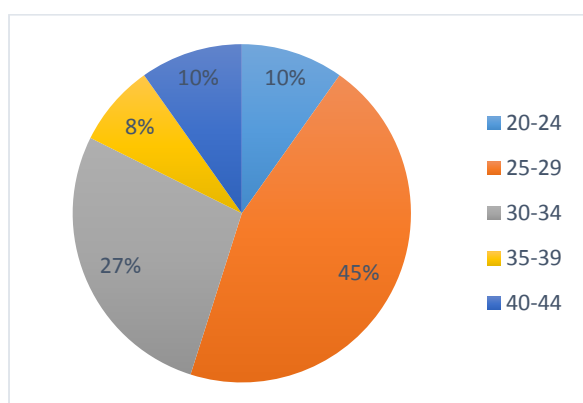
Pohlaví	Počet respondentů
žena	13
muž	38
Celkový součet	51

Tabulka 5 Pohlaví respondentu (Vlastní výzkum)

Graf 1 Pohlaví respondentu (Vlastní výzkum)

f) Věk

Věkové rozložení dotázaných bylo koncipováno na produktivní pracovní rozmezí. Nebyli tedy osloveni obyvatelé v důchodovém a školním věku. Jak je možno pozorovat na níže uvedeném grafu je z největší části pokryto rozmezí 25 až 29 let.



Věk	Počet respondentů
20-24	5
25-29	23
30-34	14
35-39	4
40-44	5
Celkový součet	51

Tabulka 6 Věk respondentů (Vlastní výzkum)

Graf 2 Věk respondentů v procentuálním vyjádření (Vlastní výzkum)

Nízké hodnoty u věkového rozptylu 24 a méně let lze vysvětlit tím, že většina mladých lidí tohoto věku kategorii značnou část svého času věnuje studiu a nemá možnost a někdy i touhy pracovat. Na druhou stranu, oblast informačních technologií je nejvíce rostoucí v současné době, a proto přitahuje mladé profesionály ve věku 25-29 let, kteří dokončili vzdělání a začali aktivně budovat vlastní kariéru. Skupina od 30 let a více.

6.6.2. Geografické údaje

Otázka státu byla v dotazníkovém formuláři volena volně. Někteří respondenti odpověděli "Česká Republika", ale jsou původem z jiných států. Cílem této otázky bylo zjistit, jakou mají respondenti národnost.

Stát	Počet respondentů
Czech Republic	46
England	1
Germany	1
Ireland	1
Russian Federation	2
Celkový součet	51

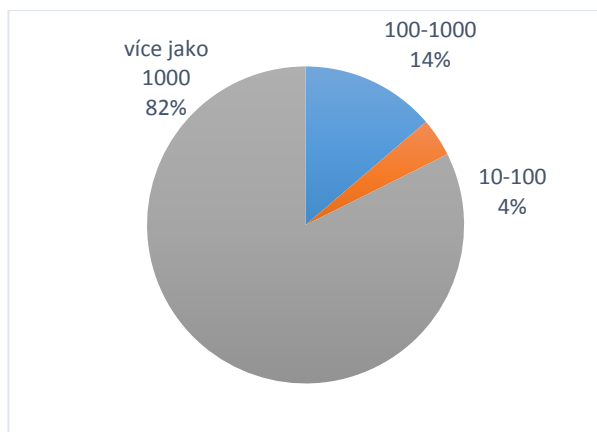
Tabulka 7 Stát (Vlastní výzkum)

6.6.3. Zaměstnání

Otázka zaměstnání byla v průzkumu pokryta dotazy, které si troufám říci, že jsou pro účel této práce zcela dostačující. Jedná se o dotazy k názvu společnosti, počtu jejich zaměstnanců a pracovní pozici. Právě druhý z dotazů je nám schopen alespoň rámcově rozkrýt o jak velkou společnost se jedná.

a) Počet zaměstnanců

- Společnosti od 1 do 10 zaměstnanců
- Společnosti od 10 do 100 zaměstnanců
- Společnosti od 100 do 1000 zaměstnanců
- Společnosti s více jako 1000 zaměstnanci



Graf 3 Velikost společností zaměstnávající jednotlivé respondenty, vyjádřená počtem jejich zaměstnanců, v procentuálním vyjádření. (Vlastní výzkum)

Velikost podniku	Počet respondentů
více jako 1000 zaměstnanci	42
100-1000	7
10-100	2
Celkový součet	51

Tabulka 8 Velikost společností zaměstnávající jednotlivé respondenty, vyjádřená počtem jejich zaměstnanců. (Vlastní výzkum)

Jak je možno vidět, tak téměř 82% odpovědí je ze společností přesahujících 1000 zaměstnanců. Tyto společnosti bych si pro účely této práce dovolila nazvat jako velké. Vzhledem k předchozímu tvrzení, že podnikové sociální sítě se budou vyskytovat spíše u větších korporací. Ráda bych potvrdila toto tvrzení na základě dalších odpovědí.

b) Název společnosti

Na základě dotazníkového šetření 42 respondentů z 51 pracujících ve velkých mezinárodních společnostech. Na základě odpovědi, pak můžeme zjistit, jestli ve své společnosti respondent aktivně využívá firemní sociální síť.

od 100 do 1000 zaměstnanců	7
Cleverlance Enterprise Solutions	6
CNgroup	1
od 10 do 100 zaměstnanců	2
Storck	1
Volsor	1
více jako 1000 zaměstnanci	42
3M	2
CA Technologies	4
Commerzbank	2
Czech social security administration	1
DHL	9
Honeywell	6
HP	4
IBM	5
Ness Technologies	1
Oracle	5
Raiffeisenbank	1
Sellbytel	1
Tesco	1
Celkový součet	51

