

**IT Academy. Top 10 Internet-Trends. Zukunft.
Performance. Erfolg. Namics.**

**Jürg Stuker. CEO. Partner.
Marcel Albertin. CTO. Partner.**

06. Mai 2010

Rückblick: Top 10 Internet-Trends 2008.

- **Hackable Gadgets**
- **Rich Handy Platforms**
- **On/Offline-Applikationen**
- **WOA (Web Oriented Architecture)**
- **Clientcode Frameworks**
- **Enterprise 2.0**
- **Green IT**
- **User Generated Infrastructure**
- **Social Reputation Management / Open Social**
- **Amazon Webservices**

http://blog.namics.com/2008/05/top_10_internet_2.html

Rückblick: Top 10 Internet-Trends 2009.

- **Ubiquitous Access**
- **CDN**
- **Reality Mining**
- **Rich Browsers**
- **Touch is the new Click**
- **ARIA**
- **Design Driven Development**
- **Friend-Feeding**
- **Rapid Production**
- **Extrem skalierbare Datenbanken**

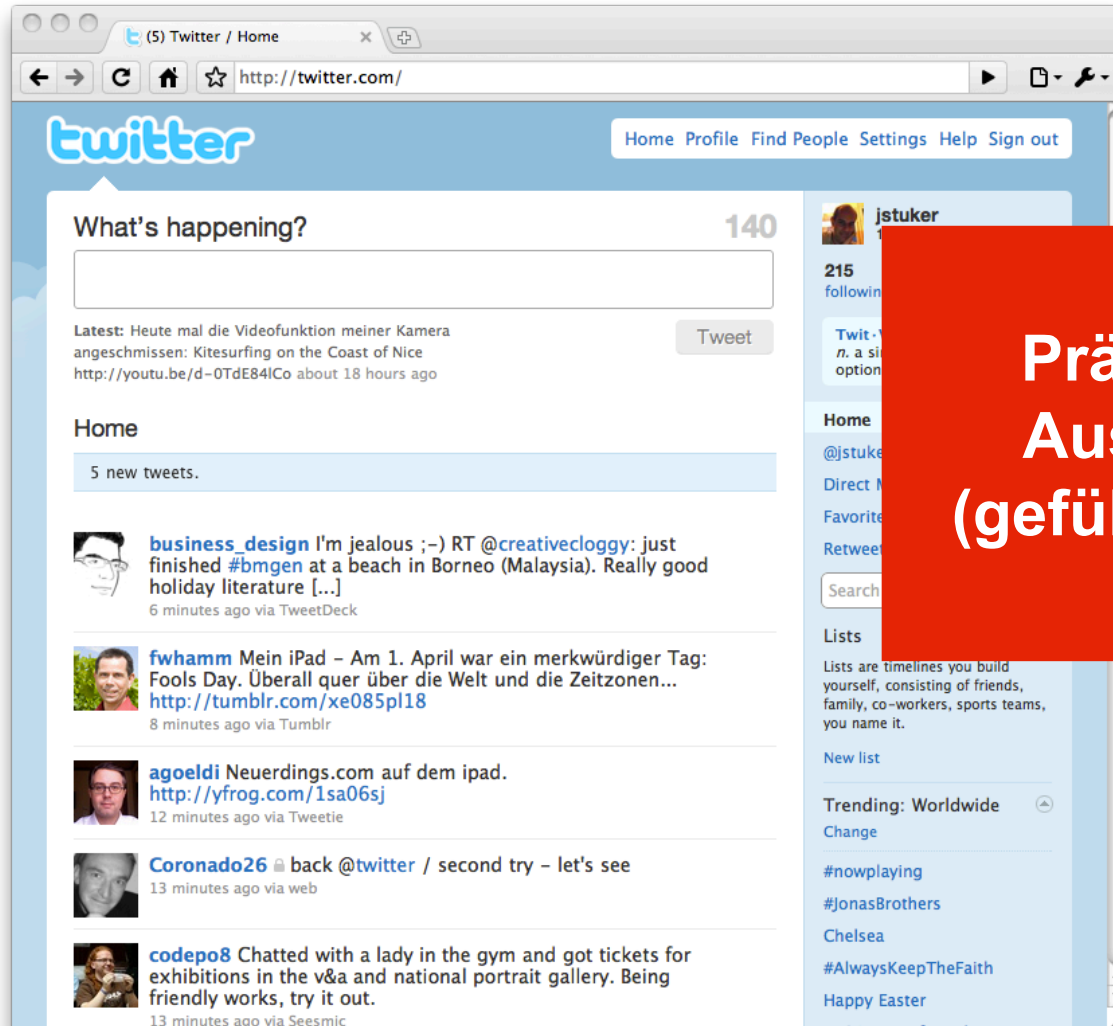
<http://blog.namics.com/2009/05/top-10-internet-3.html>

Top 10 Internet-Trends 2010.

- **Real-Time Web**
- **NoSQL**
- **Augmented Reality**
- **HTML5**
- **Location Sharing**
- **Identity 2.x**
- **Phone to Platform**
- **Social Media Monitoring**
- **Prediction Markets**
- **Tablets**

Real-Time Web.

Was ist neu? (I)

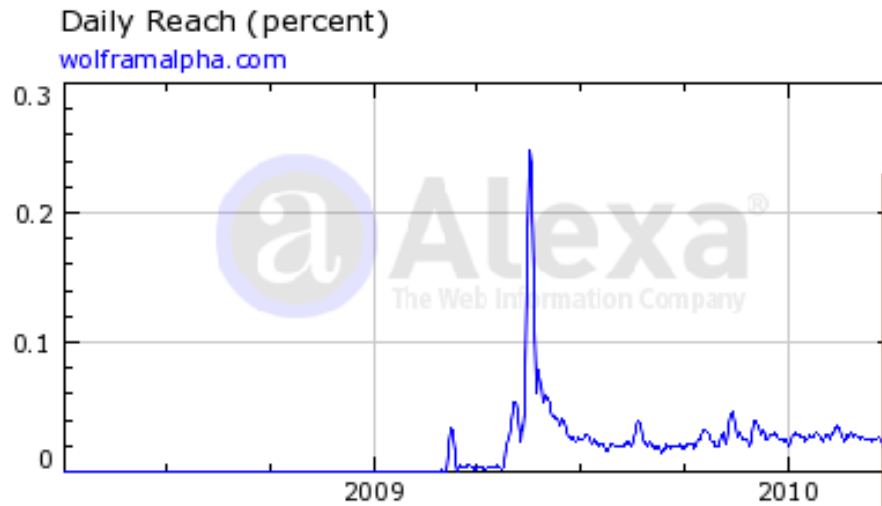


Präsentation /
Austausch ist
(gefühl) synchron

Was ist neu? (II)



Was ist neu? (III)



Animoto and Amazon EC2
Amazon EC2 easily scaled

Netzwerkeffekte erzeugen Lastspitzen



Was ist neu? (IV)



Technische Implikationen?

→ **Skalierbarkeit / Cloud Deployment**



scale up



scale out

→ **Everything runs from memory**

→ **Schnittstellen / Benachrichtungssysteme**

→ **Deduplikation**

Schnittstellen / Benachrichtungssysteme.

→ **Inhalte können maschinenlesbar ausgerufen werden**

- als Feeds (RSS / Atom)
- mit zustandslosen URLs (REST)

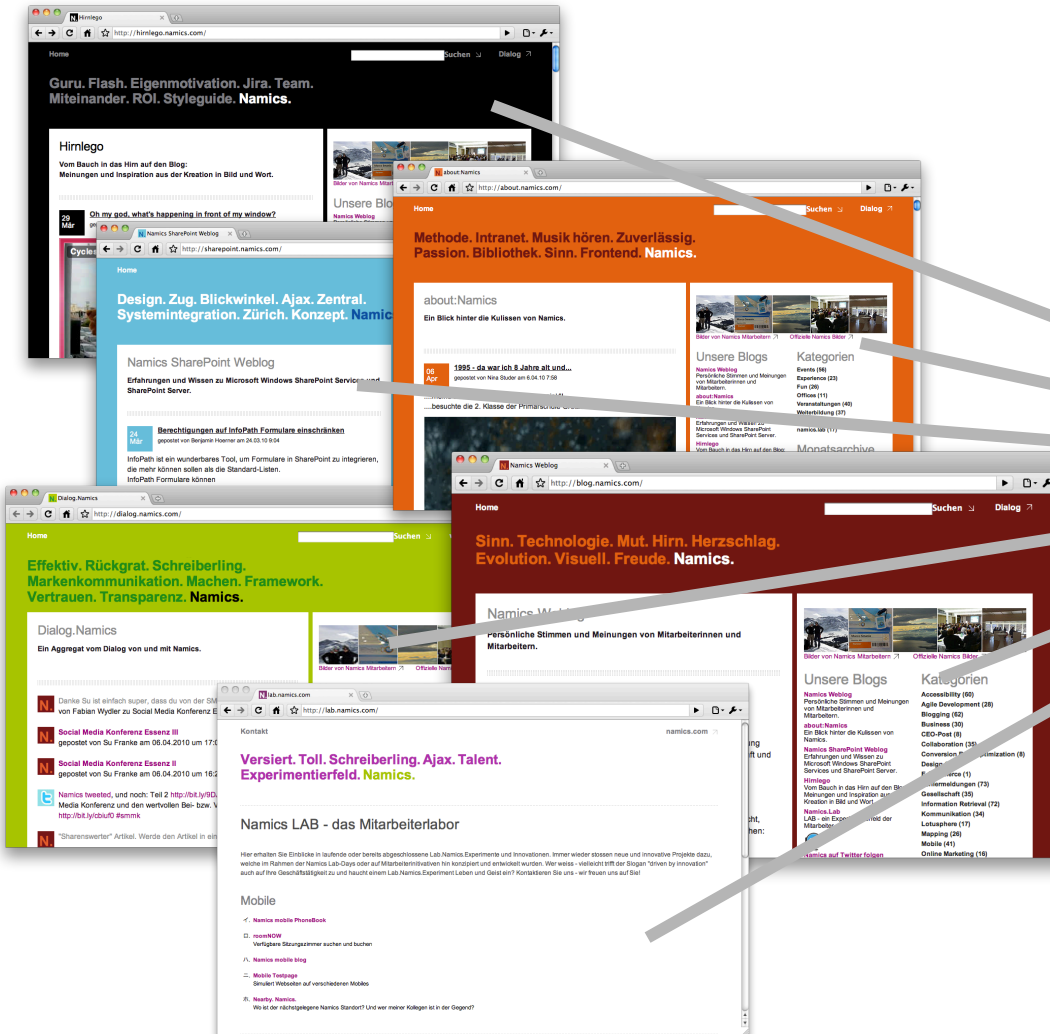
→ **Wie werden Änderungen populiert?**

- Poll
- Push
- Publish/Subscribe

Poll: „Hast Du Dich geändert?“



Push: „Ich habe mich geändert !“



XML-RPC POST
REST GET

Publish/Subscribe.

→ **Paradigma aus der „alten Welt“**

- Message Queue Paradigma

→ **zentraler Hub**

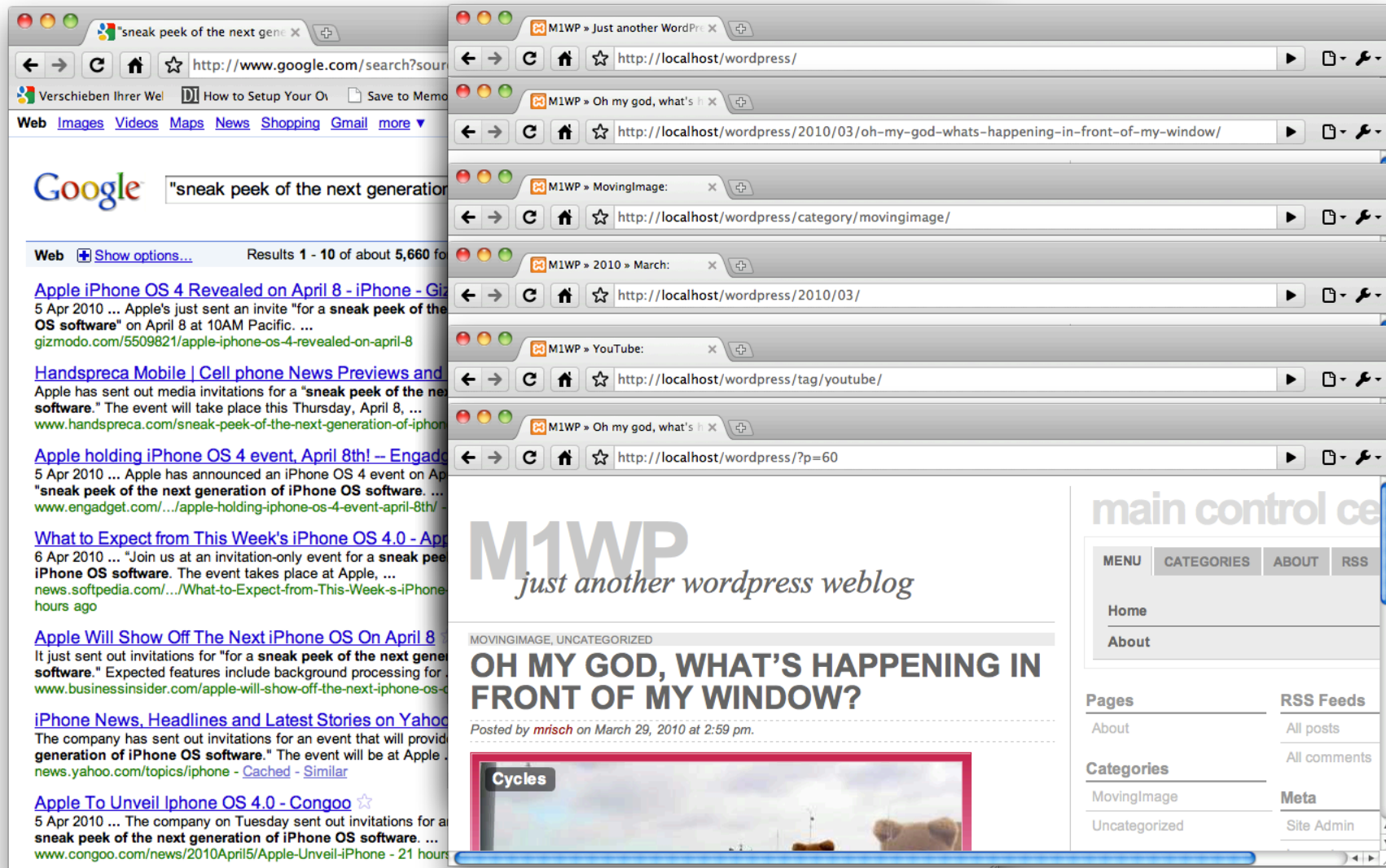
- verwaltet Abos von Konsumenten („Subscriber“)
- empfängt Updates von Produzenten („Publishers“) und leitet diese weiter

→ **Ziele**

- (in der Nähe) von Real-Time
- effizient

→ **„Alles drin“: PubSubHubbub**

Deduplikation.



Deduplikation: Canonical URL.

