



Business Community

Zusammenspiel mit anderen Communities

Zusammenfassung

Immer mehr große Webdienste oder Intranets bieten ihren Benutzern die Möglichkeit, über Social Features wie z. B. Microblogging oder Bewertungen untereinander zu kommunizieren. Typischerweise ist ein Benutzer heute in mehreren Communities aktiv.

Da die im IT-Bereich gerne propagierte Devise des Highlanders „Es kann nur einen geben!“ in den seltensten Fällen sinnvoll ist, erläutert dieses Whitepaper anhand von drei Beispielen aus der Praxis wie die dns Business Community mit anderen Communities vernetzt werden kann.

Zielgruppe: Systemintegratoren, Technische Entscheider

Autor: Dipl.-Inform. (FH) Ralph Göllner,
MCPD, MCTS

Stand: 03.03.2014

Communities im Überfluss

Vieles, was man früher noch als „große Webanwendung“ bezeichnet hätte, nennt sich heute Community. Voraussetzung für eine Community ist, dass man dort eine Art Benutzerprofil pflegt und Nachrichten oder Informationen gezielt mit einer oder mehreren Benutzergruppen teilen kann:

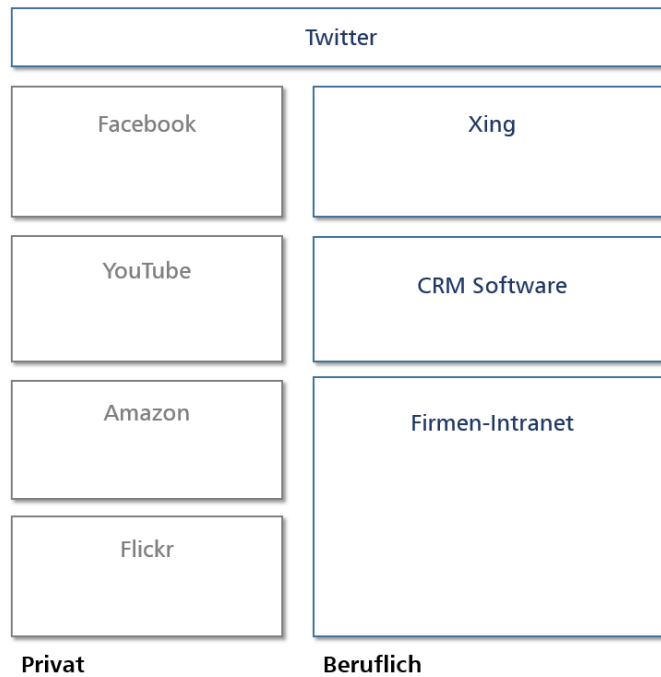


Abb: Beispiele für Communities im Berufs- und Privatleben

Die Interaktion mit den beruflichen Communities wird umso schwieriger desto höher ihre Anzahl wird. Um das Handling zu erleichtern gibt es mittlerweile die sog. Business Dashboards:

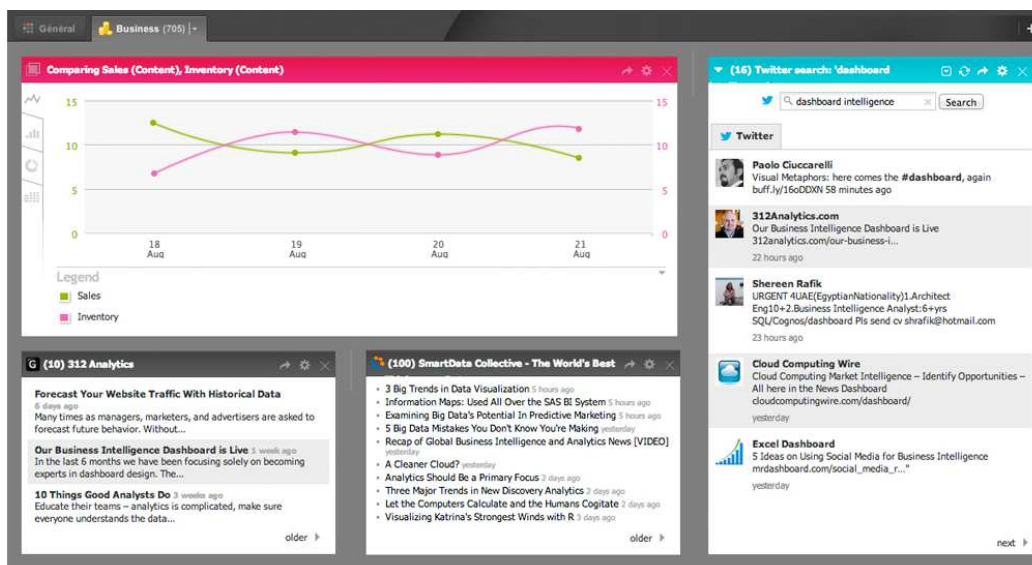


Abb: Beispiel für ein Business Dashboard (netvibes.com)

Ein Business Dashboard ist die modernere Umsetzung der „Portal“-Idee. Die meisten Dashboards beschränken sich momentan darauf, Datenströme zu visualisieren und zu ordnen – Dashboards, von denen aus auch Aktionen ausgelöst werden können (z. B. Workflow-Status ändern, Tweet veröffentlichen) sind noch in der Minderzahl bzw. werden im Rahmen von Projekten realisiert.

Die dns Business Community kann ebenfalls die Rolle eines solchen übergreifenden Dashboards übernehmen – diese Situation wird im dritten der **Integrations-Szenarien** skizziert:

- Szenario 1: SSO mit Xing
- Szenario 2: Proaktive Trouble-Tickets mit Twitter
- Szenario 3: Activity-Streams aggregieren

Grundlage der Systemintegration: APIs

Die allgemeine Vernetzung von Communities erfolgt heute grundsätzlich über REST/JSON-Services mit OAuth als Authentifizierungsmethode.

Beispiele:

- **Sharepoint 2013**
<http://msdn.microsoft.com/en-us/library/office/jj822974.aspx>
- **Socialcast**
<http://developers.socialcast.com/api-documentation/>
- **Lithium**
<http://lithosphere.lithium.com/t5/rest-api/bd-p/developers-rest-api>
- **Twitter**
<https://dev.twitter.com/docs/api/1.1>
- **Chatter (Salesforce)**
<http://www.salesforce.com/us/developer/docs/chatterapi/>

Im Prinzip bieten diese APIs drei Funktionsblöcke, die für die in diesem Dokument entworfenen Szenarien interessant sind:

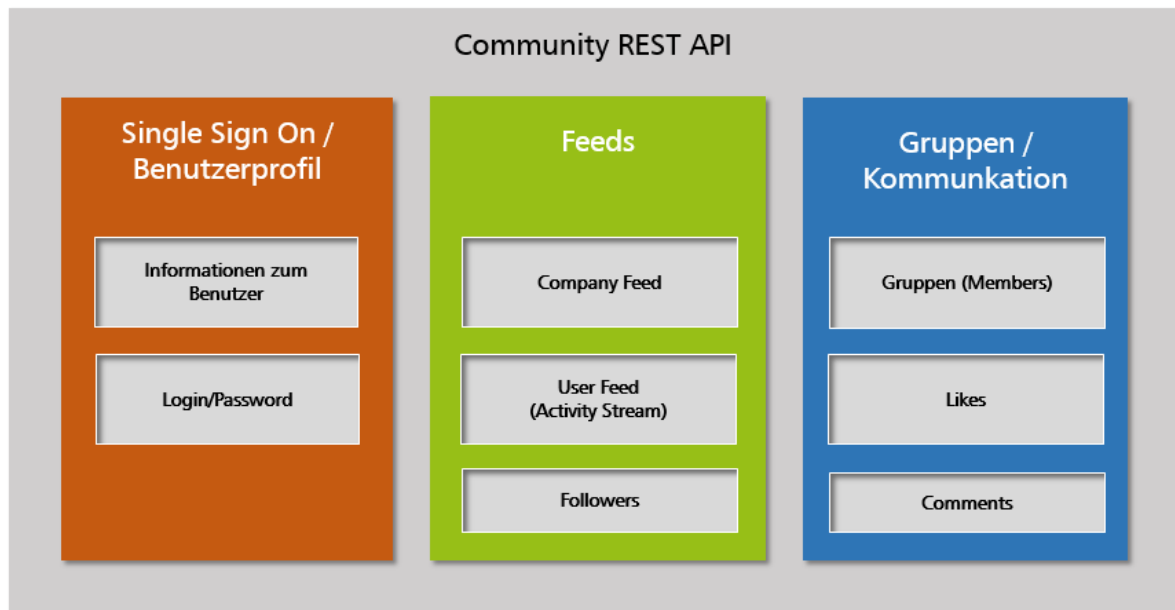


Abb: Typische Funktionsblöcke einer Social API mit ausgewählten Funktionsblöcken

Die Bezeichnungen und Funktionszuordnungen sind je Hersteller unterschiedlich. Die **typischen Szenarien** für die einzelnen Funktionsblöcke sind:

- Single Sign On / Benutzerprofil**
 Die Community dient einer anderen Community als sog. Identity-Provider, d. h. ein Benutzer von Xing kann sich mit seinen Xing-Anmeldeinformationen beispielsweise an der dns Business Community anmelden. Nach der Anmeldung kann das Benutzerprofil von Xing automatisch oder durch den Benutzer mit dem der dns Business Community abgeglichen werden.
- Feeds**
 Feeds sind die personalisierte Variante der seit vielen Jahren bekannten RSS-Feeds. Der für einen Benutzer maßgeschneiderte Newsfeed wird als Activity Stream bezeichnet. Die für den Activity Stream relevanten Daten werden aus verschiedenen Quellen (Follows, Followers, Abos, ...) aggregiert. Meist existieren Feeds auf verschiedenen Ebenen (Firmen-Feed, Gruppen-Feed,...), die jedoch je nach Hersteller in Umfang und Steuerungsmöglichkeiten stark variieren.
- Gruppen/Kommunikation**
 Dieser Funktionsblock beinhaltet die Daten, die ein Benutzer zu bestimmten Objekten der Community erstellt hat (z. B. Likes für ein Sharepoint-Dokument).

Da die Kommunikation häufig über Gruppenzugehörigkeiten eingeschränkt wird, gehören auch sämtliche Gruppeninformationen (z. B. ist der Benutzer in der Gruppe „Intranet“?) dazu.

Neben der reinen technischen Basis (Authentifizierung & Datenübertragung) gibt es bislang so gut wie keine inhaltsbezogenen Standards, die eine Systemintegration wesentlich erleichtern würden.

Eine der Schwierigkeiten beim Koppeln von Communities besteht darin, dass es bei manchen APIs evtl. nicht möglich ist, jede Funktion im Administrator-Kontext auszuführen sondern nur jeweils im Kontext des angemeldeten Benutzers.

Szenario 1: SSO mit XING

Zugang zur eigenen Community für die Mitglieder einer anderen Community öffnen

Eine der häufigsten Einstiegshürden bei neuen Communities ist das Anlegen eines Kontos. Selbst wenn dieser Schritt sehr benutzerfreundlich gestaltet wurde, stellt sich für die meisten Benutzer spätestens beim zweiten Besuch der Community die Frage „Wie war noch gleich Login und Passwort HIER?“.