Tabulka 9 Názvy společností (Vlastní výzkum)

- *Hewlett-Packard*, zkráceně HP, je nadnárodní společnost zabývající se informačními technologiemi, sídlící v Palo Alto v Kalifornii. Hewlett - Packard je jednou z největších společností ve svém oboru na světě působící téměř ve všech zemích.
- *DHL* je společnost patřící německé Deutsche Post World Net, která poskytuje mezinárodní poštovní, spěšné, logistické a finanční služby.
- *Tesco* je britský maloobchodní řetězec nabízející potravinové a nepotravinové zboží, pohonné hmoty a finanční a telekomunikační služby.
- *Sellbytel* je globální outsourcing společnost specializující se na prodej, servis, podpora, rozvoj lidských zdrojů, školení.
- *Commerzbank AG* je druhá největší německá banka se sídlem ve Frankfurtu nad Mohanem.
- *Volsor* je ruská společnost, která má sídlo v České Republice, která poskytuje vyhledávač rychlých online půjček.
- *3M* je americký nadnárodní konglomerát s celosvětovou působností. Produkuje více než 75 000 výrobků – lepidla, brusné materiály, lamináty, produkty pasivní požární ochrany,

stomatologické výrobky, elektrické materiály, elektrické obvody a optické filmy.

- *CA Technologies* je jednou z největších nezávislých softwarových společností na světě.
- *Cleverlance Enterprise Solutions* je přední český dodavatel IT konzultačních služeb a kompletních SW řešení pro finanční, telekomunikační a veřejný segment.
- *CNgroup* poskytuje kompletní dodávky služeb v rámci celého vývojového cyklu – od definice požadavků a softwarové architektury, přes jeho implementaci a testování až po podporu a údržbu.
- *Honeywell* je jednou z hlavních mezinárodních konglomerátních společností v USA. Zaměřuje se na komplexní řešení v oblastech letecké techniky a automatizace a řízení.
- *IBM* je největším poskytovatelem řešení a služeb informačních technologií na světě s dlouhou tradicí inovací.
- *Ness Technologies* je izraelská společnost a celosvětový poskytovatel služeb a řešení v oblasti informačních technologií.
- *Raiffeisenbank* je rakouská banka se sídlem ve Vídni.
- *Oracle* je jedna z hlavních společností vyvíjejících relační databáze, nástroje pro vývoj a správu databází či CRM systémů.
- *Storck* je německá firma. Zabývá se výrobou kol a hybridních kol.

c) Pracovní pozice

Na základě dotazníkového šetření je vidět, že velký počet respondentů pracuje v IT oblasti.

Pracovní pozice	Počet respondentů
Account Manager	1
Applications Administrator	1
Assistant	1
Corporate Real Estate Manager	1
Credit Controller	1
Data Scientist	1
HR	2
Infrastructure Engineer	1
IT Manager	1
Java Developer	1
Junior Java Developer	1
Key Account Manager	1
Manager	1
Sales Agent	4
Sales Specialist	1
Sales Support Administrator	1
SAP specialist	1
Senior Application Support Specialist	1
Senior Business Analyst	2

Senior Consultant	1
Senior Java Developer	1
Senior Project Manager Competence Leader	1
Senior Services Consultant	1
Senior Software Developer	1
Senior Tester	3
Senior Tester Software	1
Services Consultant	1
Software Architect	1
Software Developer	2
Software Engineer	3
Software Quality Engineer	1
SW Developer	1
Team Lead	4
Test Manager	1
Test Specialist	1
Training Planner	1
Web Developer	2
Celkový součet	51

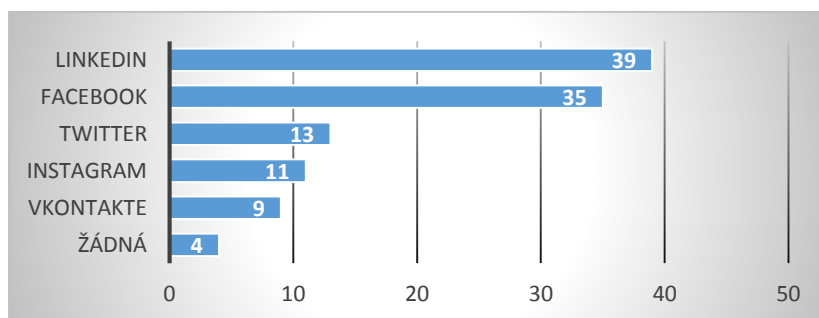
Tabulka 10 Pracovní pozice (Vlastní výzkum)

6.6.4. Sociální sítě

Závěrečnou a hlavní částí průzkumu jsou otázky směřující k využívání sociálních sítí (v textu nazváno jako nástroje sociální interakce).

a) Jaké nástroje sociální sítě využíváte

Tato otázka znázorňuje využívání jednotlivých platforem sociálních sítí všeobecně. Vzhledem k tomu, že dotaz byl koncipován s volnou formou odpovědi, mohl každý respondent uvést i více využívaných nástrojů.