→ **Feststellung von Duplikaten / Similikaten ist schwierig**

→ **Lösung: Canonical URL festlegen und angeben**

- <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2009/02/specify-your-canonical.html>

Abschluss.

- **Schnittstellen anbieten (und nutzen)!**
- **Sorgfältiger Umgang mit Duplikation von Inhalten**
 - rechtlich
 - technisch
- **Effiziente Benachrichtigung über Plattformgrenzen**
- **Skalierbare und elastische Architektur**

Weiterführende Informationen. (I)

→ **Everything runs from memory**

- Twitter, an Evolving Architecture:
<http://www.infoq.com/news/2009/06/Twitter-Architecture>
- Improving Running Components at Twitter:
<http://blog.evanweaver.com/articles/2009/03/13/qcon-presentation>
- Memcached: Distributed Memory Object Caching System:
<http://memcached.org>

→ **Benachrichtigung**

- <http://code.google.com/p/pubsubhubbub/>
- http://www.google.com/help/blogsearch/pinging_API.html

Weiterführende Informationen. (II)

→ **Jinesh Varia**

- Architecting for the Cloud: Best Practices. AWS Whitepaper. 2010: http://jinesh.varia.in/?page_id=10
- Cloud Architectures. 2008: http://jinesh.varia.in/?page_id=10

NoSQL.

NoSQL.

NoSQL?



<http://michaelmarth.blogspot.com/2010/04/nosql-talk-at-developer-summit.html>

Eigenschaften.

→ „Don't call them databases.“

→ **Technisch**

- non-relational
- distributed
- horizontally scalable (Bsp. Cassandra bei Facebook 50GB schreiben in 0.12 ms. Quelle: <http://bit.ly/9RNWAi>)

→ **Data first, structure (maybe) later**

- flache, meist hierarchische Datenmodelle

→ **Häufig über Web-Schnittstellen ansprechbar**

- HTTP / REST / XML / JSON

Eigentlich...

→ **...Nov 01, 1999**

- “The UNIX Shell As a Fourth Generation Language” by Evan Schaffer and Mike Wolf

→ **Persistenz über filesystembasierte Datenhaltung**

- hierarchischer Zugriff über Ordnerstruktur
- hohe Performanz
- einfache Kopieraktionen (und dadurch auch Skalierbarkeit insb. bei Leseoperationen)
- unvollständige Transaktionalität (ACID)

→ **Viele Implementierungen. Auch Lotus Notes!**



<http://www.linuxjournal.com/article/3294>

Im Zeitalter des Cloud Computings.

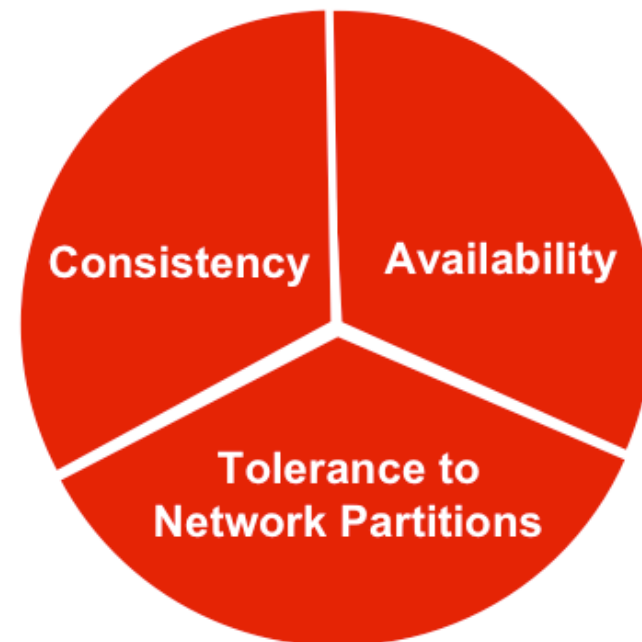
→ **Wieder „in die Mode“ gekommen**

- „Datenbank“ läuft auf hunderten/tausenden von Rechnern
- extrem grosse Datensets

→ **Skalierbarkeit und Verfügbarkeit ist manchmal wichtiger als 100% Transaktionssicherheit**

→ **CAP Theorem**

- Armando Fox und Eric A. Brewer. Harvest, Yield, and Scalable Tolerant Systems. 1999



<http://tinyurl.com/cc5648>

Die ultimativ / endgültige Lösung?



<http://www.bridgerlandaudubon.org/wildaboututah/090317cambrianexplosion.htm>

Abschluss.

→ „Spezielle“ Anwendungsszenarien

- viel weniger Funktionalität als SQL-DBMS (z.B. kein join)
- kein ACID (aber BASE)
- aber: skalierbar und verfügbar

→ Kaum „artrein“ eingesetzt: Eher „not only SQL“

→ Einfluss auf Anwendungen und Architekturen

- neue Algorithmen
- Partitionierung (Separations of Concerns)
- keine (möglichst wenig) zentralen Daten
- lose Koppelung

Weiterführende Informationen. (I)

→ **Lessons from Internet Services: ACID vs. BASE**

- <http://www.ccs.neu.edu/groups/IEEE/ind-acad/brewer/>

→ **Eric Brewer. Towards Robust Distributed Systems. 2000**

- <http://www.cs.berkeley.edu/~brewer/cs262b-2004/PODC-keynote.pdf>

→ **Werner Vogels**

- Eventually consistent. Communications of the ACM. 2009:
<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1435432>
- Amazon's Dynamo: http://www.allthingsdistributed.com/2007/10/amazons_dynamo.html

→ **Sanjay Ghemawat, Howard Gobioff, Shun-Tak Leung. The Google File System. 2003**

- <http://labs.google.com/papers/gfs.html>

Weiterführende Informationen. (II)

→ **Fay Chang, Jeffrey Dean, Sanjay Ghemawat et al. Bigtable: A Distributed Storage System for Structured Data**

- <http://labs.google.com/papers/bigtable.html>

→ **Verschiedene Implementierungen**

- <http://nosql-database.org/>
- <http://blog.oskarsson.nu/2009/06/nosql-debrief.html>
- <http://www.rackspacecloud.com/blog/2009/11/09/nosql-ecosystem/>

→ **eBay Marketplace Architecture**

- http://qconsf.com/sf2009/file?path=/QConSF2007/slides/public/RandyShoup_eBayArchPrinciples.pdf

→ **<http://en.wikipedia.org/wiki/NoSQL>**

Augmented Reality.

Einleitung.

- **Augmented Reality (AR) bezeichnet die Kombination von virtueller und physischer Realität.**
- **Wird auch „Mixed Reality“ oder „Augmented Virtuality“ genannt**
- **Gartner: Bis 2011 bewegen sich 80% in einer virtuellen Welt...**



Einsatzgebiete.

→ **PC**



→ **Datenbrille**

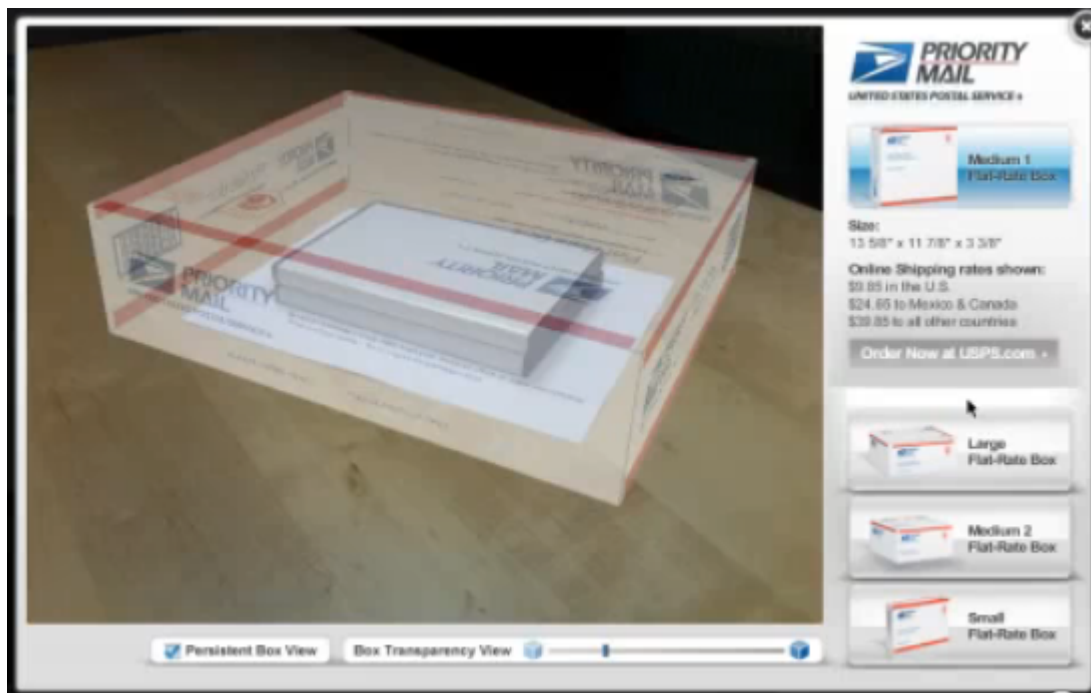


→ **Handy**



PC Beispiele. (I)

- **Marker ausdrucken**
- **Vor Webcam legen**
- **Staunen...**



PC Beispiele. (II)

→ **Produkt in Kamera halten**

→ **Staunen...**



PC Beispiele. (III)

- **Brillen vor dem virtuellen Spiegel anziehen**
- **Staunen...**



Beispiel Datenbrille.

→ **Serviceunterstützung**

→ **Staunen...**



Handy Beispiele.

- Kamera
- GPS
- Kompass
- Lagesensor



Fazit.

- Einsatzgebiet von „spassig“ über „interessant“ bis „sehr hilfreich“
- Virtuelle Welt à la „Second Live“ wird es nicht sein
- Sinnvolle Kombination zwischen Real und Virtuell
- Technologien sind verfügbar
- Kreative Ideen sind gefragt!
- und los geht's!

Links.

- <http://augmentedblog.wordpress.com/>
- **Paket-Grösse:**
http://www.youtube.com/watch?v=jCcZX8qGAX0&feature=player_embedded
- **Lego:**
http://www.youtube.com/watch?v=8UxWkZtUKal&feature=player_embedded
- **Virtual Mirror (Brillen anprobieren):** <http://www.ray-ban.com/>
- **BMW Service:**
http://www.youtube.com/watch?v=P9KPJIA5yds&feature=player_embedded#watch-main-area
- **Star-Trek:**
http://www.youtube.com/watch?v=v9ZI1e5pAHA&feature=player_embedded

HTML5.

Einleitung.

→ **Warum HTML5?**

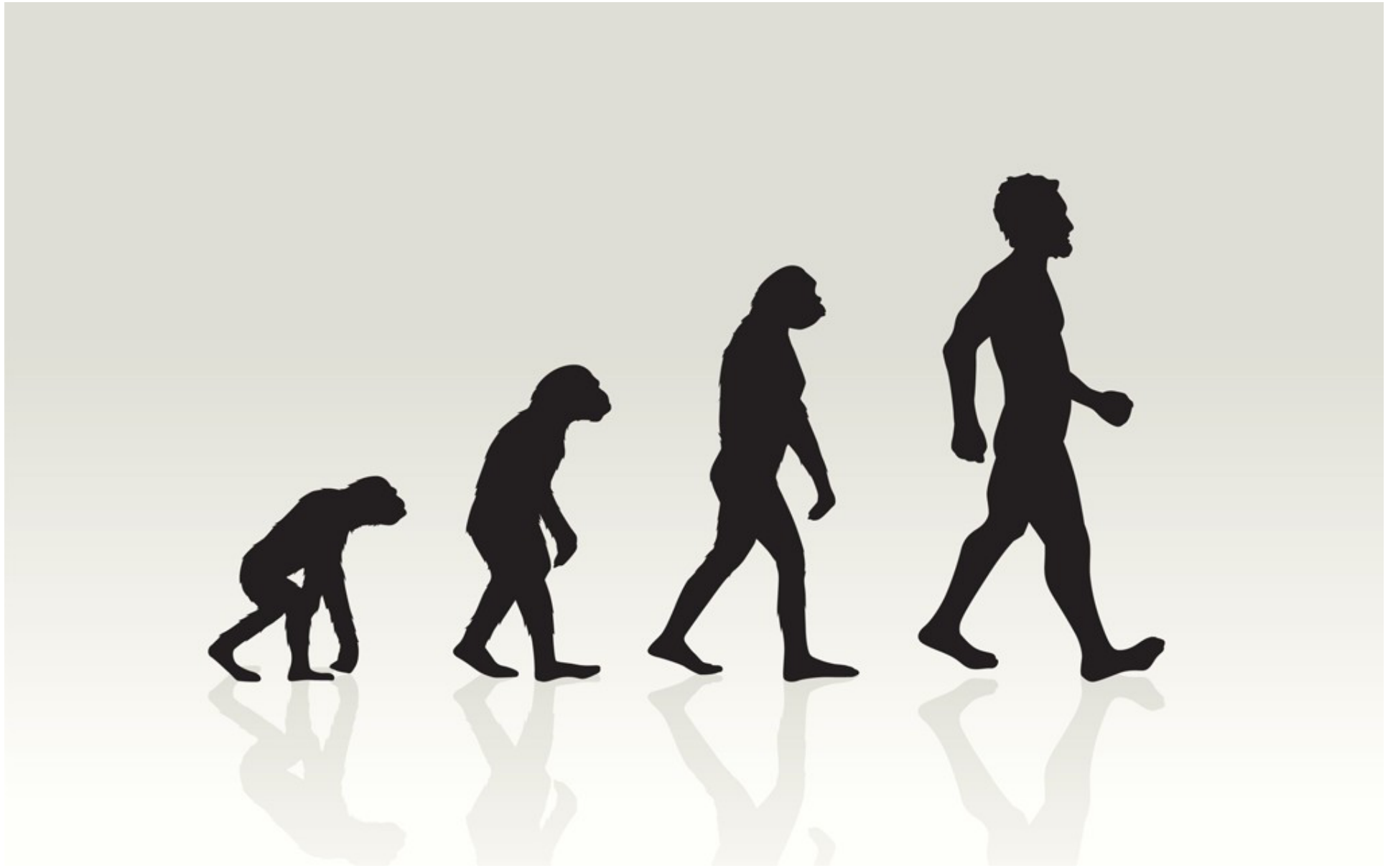
- Anteil Applikationen im Web werden immer grösser
- Browser- und PlugIn- Hersteller dominieren den Funktionsumfang für Applikationen im Browser