Deshalb ist es sinnvoll, größere Communities aus einem passenden Umfeld als sog. **Identity Provider** zu verwenden. Dabei wird die dns Business Community von der anderen Community als externe Applikation (App) betrachtet:

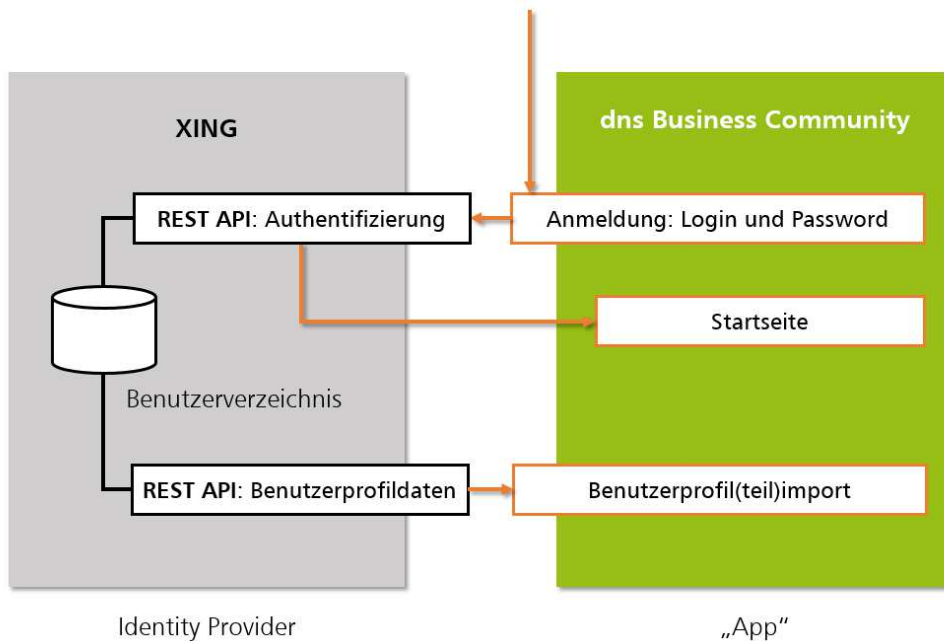


Abb.: Beispiele für REST API-Aufrufe bei Xing in der Rolle des Identity Providers

Vorteile für die Benutzerin sind in diesem Fall:

- Sie muss sich nicht anmelden, wenn sie vorher bereits bei Xing war
- Sie muss sich nur ein Login und Passwort merken

Die Zugriffsrechte, die jeder einzelne Benutzer der dns Business Community erteilt hat, können zu einem späteren Zeitpunkt erweitert oder widerrufen werden:

Externe Applikationen

Sie haben den folgenden externen Applikationen Zugriff auf Ihre XING-Daten gewährt:

	dnsBusinessCommunity /xws/access_tokens Zugang seit: 10.07.2013	Berechtigungen	Zugriff entziehen
---	--	--------------------------------	-----------------------------------

Abb: Xing – Einstellungen / Privatsphäre / Externe Applikationen

Szenario 2: Proaktive Trouble-Tickets über Twitter

Auf Ereignisse in anderen Communities reagieren

Im Bereich des Microblogging werden angesprochene Personen über das @-Tag identifiziert. Sollte Ihre Firma einen Twitter-Account im Support-Bereich besitzen, kann die dns Business Community permanent Twitter nach bestimmten Schlüsselwörtern oder Kombinationen von Schlüsselwörtern überwachen und darauf reagieren:

- Tweet „Das sollte sich mal jemand vom @dns_support anschauen“
- Tweet „Wieder ein Bug in der #businessCommunity :(“

Im zweiten Beispiel oben, wird ein Produktname in Zusammenhang mit einem bestimmten Emoticon überwacht, das auf „negative Tendenzen“ schließen lässt. Die Ergebnisse der Überwachung werden in einem sog. Monitor der Social Media Managerin bereitgestellt, die bei Bedarf daraus ein Trouble-Ticket erstellen kann.