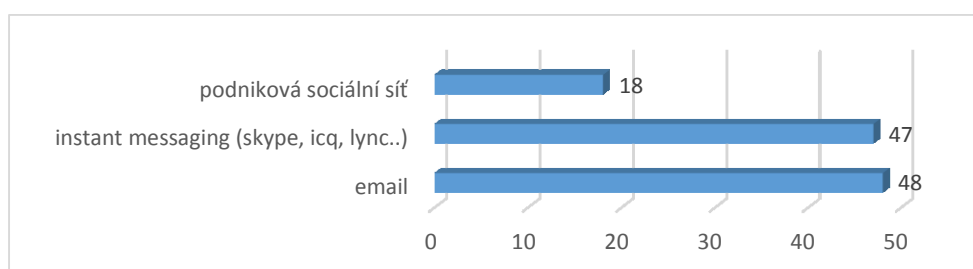
Graf 4 Přehled užívaných nástrojů sociální sítě v procentuálním vyjádření (Vlastní výzkum)

Mnoho informací, ze kterých by bylo možné vyvozovat závěry, tato otázka nenabízí. Je však možné sledovat dominanci sociálních sítí LinkedIn a Facebook.

b) Využívání nástrojů pro interní komunikaci zaměstnanců

V tomto bodě se přesouváme ze strany osobního využívání sociálních sítí k podnikové praxi. Pod pojmem nástroje pro sociální interakci je možné si představit jak sociální sítě (v tomto případě například Yammer), ale zároveň i nástroje instant messagingu jako například Skype. Respondent mohl v této otázce využít již přednastavených odpovědí, které byly:

- E-mailový klient
- Nástroje instant messagingu
- Podniková sociální síť
- V poslední možnosti bylo volitelné pole pro vypsání dalších nástrojů



Graf 5 Přehled užívaných podnikových sociálních interakcí v procentuálním vyjádření (Vlastní výzkum)

Podle výsledku se ukázalo, že téměř každý respondent využívá e-mail a instant messaging pro komunikaci mezi kolegy.

Počet respondentů, kteří používají souběžně mail, instant messaging a firemní sociální síť je 18 osob z 51.

Počet respondentů, kteří používají souběžně mail, instant messaging je 26 respondentů z 51.

Počet respondentů, kteří používají pouze mail jsou 4 respondenti z 51.

Pouze 3 respondenti používají instant messaging jako hlavní komunikační nástroj.

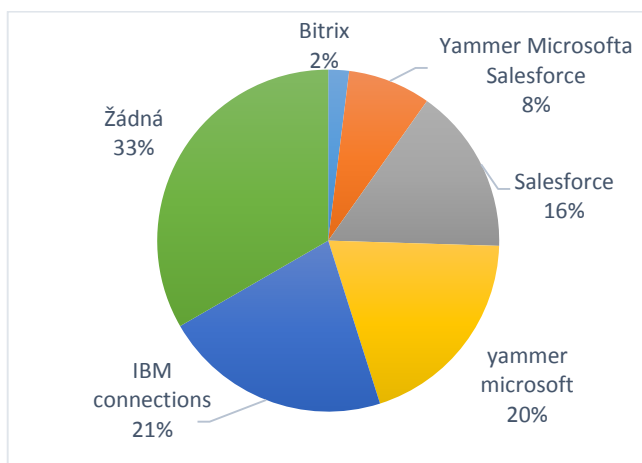
Název nástrojů	Počet respondentů
e-mail	4
e-mail, instant messaging	26
e-mail, instant messaging, firemní sociální síť	18
instant messaging	3
Celkový součet	51

Tabulka 11 Přehled užívaných podnikových sociálních interakcí (Vlastní výzkum)

c) Jaké podnikové sociální sítě využíváte

Dle získaných odpovědí od jednotlivých respondentů je možné vidět, že dominující platformou, odpovídající parametrům sociální sítě je Yammer, jehož prvenství lze přisuzovat vzhledem k blízké podobě se sociální sítí Facebook, a tím pádem nabízí již známý uživatelský komfort.

Na grafu 6 je uvedeno, že 67% respondentů má ve svých firmách firemní sociální síť. Ale to neznamená, že respondenti používají firemní sociální síť v každodenním životě.



Graf 6 Přehled užívaných podnikových sociálních sítí v procentuálním vyjádření (Vlastní výzkum)

Název podnikové sociální sítě	Počet respondentů
Bitrix	1
Yammer microsoft, Salesforce	4
Salesforce	8
Yammer microsoft	10
IBM Connections	11
Žádná	17
Celkový součet	51

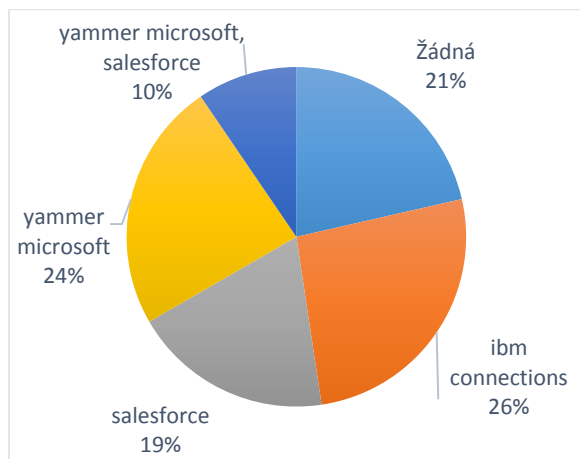
Tabulka 12 Přehled užívaných podnikových sociálních sítí (Vlastní výzkum)

Ve velkých společnostech jsou takové sítě jako je Yammer, Chatter Salesforce, IBM Connections [Graf 7].

Nejméně používaná síť je Bitrix mezi firmami [Tabulka 12]. Tuto síť používají v malé firmě. Počet firem, které používají současně dvě sítě je 4 z 51 [Tabulka 12].