→ **HTML5 erweitert HTML zur besseren Unterstützung von Web – Applikationen**

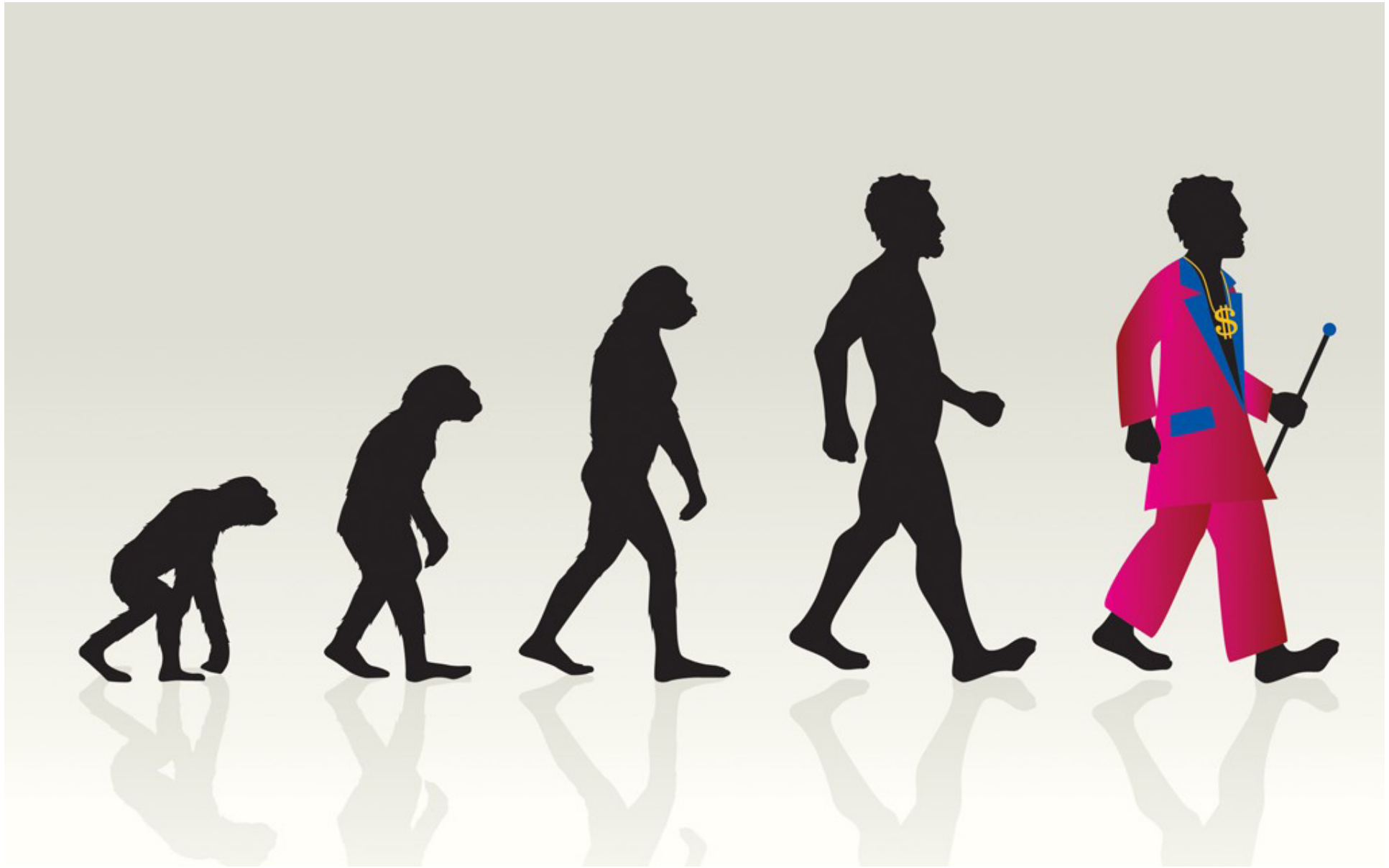
- Weil das Web sich in diese Richtung entwickelt und HTML diesen Teil am schlechtesten unterstützt

→ **HTML5 bringt HTML in direkte Konkurrenz zu Technologien zur Applikationsentwicklung**

- Flash, Silverlight, Javascript



Quelle: Bruce-Lawson

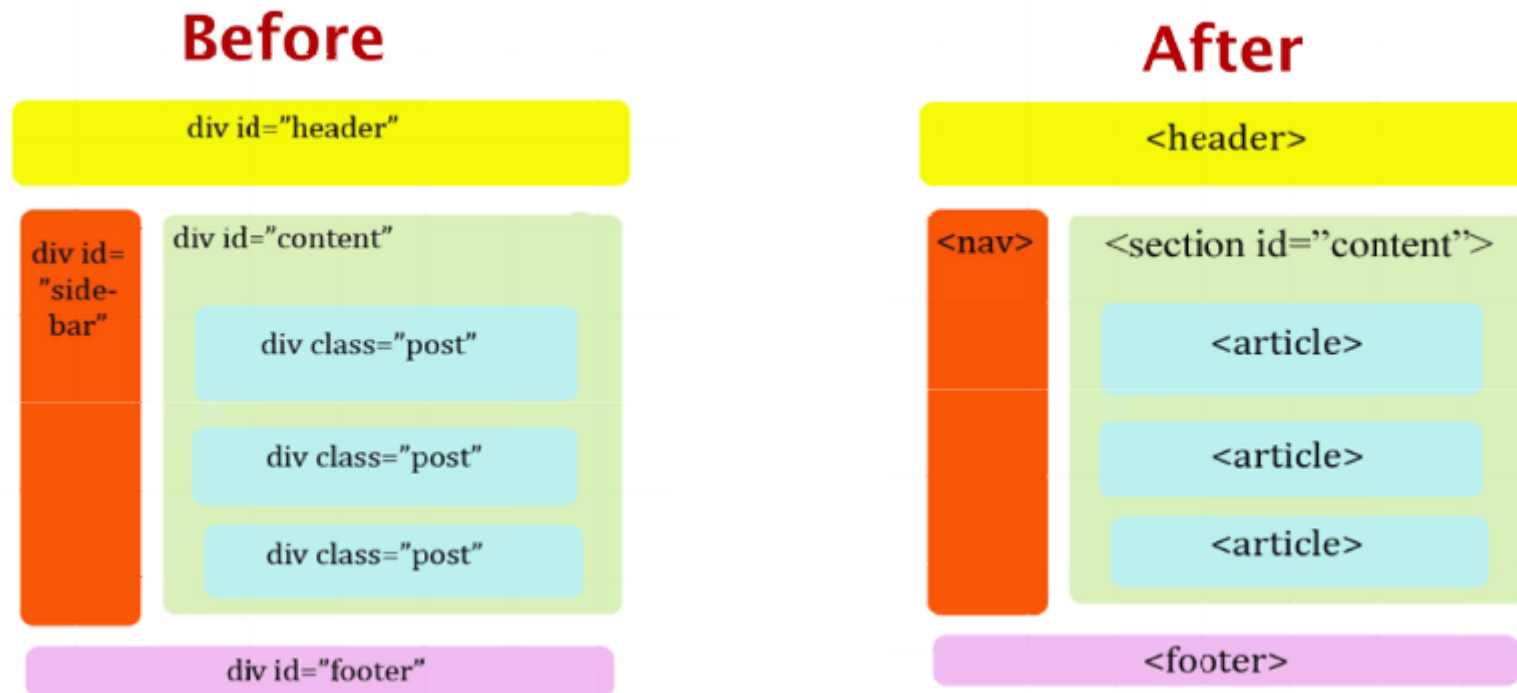


Quelle: Bruce-Lawson

Worum es geht. (I)

→ Tags zur Strukturierung von Webseiten

- Header, footer, nav, aside, figure, time, details, mark, etc.

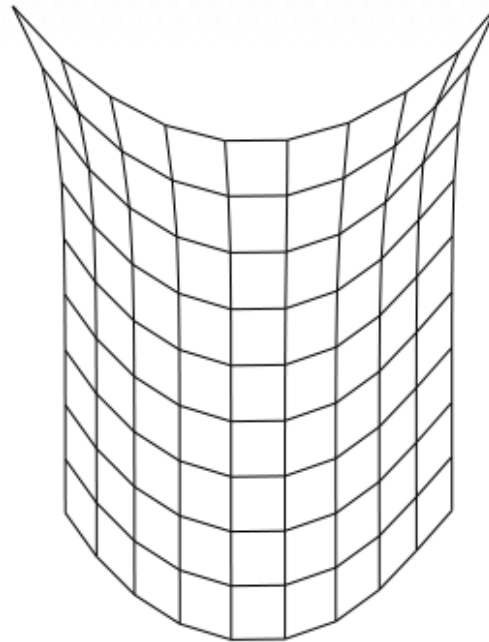


Quelle: Bruce-Lawson

Worum es geht. (II)

→ Canvas

- Dynamische Grafiken mittels Scripting (Javascript)
- Direkt unterstützt in Opera, Safari, Firefox und Chrome



- <http://www.andrew-hoyer.com/experiments/cloth>

Worum es geht. (III)

→ HTML5 Forms (Webforms 2)

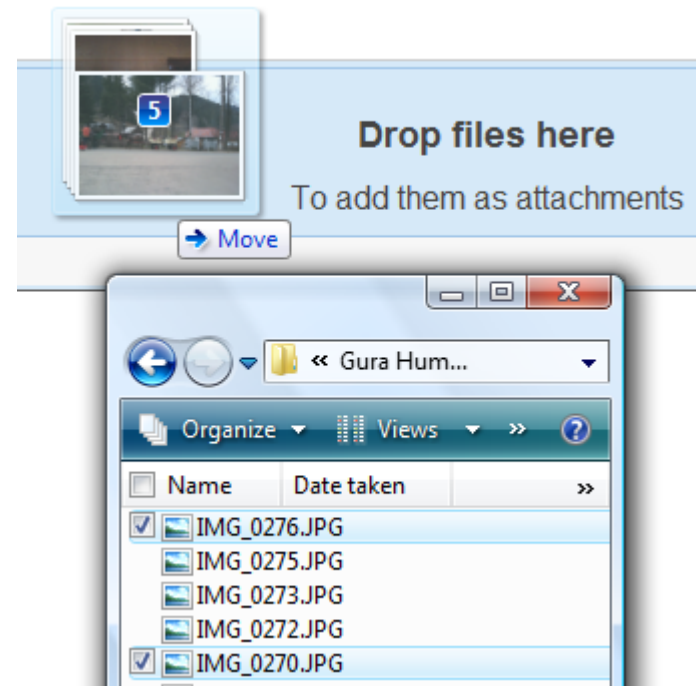
- Formular ohne Scripting
- Einfacher zu schreiben
- Alle Elemente sehen über die ganze Site gleich aus
- Weniger Code zum downloaden
- Eingebaute Validierung



Worum es geht. (IV)

→ Drag and Drop

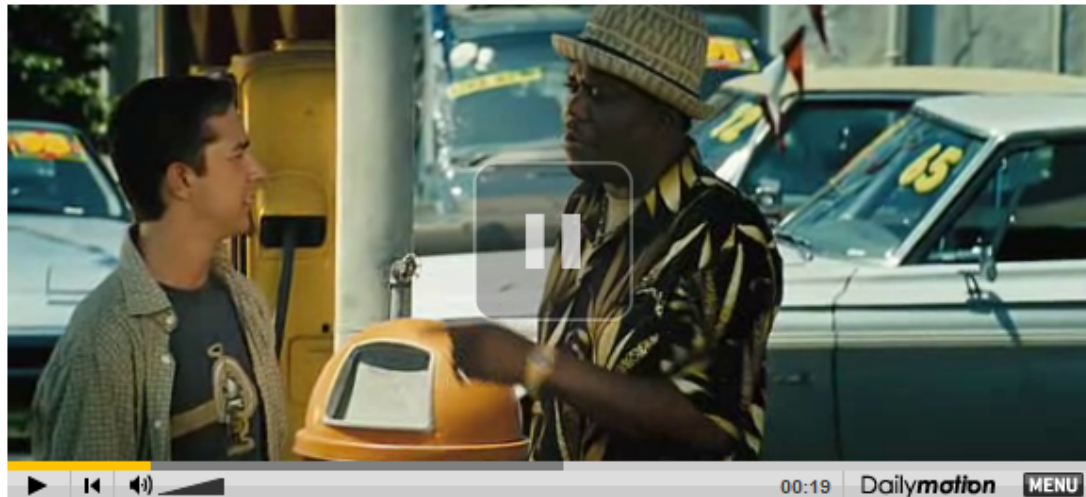
- z.B. Attachements in Gmail
- Funktioniert in Firefox 3.6+ und Chrome 4+
- Ersetzt Flash Uploader



Worum es geht. (V)

→ HTML5 Videos

- Abspielen von Videos direkt im Browser ohne Plugins (keine Updates mehr!)
- Braucht weniger Ressourcen (Prozessor und Strom)



- <http://www.dailymotion.com/openvideodemo>
- <http://www.vimeo.com/blog:268> / <http://www.youtube.com/html5>

Die Geschichte.

→ 2006

- W3C belebt HTML neu mit Web Applications 1.0 als Basis für HTML5

→ 2009

- XHTML2 wird eingestellt

→ 2010

- Web Hypertext Application Technologie Working Group (**WHATWG**) und **W3C** setzen die Spezifikationen auf „Last Call“
 - WHATWG fokussiert sich Technologien, welche direkt im Webbrowser implementiert werden müssen.

Fazit.

→ HTML5

- ist der „Nachfolger“ von XHTML2
- ist noch lange kein Standard, bietet aber heute schon ein paar Goodies zur Anreicherung
- ist keine Revolution sondern eine Weiterentwicklung in Richtung offener Anwendungen
- bringt neue Elemente und APIs für Anwendungen
- wird von den führenden Browsern stetig mehr unterstützt

Links.

- <http://diveintohtml5.org/>
- <http://www.whatwg.org/>
- [drag-and-drop-gmail-attachments.html](http://my.opera.com/ODIN/blog/html5-<u>tales-from-the-developmenty-trenches-south-by-southwest-presentation</u>→ <a href=)
- [blog:268](http://www.smashingmagazine.com/2009/07/06/<u>html-5-cheat-sheet-pdf/</u>→ <a href=)
- [---

5/5/10](http://www.youtube.com/<u>html5</u></div><div data-bbox=)

Location Sharing.

Einleitung.

→ **Location Sharing basiert auf Geotagging**

- Position zu Elementen hinzufügen
- Elemente können Bilder, Nachrichten (Twitter & Co.) etc. sein

→ **Dank GPS Technologie in den Handys sind genaue Positionen auf Adress-Level möglich**

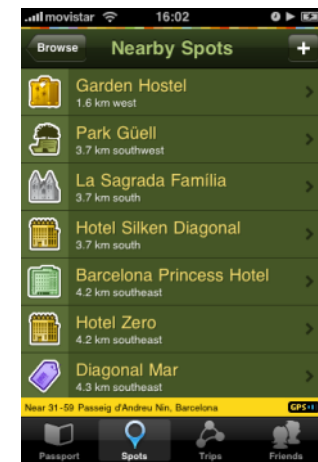
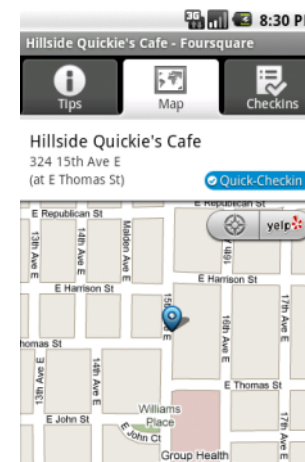
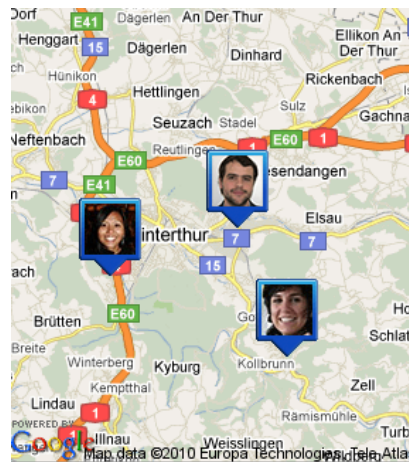
- Ohne GPS geht's auch mit ungenauere Positionierung über das Netzwerk



Was es braucht.