Der Prozess im Überblick:

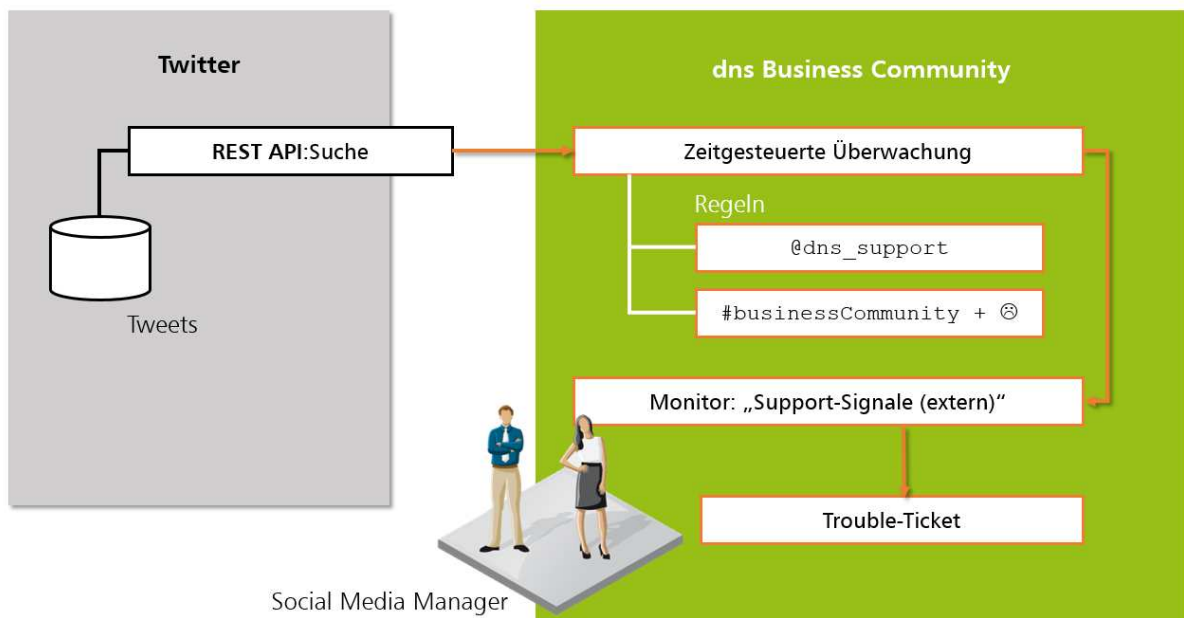


Abb.: „Belauschen“ einer externen Community auf negative Signale

Nach der Bearbeitung des Tickets ist es ggf. notwendig, die Konversation mit dem Kunden über den gleichen Kanal fortzusetzen (insbes. bei Twitter). Andernfalls könnten die Follower der externen Community den Eindruck gewinnen, dass die Firma nicht reagiert hat.

Die Überwachung externer Communities ist technisch über sog. **Community-Listener-Adapter** realisiert, die je nach Kunde und Projekt eingesetzt, erstellt oder angepasst werden:

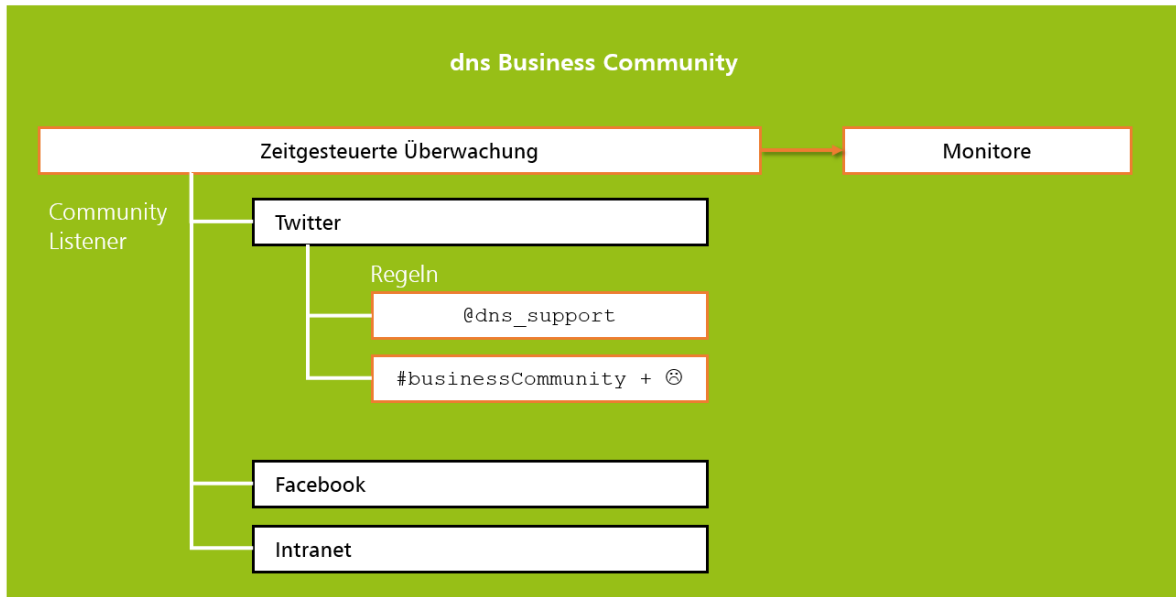


Abb.: Adapter-Architektur der dns Business Community im Bereich der externen Communities

Dabei kann jeder Community-Listener auf die Besonderheiten der jeweiligen Community eingehen: beispielsweise kann der Twitter-Community-Listener nur Tweets berücksichtigen, die im Umkreis einer bestimmten Geo-Koordinate abgesetzt wurden. Damit kann man beispielsweise erreichen, dass nur Meldungen aus dem Bereich „Deutschland und angrenzendes Ausland“ verarbeitet werden.

Im Monitor können die gefundenen Datensätze markiert, gefiltert oder sortiert werden:

Gefunden durch: [egal] Status: Nicht zugewiesen
 Sprache: en

Datum	Absender	Inhalt	Aktion
21.02.2014 🕒13:53	Juan Luis Valverde	RT @siemensindustry: Time synchronization between #SIMATIC S7-300/400 (#STEP 7 V5) and #SINAMICS S120: http://t.co/7j4B	Aktion Ticket erzeugen Irrelevant markieren
21.02.2014 🕒21:03	Vince Shen	Get a clearer view of your control drive MT @siemensindustry: Time sync b/w #SIMATIC S7-300/400 & #SINAMICS S120 http://t.co/UmjhwqbEkn	

Abb.: Aktionsmenü für Tweets im Monitor „Externe Netzwerke“ der dns Business Community

Neben einer Verarbeitung der externen Signale direkt im Monitor, lassen sich die gefundenen Signale auch auf Dashboards weiterleiten (wozu auch der im nächsten Szenario behandelte Activity-Stream zählt).

Szenario 3: Activity Streams aggregieren

Früher war der Standard-Activity-Stream der Posteingangsordner des Email-Programmes. Jedoch adaptieren immer mehr Unternehmen den Ansatz der „Social Collaboration“ (z. B. <http://atos.net/en-us/home/we-are/zero-email.html>), was in naher Zukunft dazu führen wird, dass geschäftliche Anwender das Problem haben, mehrere Activity Streams gleichzeitig beobachten zu müssen.

Hier kann die dns Business Community ihren Activity-Stream mit den Feeds anderer Communities vermengen:

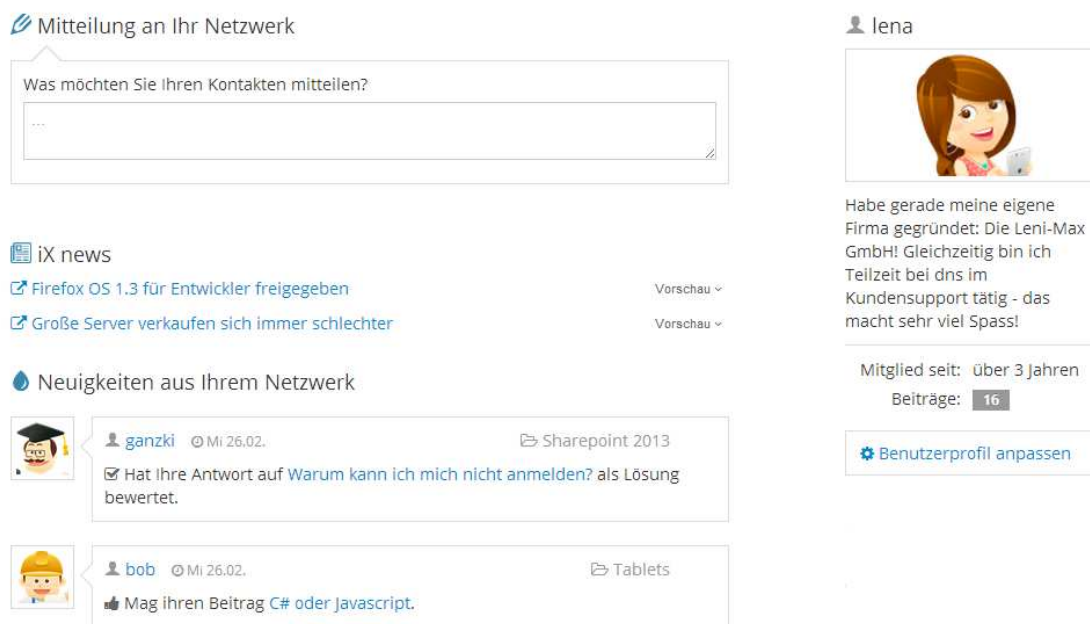


Abb.: Firmenfeed zusammen mit persönlichem Feedback im Activity-Stream der dns Business Community

Ein Eintrag unter „Neuigkeiten aus Ihrem Netzwerk“ wird als Activity Item bezeichnet. Um Activity Items aus externen Netzwerken „beizumischen“, werden (die in Szenario 2 eingeführten) **Community-Listener Module** verwendet:

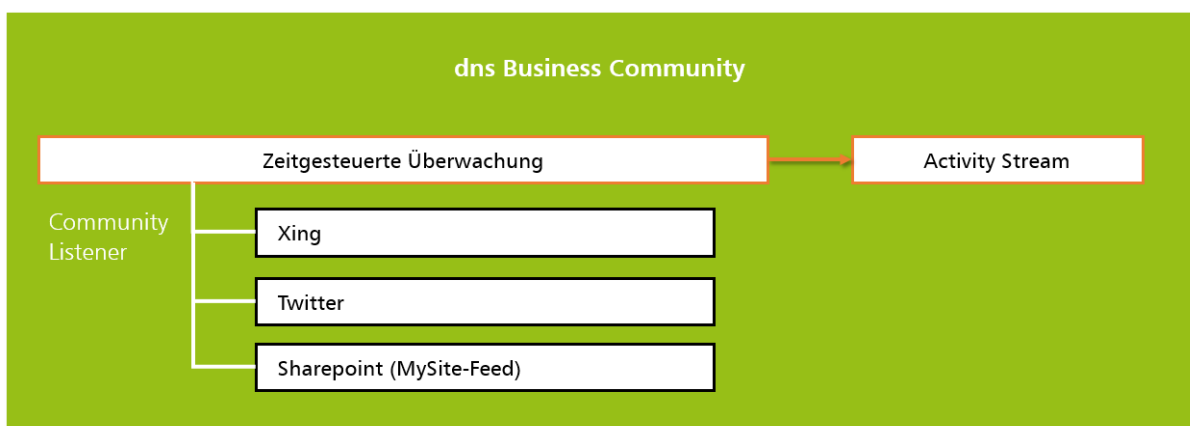


Abb.: Beispiele für Community Listener als zusätzliche Datenquellen für den Activity Stream