Počet firem, které vůbec nepoužívají sociální síť je 17 respondentu z 51. [Tabulka 12].

Počet respondentů z velkých firem, které využívají podnikovou sociální síť je 3 79% [Graf 7]



Graf 7 Přehled užívaných podnikových sociálních sítí ve velkých společnostech (Vlastní výzkum)

Název podnikové sociální sítě	Počet respondentů
Žádná	9
IBM connections	11
Salesforce	8
Yammer microsoft	10
Yammer microsoft, Salesforce	4
Celkový součet	42

Tabulka 13 Přehled užívaných podnikových sociálních sítí a velikost společnosti (Vlastní výzkum)

d) Využívání podnikových sociálních sítí k optimalizaci pracovního času v zaměstnání

Jaké výhody tyto nástroje mohou přinést již byly zmiňovány. Na grafu můžeme vidět vyjádření respondentů k otázce, zdali podniková sociální síť optimalizuje pracovní čas v zaměstnání.

69 % respondentů prohlásilo, že podniková sociální síť může optimalizovat pracovní čas / Workflow [Graf 8].



Graf 8 Podniková sociální síť může zefektivnit práci? (Vlastní výzkum)

ESN může zefektivnit práci?	Počet respondentů
Ano	35
Ne	16
Celkový součet	51

Tabulka 14 Podniková sociální síť může zefektivnit práci? (Vlastní výzkum)



Graf 9 Podniková sociální síť může zefektivnit práci ve velkých společnostech? (Vlastní výzkum)

ESN může zefektivnit práci?	Počet respondentů
Ano	30
Ne	12
Celkový součet	42

Tabulka 15 Podniková sociální síť může zefektivnit práci ve velkých společnostech? (Vlastní výzkum)

Je zajímavé zjistit, co si myslí respondenti z velkých společností. Odpověď na otázku je možné najít v tabulce 15.

71% respondentů z velkých společností naznačují, že sociální síť pomáhají optimalizovat pracovní proces. [Graf 9]

e) Kolik času tedy trávíte na podnikové sociální síti

Bitrix	1
2-4 hodin/den	1
nepoužívá podnikovou sociální síť	17
0 minut	7
10-30 minut/den	6
1-2 hodin/den	2
2-4 hodin/den	2
IBM connections	11
0 minut	1
10-30 minut/den	10
Salesforce	8
10-30 minut/den	5
10-30 minut/týden	1
30 minut/týden	1
5-10 minut/den	1
Yammer microsoft	10
0 minut	1
1 hodin/měsíc	1
10-30 minut/den	6
1-2 hodin/den	1
4-8 hodin/den	1
Yammer Microsoft, Salesforce	4
10-30 minut/den	2
1-2 hodin/den	2
Celkový součet	51

Tabulka 16 Kolik času denně tráví zaměstnanec na sociálních sítích (Vlastní výzkum)

Čas	Počet respondentů
1 hodin/ měsíc	1
10-30 minut/den	23
10-30 minut/ týden	1
1-2 hodin/den	3
2-4 hodin/den	1
30 minut/ týden	1
4-8 hodin/den	1
5-10 minut/den	1
Celkový součet	32

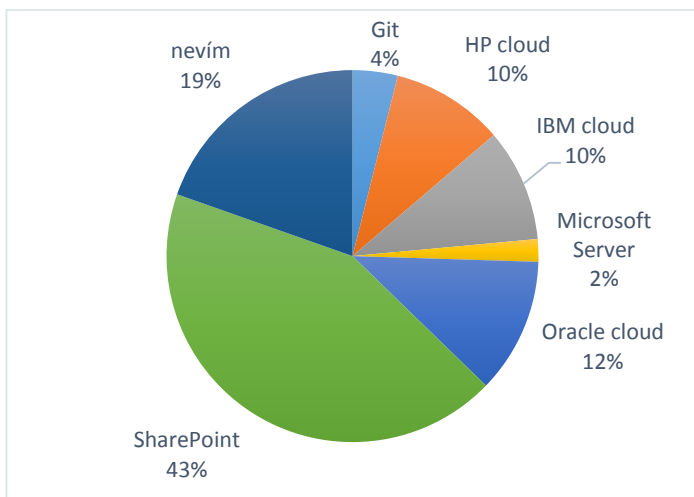
Tabulka 17 Kolik reálně času denně tráví zaměstnanec na sociálních (Vlastní výzkum)

Lze předpokládat, že odpověď na tuto otázku mohla selhat. Například někteří respondenti oficiálně nemají ve společnosti sociální síť, nicméně odpověděli na tuto otázku. [Tabulka 16]. Pro přesnost výsledku byly seřazeny pouze ty odpovědi, kde společnost respondenta má licenci na firemní sociální síť. Z 51 respondentů skutečně používá sociální síť pouze 32 osob [Tabulka 17]. Počet respondentů, kteří navštěvují sociální síť 10-30 minut denně je 23.

6.6.5. Využívání cloudových nástrojů pro správu dokumentů zálohování dat v práci

Cloud Computing je způsob používání software nebo hardware formou služeb a prostřednictvím internetu. Zjednodušeně řečeno se zákazník nemusí starat o žádné své servery, ale prostě to, co potřebuje (software, diskový prostor, atd.) nakoupí formou služby.