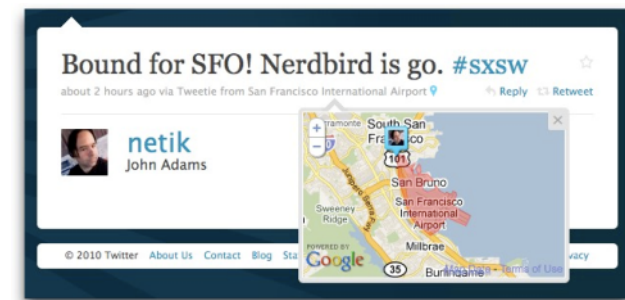
- Ein Smartphone mit GPS und Internetverbindung
- Eine Anwendung für Location Sharing installieren

- Foursquare
- Gowalla
- Google Latitude
- Twitter
- etc.



- Teilweise auch direkt im Browser

- Gowalla
- Twitter



Wie es geht.



- **Aktuellen Standort auswählen**
- **Einchecken**
- **Standort mit Freunden teilen**
- **Vorteile für häufige Anwesenheit genießen**

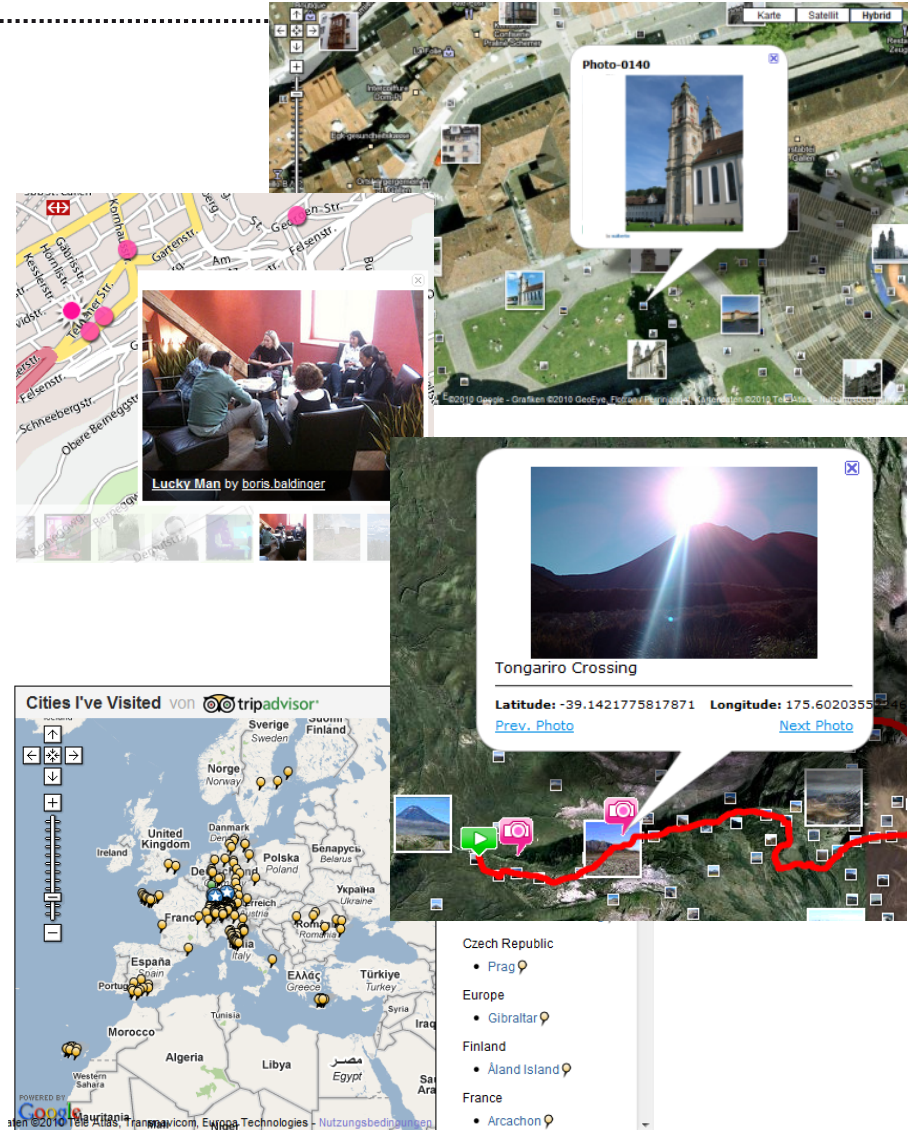
Wozu?

- **Freunde an den eigenen Aufenthaltsorten finden**
- **Werbung**
 - Für sich: „Schaut an was für einem coolen Ort ich bin!“
 - Für einen Ort: Super gegessen im Restaurant Kreuz!
- **Kundenbindung**
 - Du warst schon 10 Mal hier? Das gibt einen Gratis-Drink für Dich!
 - Du bist der Chef hier (heisst, du bist mehr hier als jeder andere Benutzer)? Geniesse diese Gratis-Portion Pommes
- **Bewegungsprofile erkennen**
 - Wann ist wo am meisten los? (oder auch nicht...)
 - Schnittstellen ermöglichen eigene Sichten auf die Informationen

Etwas anders.

→ Weitere Anwendungen

- Bilder automatisch auf Karten anzeigen
 - Flickr, Panoramio, etc.
- Bike- und Wanderausflüge aufzeichnen und teilen
 - GPSed, GPS-tour.info, etc.
- Besuchte Orte auf Reiseplattformen angeben
 - Trippadvisor



Fazit.

- **Community sammelt fleissig und einfach Daten**
 - **Lokale Vernetzung durch Real Time Austausch**
 - **Kundenbindung**
 - mit mehr Reichweite als mit Gutscheinen
 - **Potential in Bewegungsprofilen**
 - **Die “Grossen” springen auf: Twitter kann bereits geotagging, Facebook steht bereit....**

 - **Achtung:**
 - Sicherheit: Abwesenheit von Zuhause lässt sich leicht feststellen → Einbruch!
-

Links

- <http://foursquare.com/>
- <http://gowalla.com/>
- <http://google.com/latitude>
- <http://twitter.zendesk.com/forums/26810/entries/78525>
- <http://www.flickr.com/map/>
- <http://www.gps-tour.info/>
- <http://gpsed.com/>
- <http://www.tripadvisor.de/>
- <http://www.socialmediaexaminer.com/why-foursquare-drives-business-what-you-need-to-know/>

Identity 2.x.

Einleitung.

→ **Online Identity bereits 2006 und 2007 behandelt**

- 2006: Notwendigkeit von Online Identity
- 2007: OpenID als „Single Sign On“ für das Internet
 - Heute: über 1 Milliarde OpenID User und mehr als 9 Millionen Sites



→ **Anforderung wachsen**

- Mehr als Login
- Informationen zum Sozialen- Netzwerk und – Verhalten sind wertvoll
 - Profilinformationen (Alter, Ort, Geschlecht, Interessen)
 - Freunde
 - Interessen (Fan-Sites, Links, Bilder)
 - Kommentare, etc.

Um wen geht es?

→ **Wo sind die User?**

- Facebook



- Und der Rest...



→ **Daraus folgen zwei „Standards“ für „Identity 2.x“**

- Facebook Connect
- OpenSocial



Was kann man damit machen? (I)

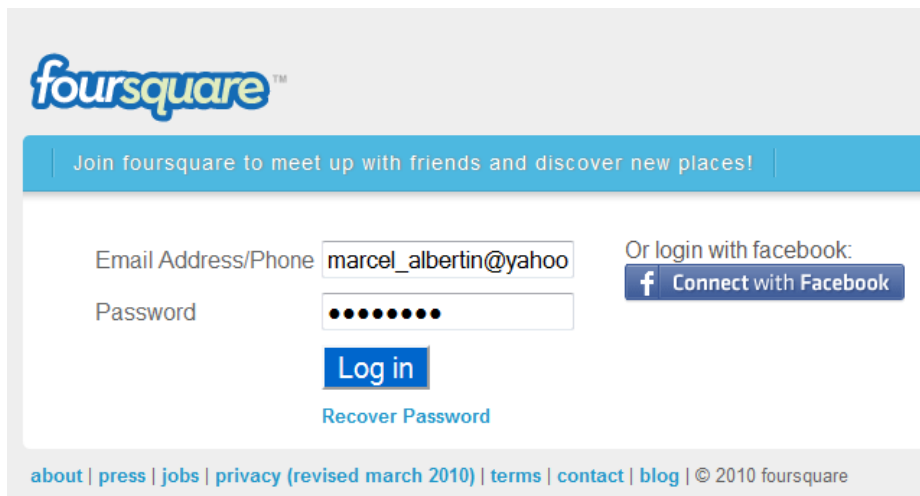
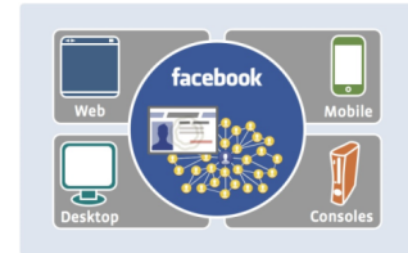
→ Facebook Connect

- API für Zugriff auf Userinformationen

→ Identity: Namen, Bilder, Veranstaltungen, etc.

→ Social Graph: Freunde und Verbindungen

→ Stream: Aktivitäten, deren Verteilung und Integration



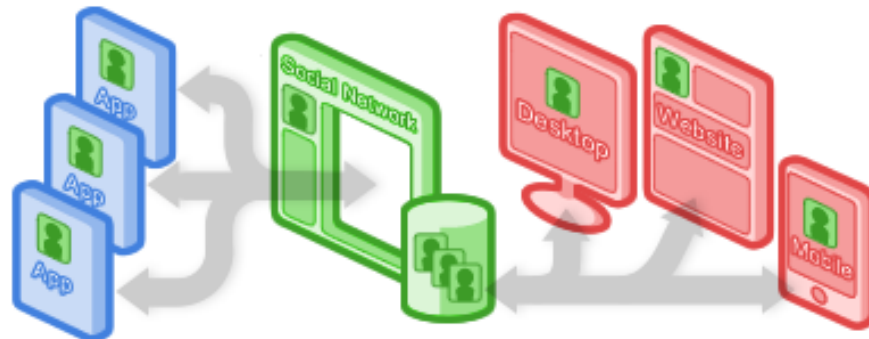
Was kann man damit machen? (II)

→ **OpenSocial**

- Offene Programmierschnittstelle (API) für Social Networks
- Initiiert von Google und MySpace in 2007

→ **Zusätzlich zu Facebook Connect: plattformübergreifender Austausch!**

- Social Application: Anwendungen für mehrere Netzwerke
- OpenSocial Container: nehmen die Social Application auf der Webseite auf
- Sharing and Accessing Social Data: Informationen an andere Netzwerke verteilen oder von ihnen beziehen



Fazit.

→ **Geschlossen kommt nicht gut**

- Man erinnere sich an die Aussage von Microsoft am World Wide Web Forum 1995: „dass, MSN zweifelsfrei bald wichtiger sein werde als das Web“

→ **Facebook offen und genügend gross für eigenen „Standard“**

→ **OpenSocial als Alternative wenn:**

- die Benutzer bereits in anderen Netzwerken vertreten sind
- Andere Netzwerke als Facebook verbunden werden sollen

→ **Aber ganz sicher keine eigenen „Standards“ erfinden!**

Links

- <http://openid.net/>
- <http://developers.facebook.com/connect.php>
- <http://www.opensocial.org/>
- <http://code.google.com/intl/de/apis/opensocial/>
- <http://en.wikipedia.org/wiki/OpenSocial>

Phone to Platform.

Einleitung.

→ **Noch vor wenigen Jahren wurden Handy's zum telefonieren gebraucht...**



→ **Das änderte sich am 29. Juni 2007.**



→ **Der Beginn einer neuen Entwicklung:**

- Vom Handy Betriebssystem zur Plattform: eine Basisplattform für viele unterschiedliche Geräte



Das Ökosystem. (I)



Phone



App Store



Tablet

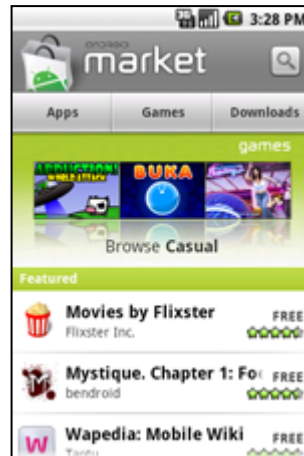


Set-Top Box

Das Ökosystem. (II)



Phone



Market



Tablet



Set-Top Box

Als Gegenbewegung zum PC.



Notebook



Netbook

Smartbook



Smartphone



Fazit.

- **Ausbauen ist einfacher als Reduzieren**
- **Handy-Bedienungskonzepte passen besser**
- **eine Basisplattform für viele unterschiedliche Geräte**
 - Die App-Entwickler haben Freude
- **Das Ökosystem ist entscheidend**
- **Apple machts vor...**
 - Verdient mit Hardware und Apps
- **Google in leicht anderer Richtung...**
 - Alle Kanäle im Internet für Werbeplatzierung besitzen

Links

→ <http://www.apple.com>

→ http://de.wikipedia.org/wiki/Apple_iPhon

→ <http://www.android.com>

→ [http://de.wikipedia.org/wiki/Android_\(Betriebssystem\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Android_(Betriebssystem))

Social Media Monitoring.