Firmy se podle průzkumu zajímají o cloud hlavně kvůli jeho vysoké bezpečnosti



Graf 10 Přehled užívaných cloudových nástrojů v procentuálním vyjádření (Vlastní výzkum)

Cloudový nástroj	Počet respondentů
Git	2
HP cloud	5
IBM cloud	5
Microsoft Server	1
Oracle cloud	6
SharePoint	22
nevím	10
Celkový součet	51

Tabulka 18 Využívání cloudových nástrojů v zaměstnání. (Vlastní výzkum)

Na základě odpovědí vidíme, že všechny firmy bez ohledu na velikost používají cloud pro archivaci dokumentů. Z výzkumu je vidět, že nejvíce populární mezi cloudem velkých firem je SharePoint.

od 100 do 1000 zaměstnanců	7
Microsoft Server	1
SharePoint	6
od 10 do 100 zaměstnanců	2
Git	2
více jako 1000 zaměstnanci	42
HP cloud	5
IBM cloud	5
Oracle cloud	6
SharePoint	16
I don't know	10
Celkový součet	51

Tabulka 19 Přehled užívaných cloudových nástrojů ve společnostech. (Vlastní výzkum)

6.7. Shrnutí dotazníkového šetření

Podle průzkumu, který byl proveden, lze vyvodit určité závěry, které budu prezentovat v této části.

Rozložení jednotlivých nástrojů na grafu 5 nám v podstatě říká, že se toho za posledních pár let moc nezměnilo. Stále převládá komunikace v e-mailové podobě. Proč tomu tak je? Odpovědi na tuto otázku může být hned několik. Jedním z důvodů může být přirozený odpor zaměstnanců ke změnám. Většina lidí žije ve své komfortní zóně a jakékoli její narušení je nežádoucím stavem. Dalším důvodem, který se nabízí, je neinovativní přístup ze strany společnosti, která bývá způsobena nutností neustálých úspor. Zároveň než se zaměstnanci na nový nástroj

přivyknou a naučí se s ním pracovat, zabere to nějaký čas a tím pádem i krátkodobé snížení výkonnosti, s čímž nemůže zaměstnavatel rozhodně souhlasit.

Komunikační programy typu Skype, ICQ nebo Link využívá v rámci svého zaměstnání 47 respondentů z 51 respondentů. Nejrozumnější typy těchto programů patří k progresivním nástrojům interní komunikace, nicméně do budoucna musí firmy vyřešit zásadní otázku – jak zamezit jejich soukromému používání.

Podle výsledků průzkumu je vidět, že firemní sociální sítě skutečně používají pouze 63 % respondentů. Pouze 1 respondent používá každý den po dobu 8 hodin v pracovním procesu firemní sociální síť. Velký počet respondentů – 45 % tráví na firemních sociálních sítích od 10 do 30 minut denně.

Lze uvést několik argumentů, proč se podnikové sociální sítě nepoužívají denně v pracovním procesu. Prvním důvodem je neochota nadřízených používat firemní síť jako nástroj komunikace. Druhým důvodem je, že respondenti prostě nechtějí mít druhý Facebook pro pracovní účely. Pokud porovnáme popularitu Facebooku a firemní síť, pak vidíme, že Facebook je daleko ve předu. Z ekonomického hlediska je firemní sociální síť nevýhodné zavádět do pracovního procesu. Většina respondentů se objevuje na sociálních sítích kolem 10-30 minut. V tomto případě je nevýhodné zakládat síť, protože návratnost investic bude nízká.

Nejoblíbenější síť mezi většími společnostmi je Yammer a Salesforce, IBM Connections. Proč střední a malé firmy odmítají začít zakládat firemní síť? Nižší procento využívání těchto sítí je možné přisoudit větší komplexnosti systému a zároveň i vyšším pořizovacím nákladům.

Sociální síť může mít pozitivní vliv na pracovní proces. S tím souhlasí 69 % respondentů. Je to dost velké číslo.

Cloud je velmi populární u malých, středních a velkých firem. Proč firmy dávají přednost cloudu? Podnikové dokumenty přeci mohou obsahovat citlivější údaje, tudíž je nebudou ukládat na vlastním disku. Zároveň i společnosti dbají na ochranu svých informací, které jsou jejich duševním vlastnictvím, a jejich únik by mohl v těch horších případech znamenat ztrátu postavení na trhu.

Po celkovém vyhodnocení jednotlivých otázek k výše uvedenému průzkumu lze dojít k závěru, že ačkoli jsou nástroje jako sociální sítě běžným nástrojem v našem osobním životě, není zatím moc velká snaha jejich výhody přenášet rovněž do firemního prostředí a pracovního života. Důvodem v tomto případě může být jak úspora nákladů, která je nedílnou součástí každé společnosti, neochota zaměstnanců učit se novým věcem, tak nedůvěra v leckdy virtuální formu těchto nástrojů.

6.8. Potvrzení hypotéz

Nyní si tedy uveďme všechny tři hypotézy a postupně si na ně odpovíme, resp. uvedeme odkaz na část práce, která je buď potvrzuje či vyvrací.

a) H1: Firmy preferují podnikové sociální sítě více

Rozložení jednotlivých nástrojů na grafu 5 nám v podstatě říká, že se toho za posledních pár let moc nezměnilo. Stále převládá komunikace v e-mailové podobě.

Hypotéza H1 byla vyvrácena.

b) H2: Nejpopulárnější podniková sociální síť je Yammer

Nejoblíbenější síť mezi společnostmi je Yammer. Kapitola Sociální sítě (6.6.4. c) jednoznačně vypovídá ve prospěch Yammer.

Hypotéza H2 byla potvrzena.

c) H3: Velký počet zaměstnanců podnikovou sociální síť používá denně.

Na hypotézu H3 nalezneme podrobněji odpověď v částech Sociální sítě (6.6.4. e).