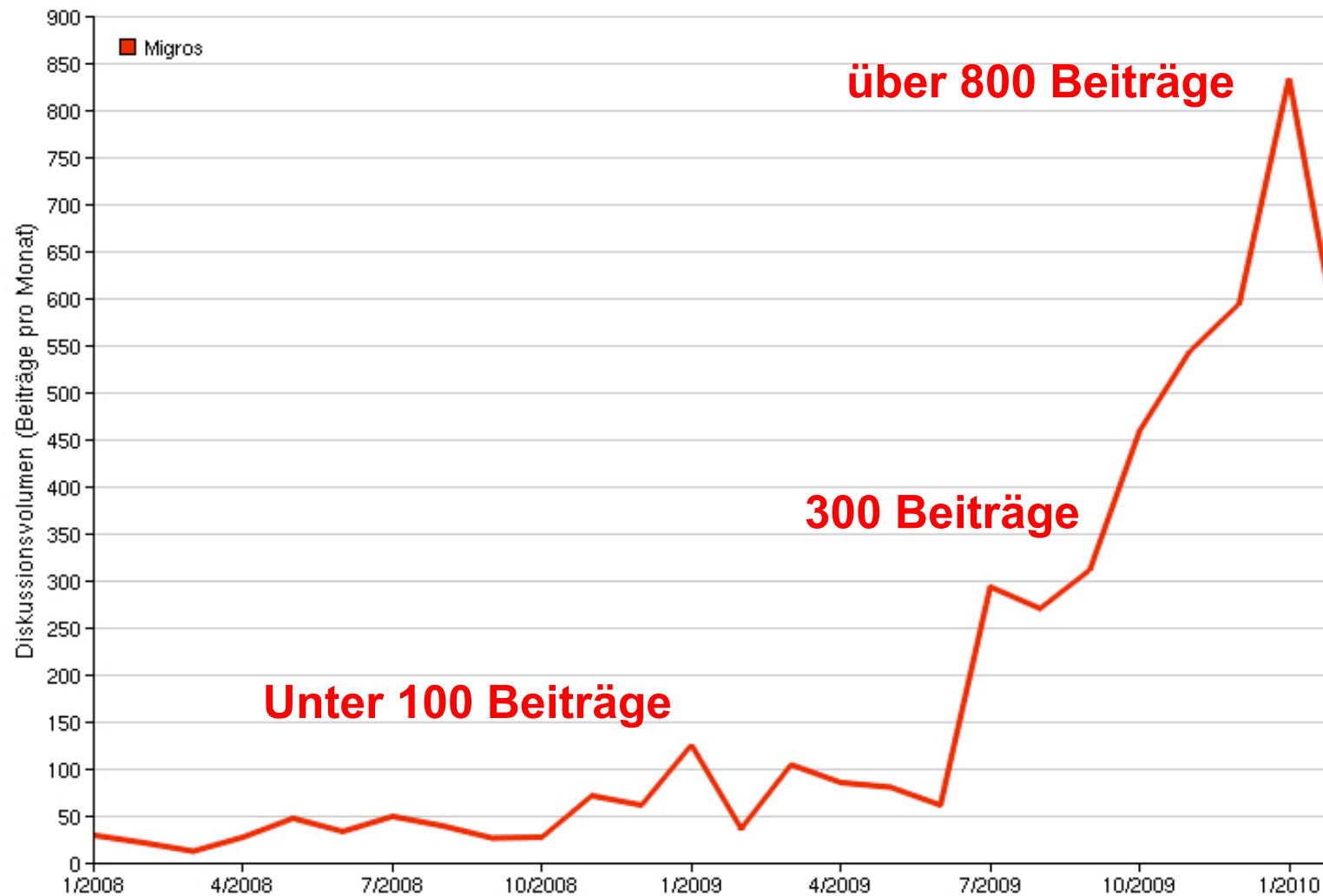
Beispiel von Social Media



Beispiel von Social Media.

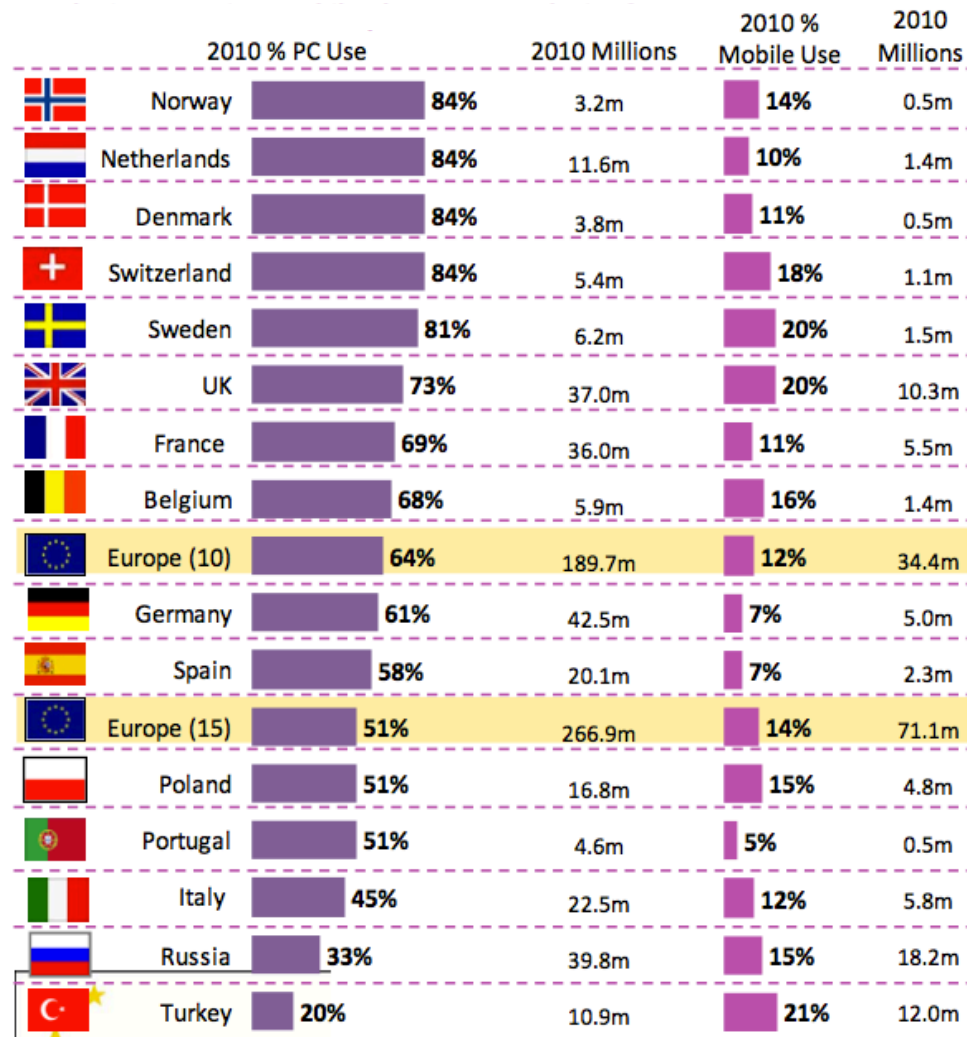


Online Nennungen „Migros“ pro Monat



<http://blog.namics.com/2010/04/monitoring-in-der-schweiz.html>

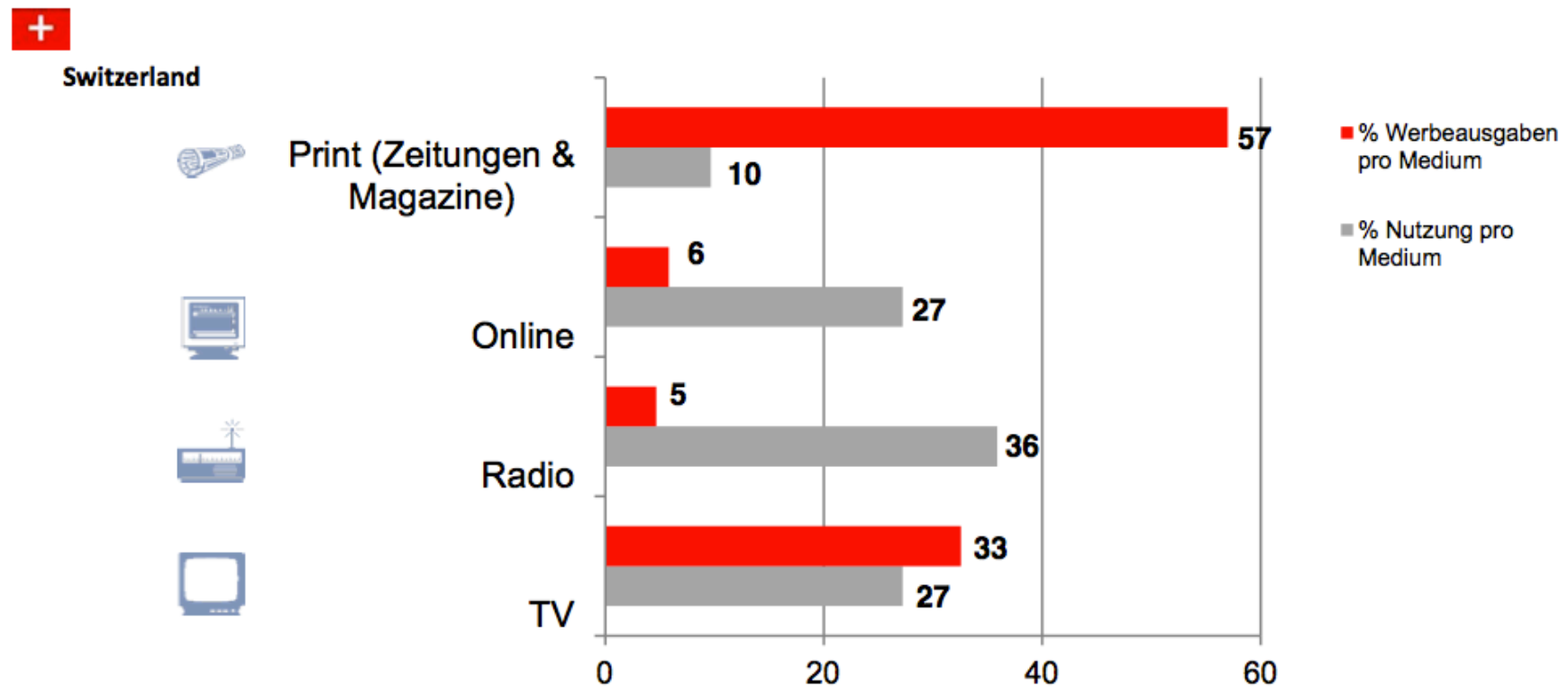
1. Internet-Nutzung.



EIAA Mediascope Medianutzung Schweiz 2010

http://advertising.microsoft.com/schweiz/WWDocs/User/de-ch/ForPublishers/EIAA_Mediascope%202010_Schweiz.pdf

2. Nutzungszeit (und Werbeausgaben).

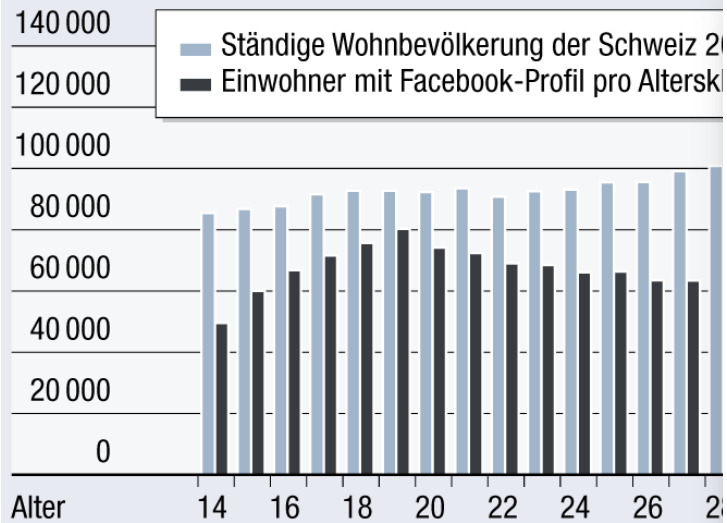


EIAA Mediascope Medianutzung Schweiz 2010
http://advertising.microsoft.com/schweiz/WWDocs/User/de-ch/ForPublishers/EIAA_Mediascope%202010_Schweiz.pdf

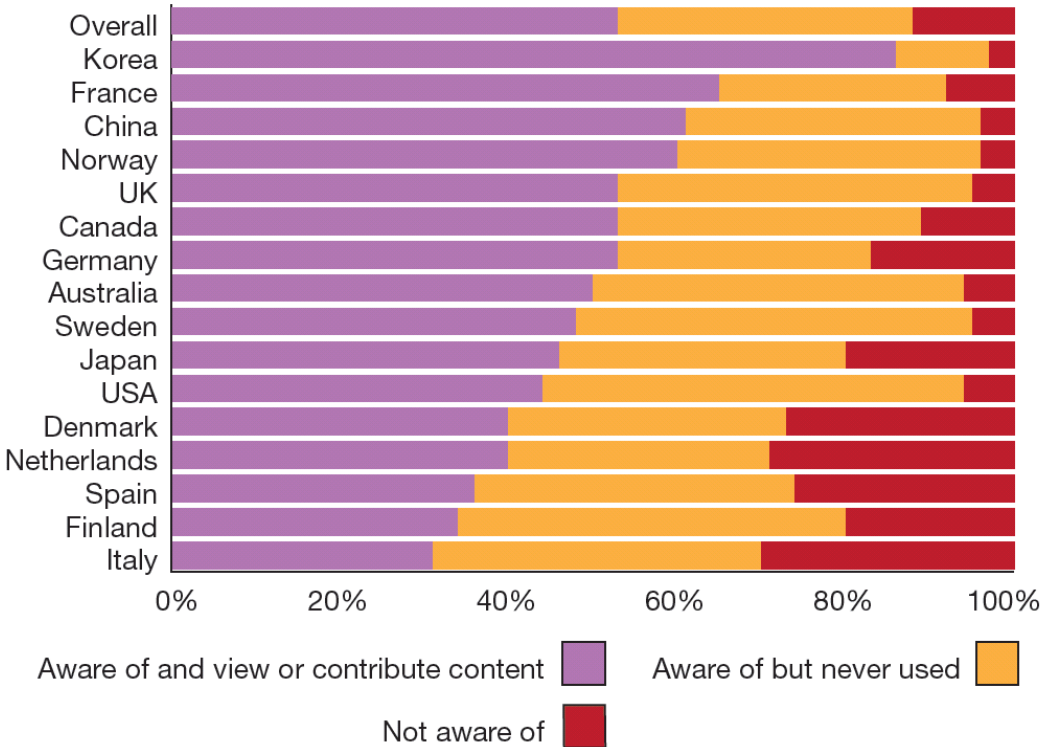
3. Wo im Internet?

ENORME REICHWEITE

Über 25 Prozent aller Einwohner der Schweiz sind bei Facebook aktiv. Bei den 14- bis 30-Jährigen ist der Anteil am höchsten.