Hypotéza H3 byla vyvrácena.

7. Závěr

Ve své bakalářské práci jsem se zabývala problematikou využití firemních sociálních sítí. Práce byla rozčleněna klasicky na dva hlavní celky – teoretickou část a vlastní výzkum.

V bakalářské práci jsem se nejprve věnovala sociálním sítím. Popsala jsem obecně sociální sítě, jejich funkce a klasifikace, podle kterých parametrů se liší.

V Kapitole 3 jsem popsala tři podnikové sociální sítě Yammer, IBM Connections a Chatter Salesforce. Podle společnosti Gartner se Microsoft stal lídrem mezi výrobci podnikových sociálních sítí. Ve stejné části jsem popsala technické požadavky firemních sociálních sítí. Za účelem zjištění výhod a nevýhod firemních sociálních sítí byla nutnost vytvořit SWOT analýzu. Ve SWOT analýze jsou rozepsané silné a slabé stránky podnikových sítí. Na konci kapitoly jsem shrnula výhody a nevýhody podnikových sociálních sítí z manažerského pohledu. V Kapitole 5 jsem se zaměřila na CRM a XRM systémy. CRM systém podporuje procesy prodeje, marketing a službu. XRM systém má stejné procesy, ale obsahuje funkce navíc. Koncept XRM představuje systém řízení vztahů s jakýmkoli subjekty. Dále jsem popsala, jak se integruje Yammer a Microsoft Dynamics CRM a stručný postup propojení Microsoft Dynamics CRM s Yammer.

V Kapitole 5 byl stručný popis nasazení podnikové sociální sítě.

V Kapitole 6 jsem popsala své dotazníkové šetření. V této části je popsán účel a předmět výzkumu, hypotéza a stručná analýza dat.

7.1. Naplnění cílů práce

a) Teoretická část

V teoretické části měla být představena problematika podnikových sociálních sítí a zároveň zhodnocení výhod a nedostatků. Navíc byla sestavena SWOT analýza.

Sítě byly skutečně popsány a cíle týkající se teoretické části práce byly splněny.

b) Praktická část

V praktické části měly být potvrzeny či vyvráceny stanovené hypotézy, což se skutečně stalo a tak i v této části práce byly (hlavní) cíle splněny.

V praktické části měl být stručný popis nasazení podnikové sociální sítě a tak i v této části práce byly cíle splněny.

8. Seznam obrázku

Obrázek 1 Podnikové sociální síť	15
Obrázek 2 Magic Quadrant pro podnikové sociální síť [7]	16
Obrázek 3 Prostředí sociální síť Yammer	17
Obrázek 4 Prostředí sociální síť IBM Connections	18
Obrázek 5 Prostředí sociální síť Chatter	19
Obrázek 6 Prostředí Microsoft Dynamics CRM	29
Obrázek 7 Moduly Microsoft Dynamics CRM	31
Obrázek 8 Prostředí Microsoft Dynamics CRM (zkušební verze)	32
Obrázek 9 Prostředí Microsoft Dynamics CRM (licenční verze)	32
Obrázek 10 Přihlašovací obrazovka Yammer	33
Obrázek 11 Prostředí Yammer	33
Obrázek 12 Vytvořit interní skupinu	34
Obrázek 13 Vytvořit externí skupinu	34
Obrázek 14 Příspěvky v Yammer	34
Obrázek 15 Souborový systém Yammer	35
Obrázek 16 Hlasování v Yammer	35
Obrázek 17 Vytvořit zprávu pro skupinu v Yammer	36
Obrázek 18 Vytvořit zprávu kolegovi v Yammer	36
Obrázek 19 Online Chat v Yammer	36
Obrázek 20 Přihlašovací obrazovka v IBM Connections	37
Obrázek 21 Resetování hesla	37
Obrázek 22 Profil v IBM Connections	38
Obrázek 23 Přidat příspěvek v IBM Connections	38
Obrázek 24 Přidat soubor k příspěvku v IBM Connections	38
Obrázek 25 Komunity v IBM Connections	40
Obrázek 26 Založit komunitu v IBM Connections	40
Obrázek 27 Aktivity v IBM Connections	41
Obrázek 28 Zahájit aktivitu v IBM Connections	41
Obrázek 29 Prostředí Chatter	42
Obrázek 30 Online Chat	42
Obrázek 31 Vytvořit zprávu v Chatter	42
Obrázek 32 Nova skupina	43
Obrázek 33 Nová zprava	43
Obrázek 34 Sdílet příspěvek v Chatter	44
Obrázek 35 Sdílet soubor v Chatter	44
Obrázek 36 Sdílet odkaz v Chatter	44
Obrázek 37 Hlasování v Chatter	44
Obrázek 38 Sdílet fotku v Chatter	44
Obrázek 39 Souborový systém v Chatter	45