* Auf 2009 umgerechnet. Quelle: BFS, Facebook, Januar 2010. © BILANZ

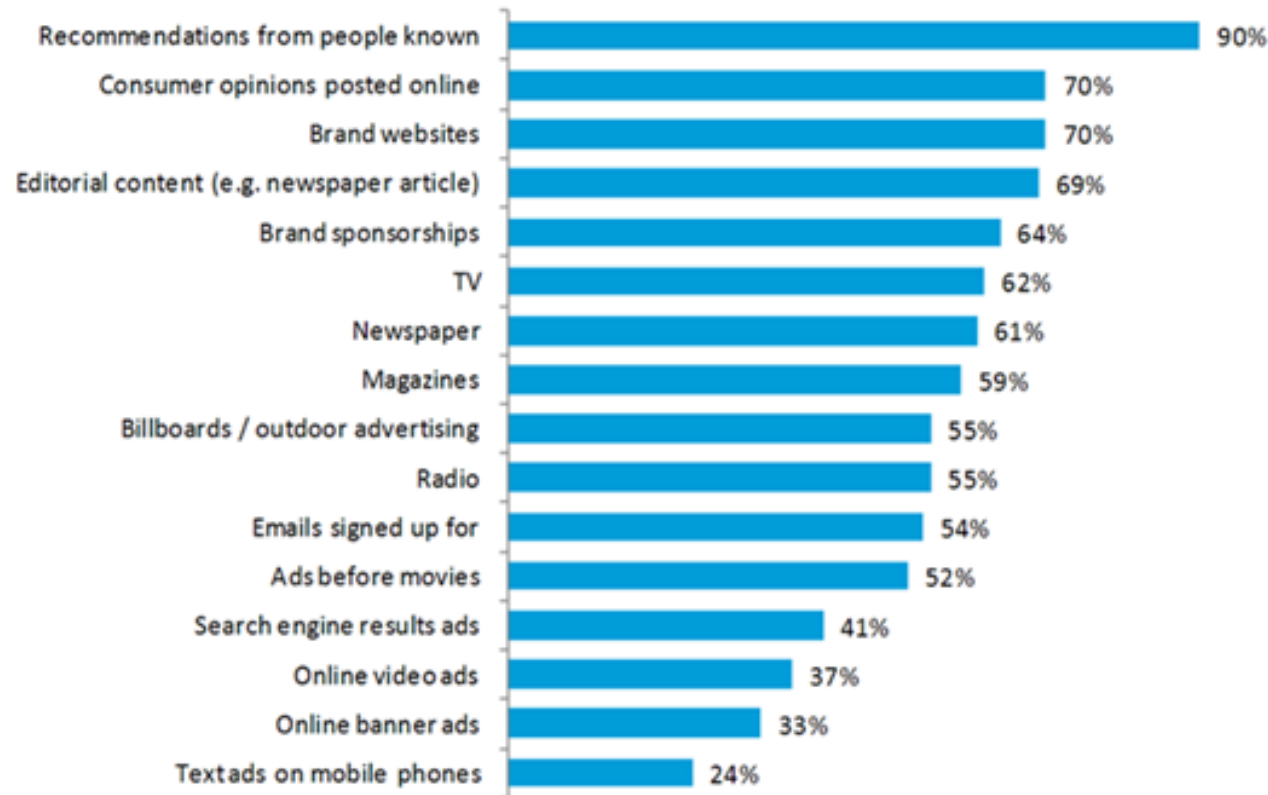


4. Relevanz der Aussagen. (I)



4. Relevanz der Aussagen. (II)

Have some degree of trust* in the following forms of advertising
April 2009



Source: The Nielsen Company

*E.g. 90 percent of respondents trusted "completely" or "somewhat" recommendations from people they know

<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/consumer/global-advertising-consumers-trust-real-friends-and-virtual-strangers-the-most/>

5. Suchmaschinen als Zugang.

The image displays two overlapping screenshots of Google search results. The top screenshot shows a search for "cailler" with results for "Welcome to the Maison Cailler" and "Cailler Schokolade gratis". The bottom screenshot shows a search for "bose schweiz" with results for "Über Bose - Bose AG in der Schweiz", "BOSE® - Besserer Klang durch Forschung", and "Bose Schweiz: Hoher Preis und fehlende Kundenorientierung".

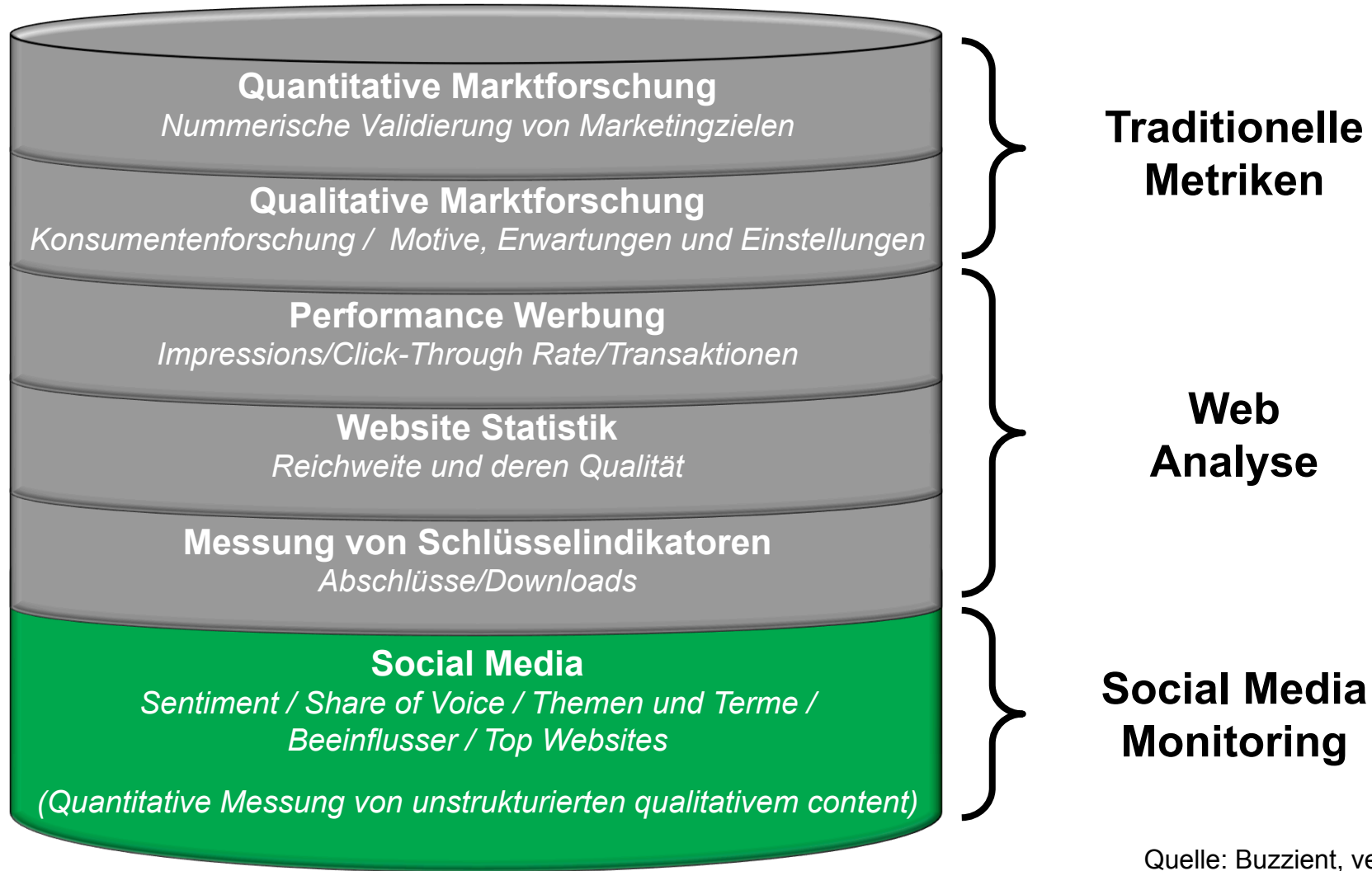
Search 1: cailler
Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus der Schweiz
Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 64'900 für cailler. (0.17 Sek)

Search 2: bose schweiz
Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus der Schweiz
Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 257'000 für bose schweiz. (0.17 Sek)

Results for "cailler":
Welcome to the Maison Cailler
CAILLER – emotion, tradition, ge...
www.cailler.ch/ - Im Cache
Deutsch Tablets
Sublim Emotion, tradi...
Shop Frigor
News Branches
Weitere Ergebnisse von cailler

Results for "bose schweiz":
Über Bose - Bose AG in der Schweiz
Die schweizer Niederlassung wurde 1972 gegründet, als Tochtergesellschaft der Bose Corporation USA. Bose AG wurde rasch zu einem führenden Anbieter von ...
www.bose.ch > Home > Über Bose - Im Cache - Ähnlich
BOSE® – Besserer Klang durch Forschung
Home Audio, Speakers, Car Audio, Karrieremöglichkeiten bei Bose, Marktführer bei Sound-Systemen, Home Stereo Systems, Home Entertainment und Surround Sound ...
www.bose.ch/ - Im Cache - Ähnlich
+ Weitere Ergebnisse anzeigen von www.bose.ch
Bose Schweiz: Hoher Preis und fehlende Kundenorientierung - Namics ...
19. Aug. 2009 ... Meine aktuellen Bose-Kopfhörer QC3 habe ich im Februar 2009 bei Bose (Schweiz) für CHF 648.– gekauft (der Preis für das identische Produkt ...
blog.namics.com/2009/08/bose-schweiz-ho.html - Im Cache - Ähnlich
BOSE 191 - Toppreise.ch Preisvergleich Schweiz
BOSE 191 - Toppreise.ch Preisvergleich Schweiz, Tags: bose,bose schweiz,bose.ch,bose 191,deckenlautsprecher

Mehr als Marktforschung oder Webstatistik.



Quelle: Buzzient, verändert

Zuhören und Verstehen als Grundlage.

→ **Wissen, was Konsumenten bewegt**

- frühzeitiges Erkennen von Nennungen
- wer sind meine Mitbewerber online

→ **Auf welchen Plattformen wird über mich gesprochen**

- systematisches „wie“

→ **Wer spricht über mich**

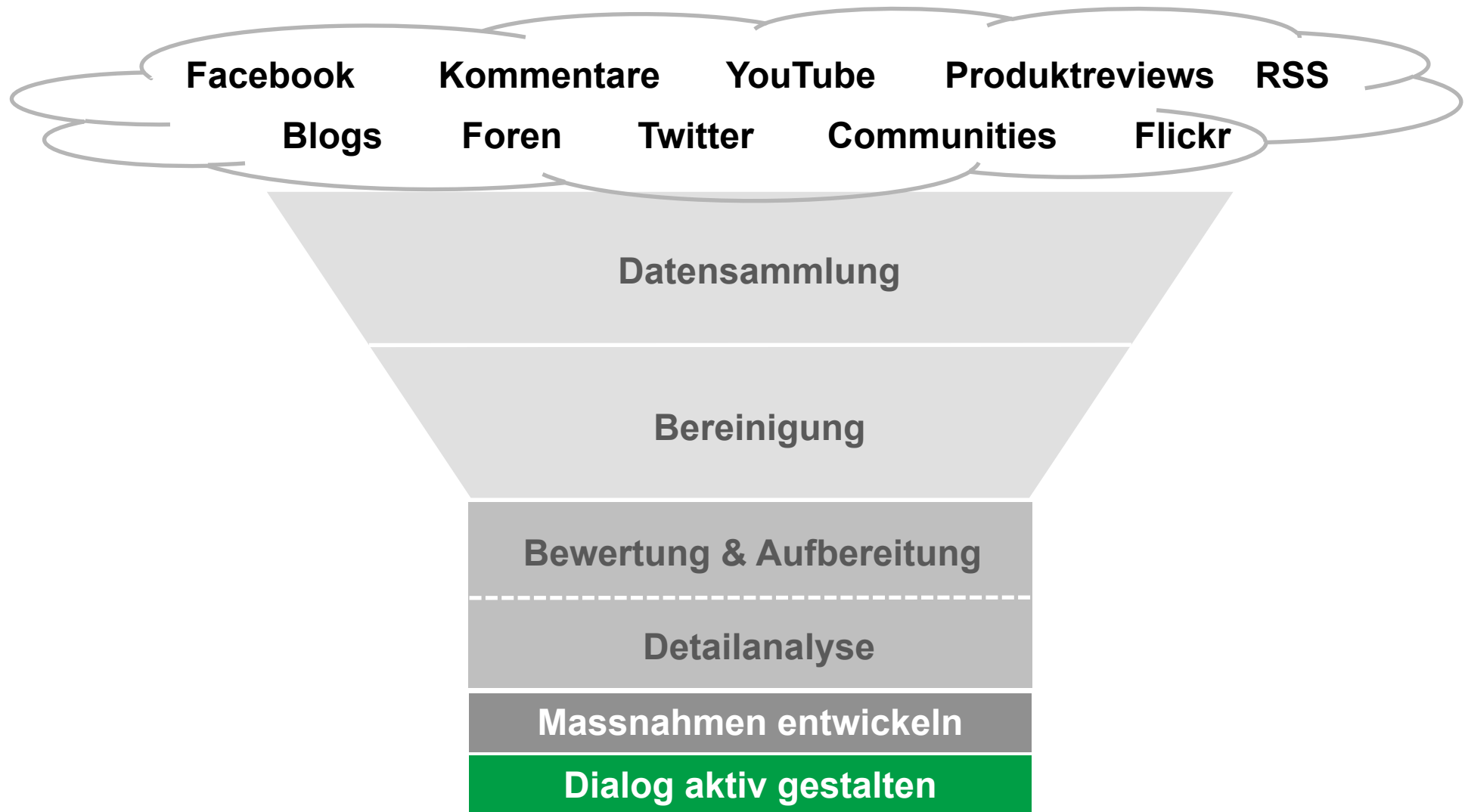
- unabhängig der Plattform (Opinion Leaders / Influencer)

→ **Bewerten / Filtern**

- Stimmung, Relevanz, Verlinkung...

→ **Archivierung als Grundlage für den Arbeitsprozess**

Social Media Monitoring im Überblick.



Es gibt hunderte von Werkzeugen (auch: gratis).



<http://blog.namics.com/2010/03/social-media-monitoring-tools.html>

Abschluss.

→ **Social Media**

- ist dynamisch, unstrukturiert und schwierig zu tracken
- ist ein Füllhorn an wertvollen Aussagen
- hat einen wesentlichen Einfluss auf den Firmenerfolg

→ **Monitoring ist nur der Einstieg**

- zu Beginn reichen auch Gratiswerkzeuge
- bei hohem Volumen wird umfassende Lösung benötigt
- Analyse und Bewertung benötigt Erfahrung

→ **Ziel ist es in den Dialog mit Internet-Usern einzusteigen und von diesen zu lernen resp. Marktwerte zu schaffen**

Weiterführende Informationen.

→ Anbieter

- <http://www.radian6.com/>, <http://www.scoutlabs.com/>,
<http://www.sysomos.com/> oder <http://www.buzzient.com/>

→ Artikel

- <http://www.cluetrain.com/book/index.html>
- <http://www.pwc.com/gx/en/technology-media-convergence/consumer-conversation-will-transform-business.jhtml>
- <http://blog.namics.com/2010/03/socialmedia-monitoring-einfuehrung.html>
- <http://blog.namics.com/2010/03/social-media-monitoring-tools.html>
- <http://www.namics.com/wissen/whitepaper-brand-streams-marken-in-bewegung/>

Prediction Markets.

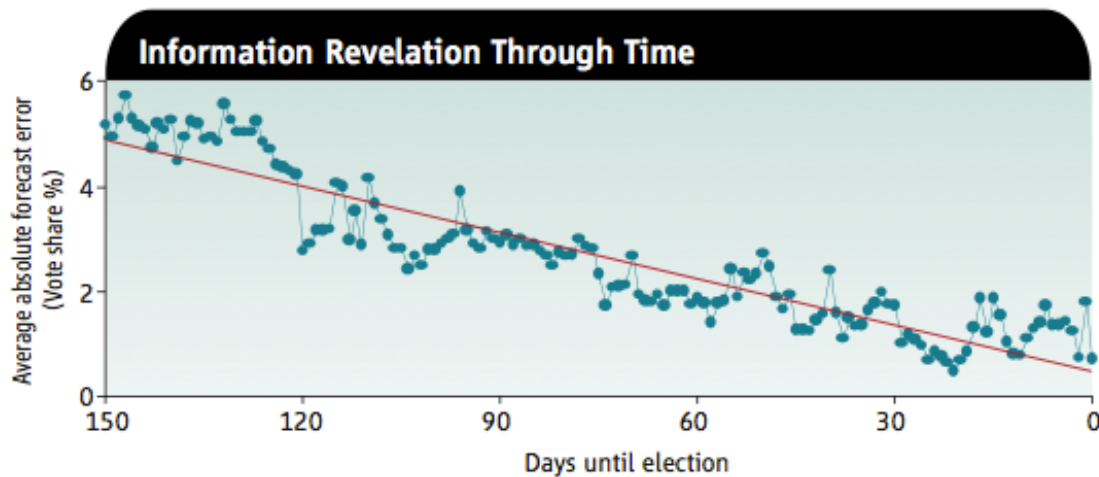
In einem Satz?

„The future's in the data“

<http://blog.revolution-computing.com/2010/03/oreilly-at-osbc-the-futures-in-the-data.html>

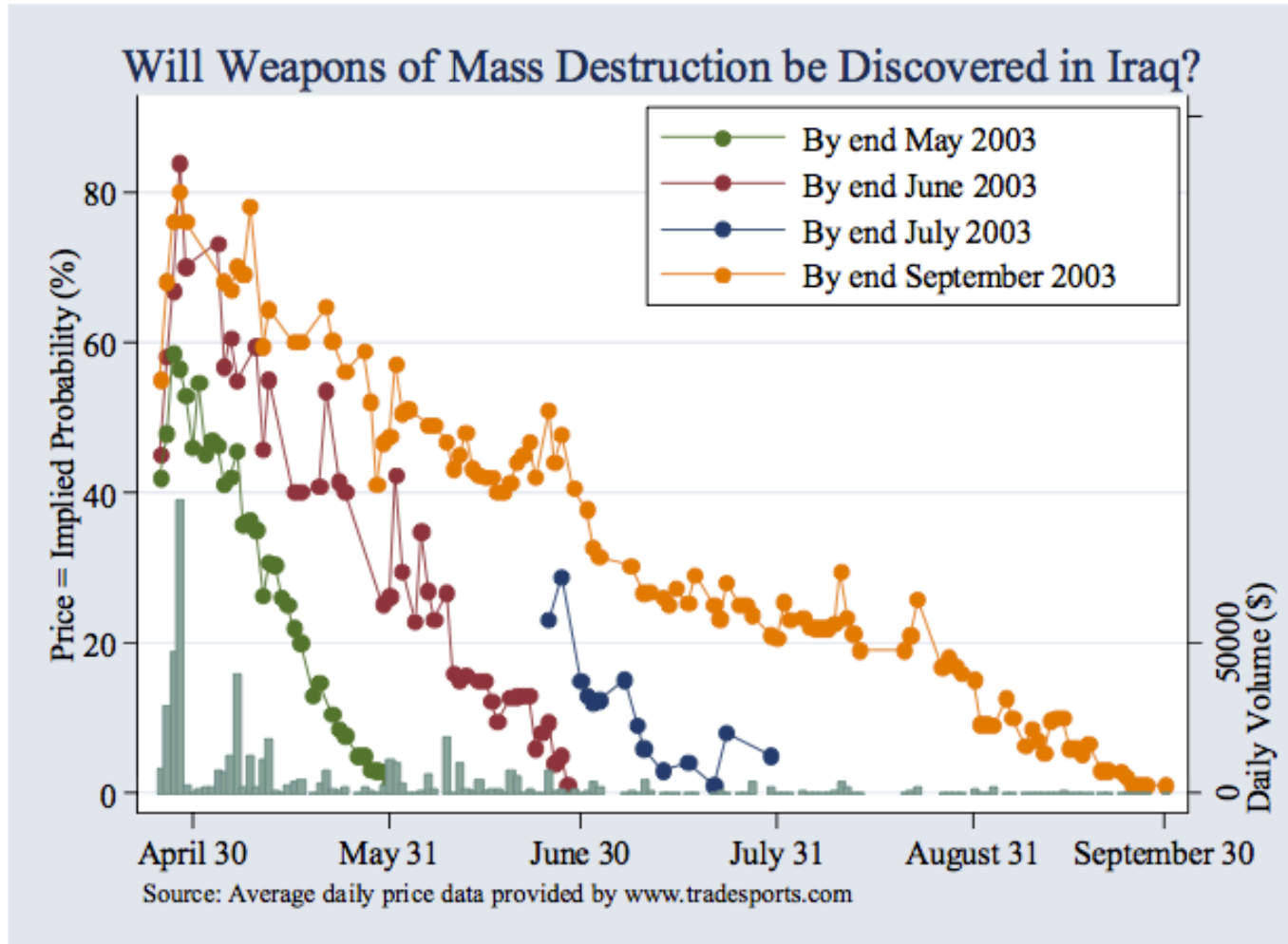
Prediction Markets?

- **Aggregation von verteiltem Wissen zur Vorhersage zukünftiger Anlässe**
 - effiziente Marktmechanismen (z.B. Virtual Stock Market)
 - statistische Methoden
- **Beispiel: Ausgang der US Präsidentschaftswahlen 1988, 1992, 1996 und 2000 über die Annahme von Wetten**



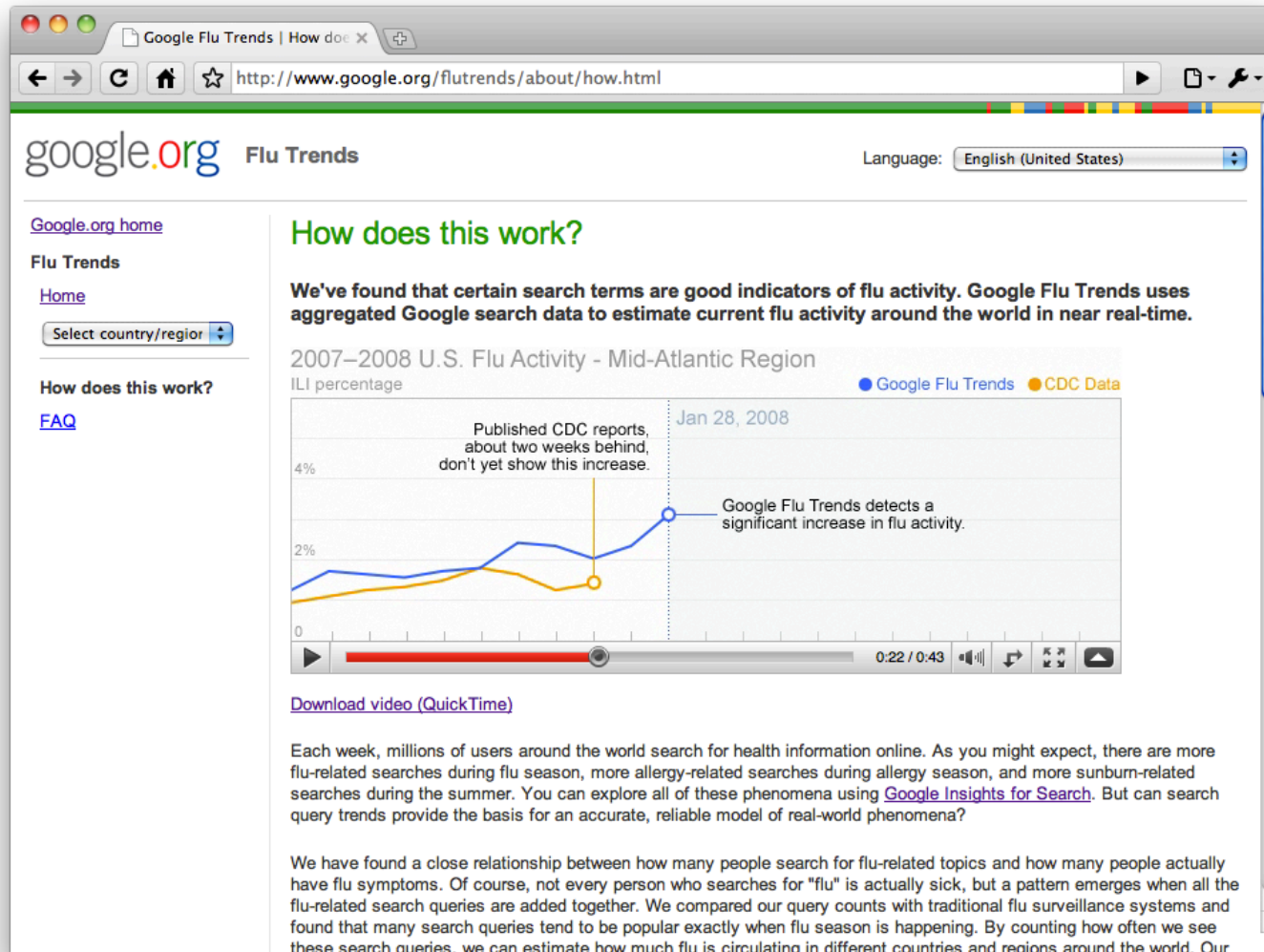
<http://www.biz.uiowa.edu/iem>

Noch ein Beispiel „aus Amerika“.



<http://finmath.stanford.edu/seminars/docs/Predictionmarkets.pdf>

Beispiel: „Vorhersage“ der Grippe.

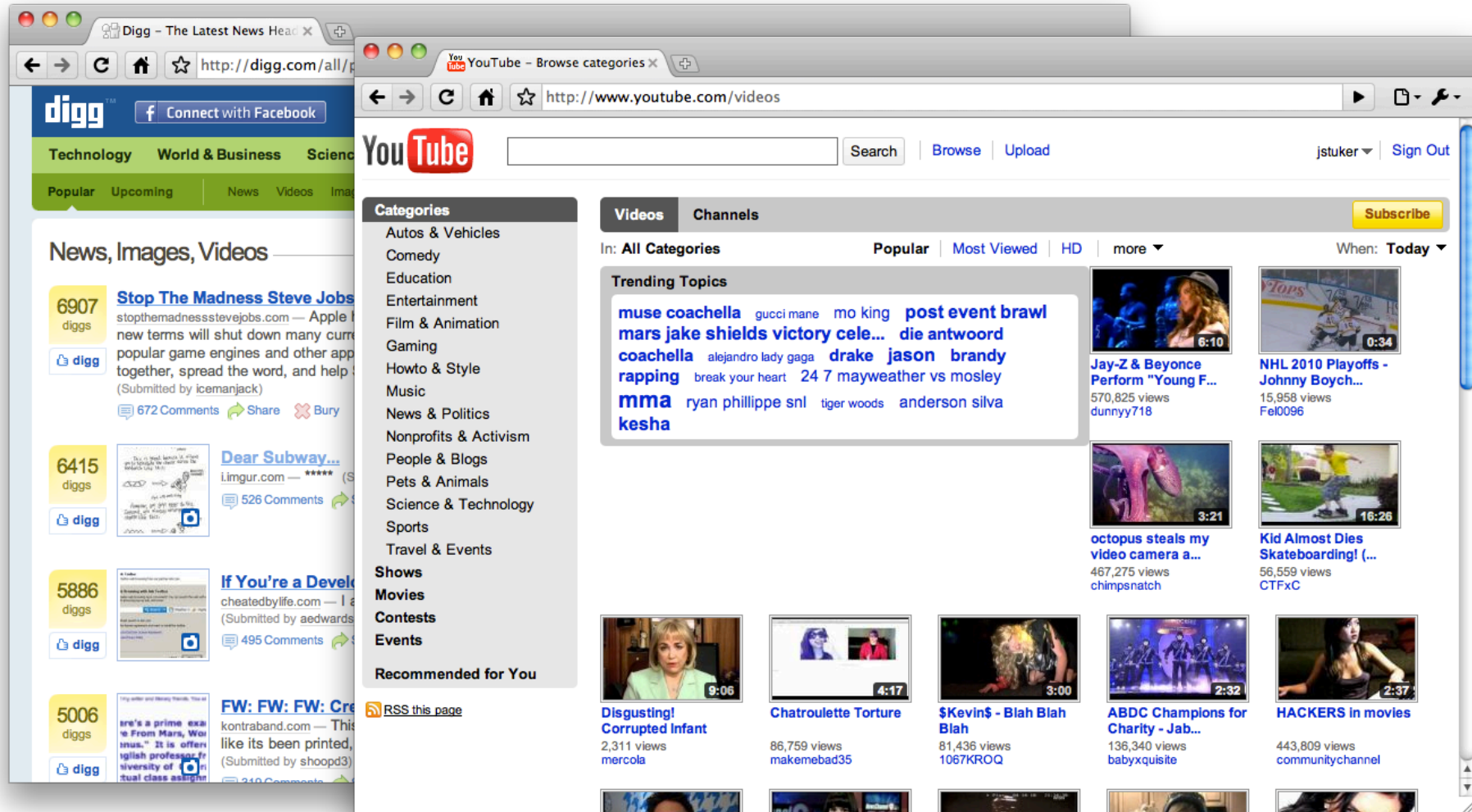


<http://www.google.org/flutrends/about/how.html>

Beispiel: Shazaam.



Beispiel: Popularitäts-Vorhersage von Online-Content.



www.hpl.hp.com/research/idl/papers/predictions/predictions.pdf

Abschluss.ts

- **Daten als Grundlage des Geschäfts(erfolgs)**
- **Empirischen Daten und die Fähigkeit diese zu interpretieren ist zunehmend ein wichtiger Wettbewerbsfaktor**
- **Peter Norvig**
 - “Why work at Google?” “Because that's where the data is.”
 - “Google doesn't have better algorithms than everyone else. They just have more data.”

Weiterführende Informationen. (I)

- http://en.wikipedia.org/wiki/Prediction_market
- **Justin Wolfers, Eric Zitzewitz. Prediction Markets. 2004**
 - <http://bpp.wharton.upenn.edu/jwolfers/Papers/Predictionmarkets.pdf>
- **Beispiele für Märkte**
 - <http://www.biz.uiowa.edu/iem/> oder <http://www.hsx.com>
- **Peter Norvig: Theorizing from Data**
 - <http://www.youtube.com/watch?v=nU8DcBF-qo4>
 - <http://blog.namics.com/2007/07/look-at-the-dat.html>
- **Michele Banko, Eric Brill. Scaling to Very Very Large Corpora for Natural Language Disambiguation. 2001.**
 - <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.19.8013>

Weiterführende Informationen. (II)

→ **Detecting influenza epidemics using search engine query data**

- <http://www.nature.com/nature/journal/v457/n7232/full/nature07634.html>
- <http://research.google.com/archive/papers/detecting-influenza-epidemics.pdf>

→ **A Look at Google's Prediction Market**

- <http://blogs.wsj.com/economics/2008/01/07/a-look-at-googles-prediction-market/tab/article/>
- <http://googleblog.blogspot.com/2005/09/putting-crowd-wisdom-to-work.html>

→ **G. Szabo, B. Hubermann. Predicting the popularity of online content**

- <http://www.hpl.hp.com/research/scl/papers/predictions/>

Tablets.

Tablets.

Tablets.