9. Seznam tabulek

Tabulka 1 Technické požadavky	20
Tabulka 2 SWOT analýza	20
Tabulka 3 Vlastnosti sociální sítě Yammer, Chatter Salesforce, IBM Connection	25
Tabulka 4 Rozdíly klasického CRM a XRM [8]	30
Tabulka 5 Pohlaví respondentu (Vlastní výzkum)	48
Tabulka 6 Věk respondentů (Vlastní výzkum)	48
Tabulka 7 Stát (Vlastní výzkum)	49
Tabulka 8 Velikost společností zaměstnávající jednotlivé respondenty, vyjádřená počtem jejich zaměstnanců. (Vlastní výzkum)	49
Tabulka 9 Názvy společností (Vlastní výzkum)	50
Tabulka 10 Pracovní pozice (Vlastní výzkum)	52
Tabulka 11 Přehled užívaných podnikových sociálních interakcí (Vlastní výzkum)	53
Tabulka 12 Přehled užívaných podnikových sociálních sítí (Vlastní výzkum)	54
Tabulka 13 Přehled užívaných podnikových sociálních sítí a velikost společnosti (Vlastní výzkum)	54
Tabulka 14 Podniková sociální síť může zefektivnit práci?(Vlastní výzkum)	55
Tabulka 15 Podniková sociální síť může zefektivnit práci ve velkých společnostech? (Vlastní výzkum)	55
Tabulka 16 Kolik času denně tráví zaměstnanec na sociálních sítích (Vlastní výzkum)	56
Tabulka 17 Kolik reálně času denně tráví zaměstnanec na sociálních (Vlastní výzkum)	56
Tabulka 18 Využívání cloudových nástrojů v zaměstnání. (Vlastní výzkum)	57
Tabulka 19 Přehled užívaných cloudových nástrojů ve společnostech. (Vlastní výzkum)	57

10. Seznam grafu

<i>Graf 1 Pohlaví respondentu (Vlastní výzkum)</i>	48
<i>Graf 2 Věk respondentů v procentuálním vyjádření (Vlastní výzkum)</i>	48
<i>Graf 3 Velikost společností zaměstnávající jednotlivé respondenty, vyjádřená počtem jejich zaměstnanců, v procentuálním vyjádření. (Vlastní výzkum)</i>	49
<i>Graf 4 Přehled užívaných nástrojů sociální sítě v procentuálním vyjádření (Vlastní výzkum)</i>	52
<i>Graf 5 Přehled užívaných podnikových sociálních interakcí v procentuálním vyjádření (Vlastní výzkum)</i>	53
<i>Graf 6 Přehled užívaných podnikových sociálních sítí v procentuálním vyjádření (Vlastní výzkum)</i>	54
<i>Graf 7 Přehled užívaných podnikových sociálních sítí ve velkých společnostech (Vlastní výzkum)</i>	54
<i>Graf 8 Podniková sociální síť může zefektivnit práci?(Vlastní výzkum)</i>	55
<i>Graf 9 Podniková sociální síť může zefektivnit práci ve velkých společnostech? (Vlastní výzkum)</i>	55
<i>Graf 10 Přehled užívaných cloudových nástrojů v procentuálním vyjádření (Vlastní výzkum)</i>	57

11. Seznam použitých zdrojů

1. BYRON, DL; BROBACK, Steve. BLOGY: Publikuj a prosperuj. Praha: Grada, 2008. 186 s. ISBN 978-80-247-2064-7
2. Ještě nepoužíváte Twitter? Zkuste ho, už se naučil i česky [online][cit. 2012–08–15] Dostupné z: <http://www.tyinternety.cz/prirucka-marketera/jeste-nepouzivate-twitter-zkuste-ho-uz-se-naucil-i-cesky/>
3. Internet noviny nezachrání [online][cit. 2011–04–22] Dostupné z: <http://www.mediar.cz/internet-noviny-nezachrani/>
4. Top 7 reasons for employee dismissal in 2012 [online][cit. 2013–04–02] Dostupné z: <http://falcongaze.com/articles/top-7-reasons-for-employee-dismissal-in-2012.html>
5. The social economy: Unlocking value and productivity through social technologies [online][cit. 2012–07] Dostupné z:
6. http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms_internet/the_social_economy Podniková sociální síť Yammer [online] Dostupné z: <http://www.bestonline.cz/yammer/>
7. Gartner's Magic Quadrant for Social Software in the Workplace [online][cit. 2014–08–01] Dostupné z: <http://www.microsoft.com/enterprise/enterprise-social/articles/gartners-magic-quadrant-for-social-software-in-the-workplace.aspx#fbid=v19Va5HNJcH>
8. XRM: CRM as a Platform [online] Dostupné z: <http://www.ablebridge.com/why-ablebridge-xrm-crm-platform.htm>
9. Pojem Firemní sociální síť [online] [cit. 2013-12-12] Dostupný z: <http://www.osp.ru/nets/2012/01/13013242/>
10. BEDNÁŘ V: Marketing na sociálních sítích. Computer press, 2011. 197 s. ISBN 978-80-251-3320-0
11. PRACOOK M: Programujeme vlastní sociální síť. Computer press, 2012. 424 s. ISBN 978-80-251-3626-3
12. IBM Connections 5.0. Dostupné z: <http://www-969.ibm.com/software/reports/compatibility/clarity-reports/report/html/osForProduct?deliverableId=1351088302698#!>
13. Browser support and configuration. Dostupné z: https://help.salesforce.com/help/pdfs/en/salesforce_supported_browsers_cheatsheet.pdf

Příloha 1- Dotazník



Enterprise Social Networks (ESN)

Hello. Please take your time to fill up the following questionnaire.

*Povinné pole

gender *

- male
- female

age *

country *

company *

Position

Number of employees in your company *

- 1-10
- 10-100
- 100-1000
- more than 1000

What social networks do you use? *

- facebook
- linkedin
- vkontakte
- twitter
- instagram

Jiné:

Which API (software) do you use for collaboration with your colleagues? *

- e-mail
- instant messaging (skype, icq, lync..)
- enterprise social network (yammer, ibm connections, ...)

Jiné:

Which enterprise social network does your company use? *

- yammer microsoft
- ibm connections
- jive
- salesforce
- doesn't use enterprise social network
- Jiné:

Do you believe that enterprise social network helps you to optimize your working time/workflow?

- yes
- no
- Jiné:

How much time do you spend on enterprise social network?

- 10-30 minut/per day
- 1-2 hours/per day
- 2-4 hours/per day
- 4-8 hours/per day
- Jiné:

Which cloud storage (file-sharing) does your company use?

- Dropbox
- Google Drive
- SharePoint
- doesn't use
- I don't know
- Jiné:

Odeslat

Příloha 2 - Obsah přiloženého CD

Přiložené CD obsahuje bakalářskou práci

Příloha 3 - Výsledky dotazníku

Gender	Age	Country	Company	Position	Number of employees in your company	What social networks do you use?	Which API (Twitter, LinkedIn, etc.) do you use for collaboration with your contacts?	When enterprise social network does your company use?	Do you believe that enterprise social network helps to optimize your working time/working?	How much time do you spend on enterprise social network?	When cloud storage file-sharing does your company use?
Female	25-29	Czech Republic	HP	Sales Agent	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	HP cloud
Female	25-29	Czech Republic	HP	Sales Agent	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	5-10 minutes per day	HP cloud
Male	25-29	Czech Republic	HP	Sales Agent	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	5-10 minutes per week	HP cloud
Female	25-29	Czech Republic	HP	Sales Agent	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	5-10 minutes per week	HP cloud
Female	30-34	Russian Federation	Swire	Sales Specialist	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	4-5 hours per day	HP cloud
Female	30-34	Czech Republic	Swire	Software Developer	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Female	25-29	Czech Republic	DHL	Senior Consultant	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Female	25-29	Czech Republic	Teleo	Team Leader	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	1-2 hours per day	SharePoint
Male	20-24	Russian Federation	Volvo	Manager	10-100	more, a lot		salesforce	no	24 hours per day	SharePoint
Male	20-24	Czech Republic	Canon (social security administration)	Team Leader	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Female	20-24	Czech Republic	Clearance Enterprise Solutions	Software Developer	100-1000	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	SharePoint
Female	20-24	Czech Republic	Clearance Enterprise Solutions	Team Manager	100-1000	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	SharePoint
Female	20-24	Czech Republic	Clearance Enterprise Solutions	Team Manager	100-1000	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	SharePoint
Female	20-24	Czech Republic	Clearance Enterprise Solutions	Senior Tester	100-1000	more, a lot		salesforce	no	24 hours per day	SharePoint
Male	25-29	Czech Republic	Clearance Enterprise Solutions	Senior Project Manager, Compliance Leader	100-1000	more, a lot		salesforce	no	1-2 hours per day	SharePoint
Male	25-29	Czech Republic	Chytrout	Senior Software Developer	100-1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	Microsoft Server
Male	25-29	Czech Republic	Clearance Enterprise Solutions	Key Account Manager	100-1000	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	SharePoint
Male	20-24	Czech Republic	Clearance Enterprise Solutions	HR	100-1000	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	SharePoint
Male	25-29	Germany	Stork	Web Developer	10-100	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	SharePoint
Male	40-44	Czech Republic	Next Technologies	Junior Java Developer	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	25-29	Czech Republic	nowell	Senior Tester	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	25-29	Czech Republic	CA Technologies	IT Manager	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	30-34	Czech Republic	CA Technologies	Software Engineer	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	30-34	Italy	nowell	Training Partner	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	SharePoint
Male	30-34	Czech Republic	IBM	Senior Business Analyst	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	IBM cloud
Male	40-44	Czech Republic	CA Technologies	Senior Software Consultant	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	IBM cloud
Male	30-34	Czech Republic	CA Technologies	Senior Java Developer	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	IBM cloud
Male	30-34	Czech Republic	Oracle	Senior Java Developer	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	IBM cloud
Male	30-34	Czech Republic	Oracle	Software Quality Engineer	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	IBM cloud
Male	25-29	Czech Republic	DHL	Senior Tester Software	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	Oracle cloud
Male	25-29	Czech Republic	DHL	Software Engineer	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	Oracle cloud
Male	30-34	Czech Republic	DHL	SW Specialist	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	SharePoint
Female	30-34	Czech Republic	nowell	Senior Consultant	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Female	40-44	England	nowell	Team Leader	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Female	25-29	Czech Republic	CA Technologies	HR	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	25-29	Czech Republic	DHL	Senior Business Analyst	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	1-2 hours per day	SharePoint
Male	30-34	Czech Republic	DHL	Test Specialist	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	40-44	Czech Republic	DHL	Senior Application Support Specialist	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	1 hour per month	SharePoint
Female	25-29	Czech Republic	3M	Assistant	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	1-2 hours per day	SharePoint
Male	40-44	Czech Republic	Oracle	Account Manager	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	25-29	Czech Republic	Oracle	Java Developer	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	25-29	Czech Republic	Oracle	Software Engineer	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	25-29	Czech Republic	Oracle	Software Engineer	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	25-29	Czech Republic	Commerzbank	Senior Tester	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	25-29	Czech Republic	IBM	Applications Administrator	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	30-34	Czech Republic	IBM	SIV Developer	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	35-39	Czech Republic	IBM	Team Leader	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	20-24	Czech Republic	IBM	Sales Support Administrator	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Male	25-29	Czech Republic	nowell	Corporate Real Estate Manager	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	15-30 minutes per day	SharePoint
Female	30-34	Czech Republic	nowell	Credit Controller	more than 1000	more, a lot		salesforce	no	0 minutes	SharePoint