→ „Es wurde schon alles gesagt, aber nicht von allen“

Nicht die ersten, aber die besten Vermarkter. (I)



<http://www.begeek.fr/levolution-de-lipad-en-2012-et-2014-8398>

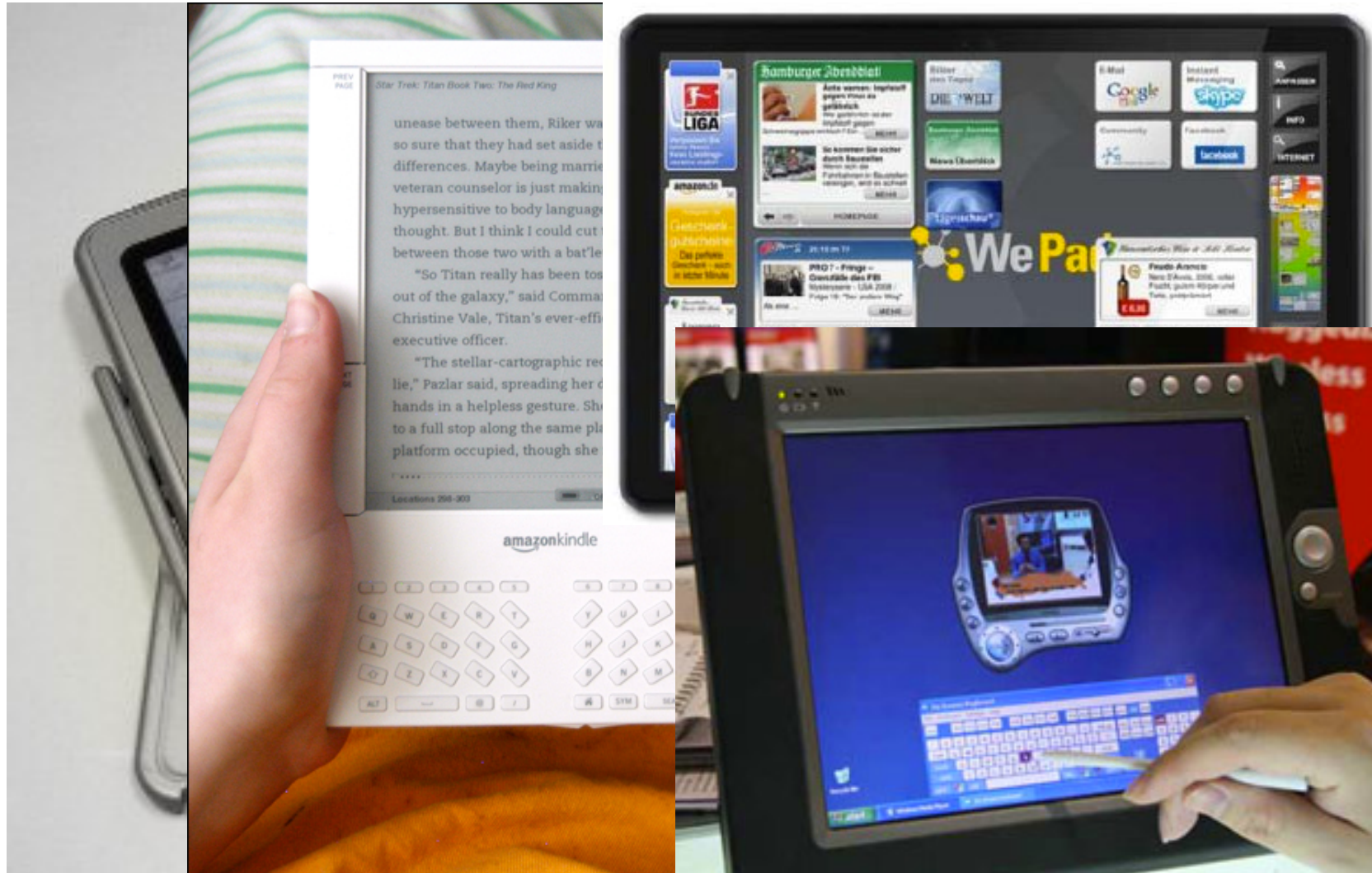
Nicht die ersten, aber die besten Vermarkter. (II)



<http://www.begeek.fr/levolution-de-lipad-en-2012-et-2014-8398>

Tablets.

Eine ziemlich lange Geschichte.



Was ist es?

→ **Neue Gerätegeneration mit iPad als Vorreiter**

- „näher beim Menschen“
- wenige Funktionen (beim Handy erlernt)

→ **Anwendungen**

- simpel oder „in der Cloud“

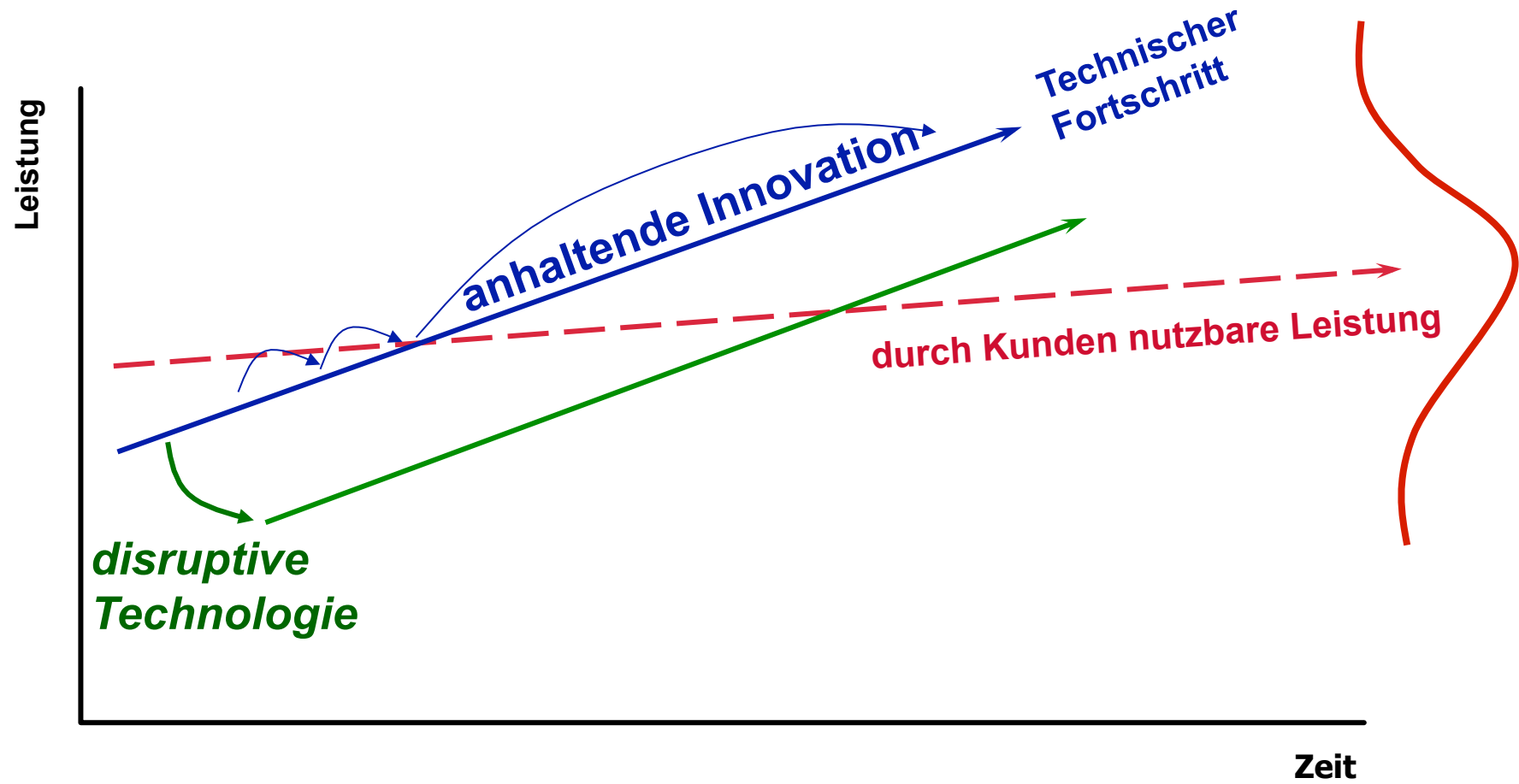
→ **Daten**

- „in der Cloud“

→ **Mobilfunktauglich**

→ **Eingebettet in Oekosystem**

Abschluss.



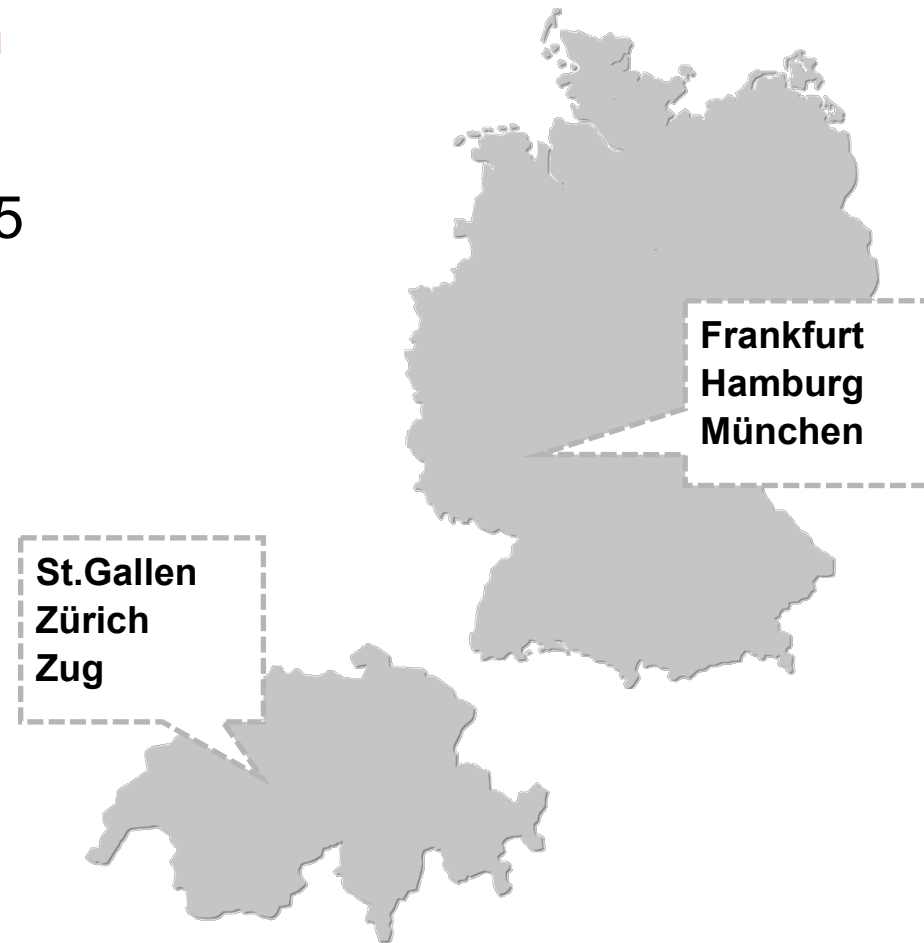
Quelle: Clayton M. Christensen

Namics vorgestellt.

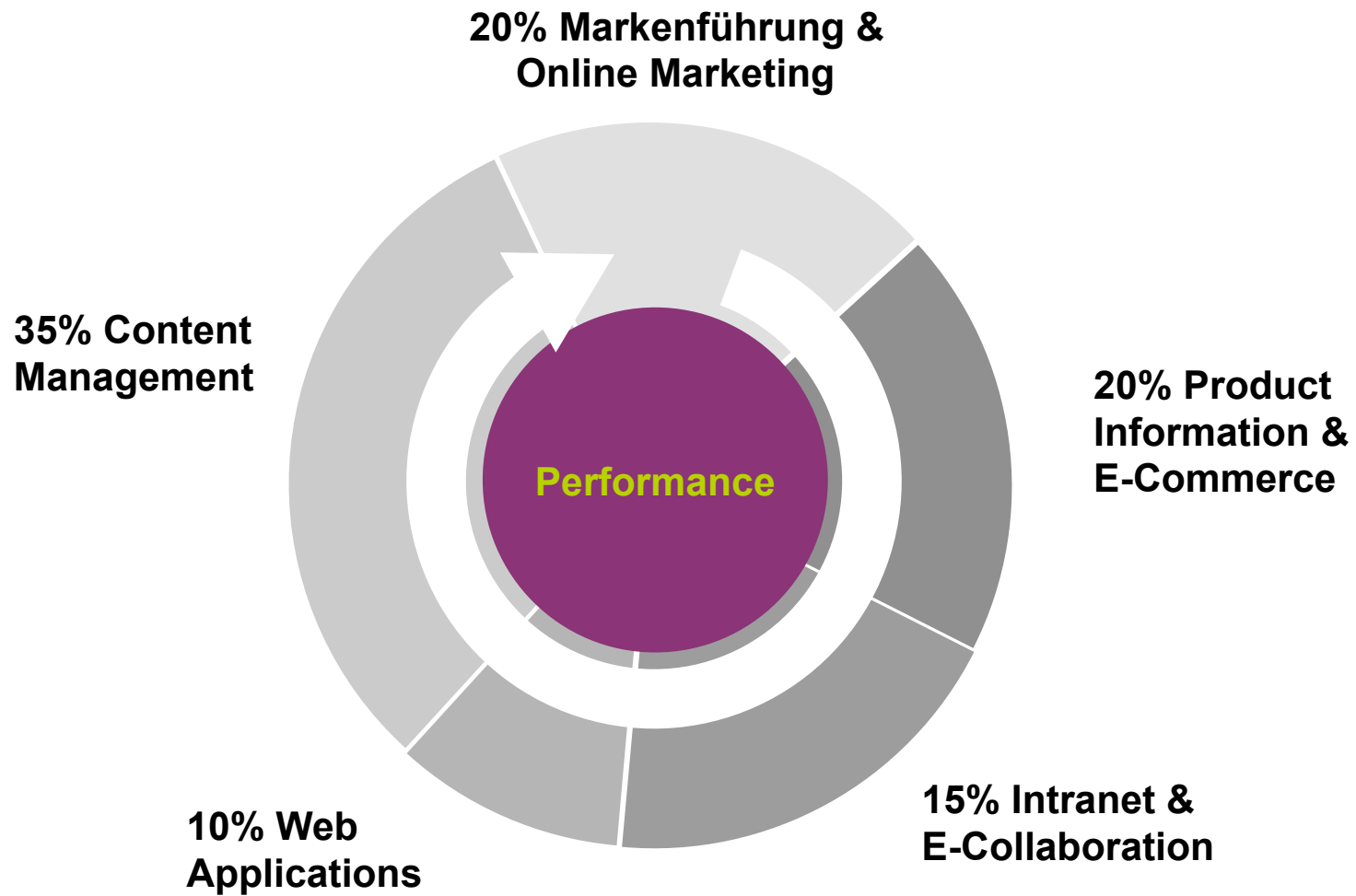
Zahlen und Fakten.

→ **Webdienstleister für hochwertige, professionelle E-Business Dienstleistungen**

- 1995 gegründet
<http://about.namics.com/1995>
- 280 Mitarbeiter
- 39.2 Mio. CHF Umsatz 2008



Kompetenzen.

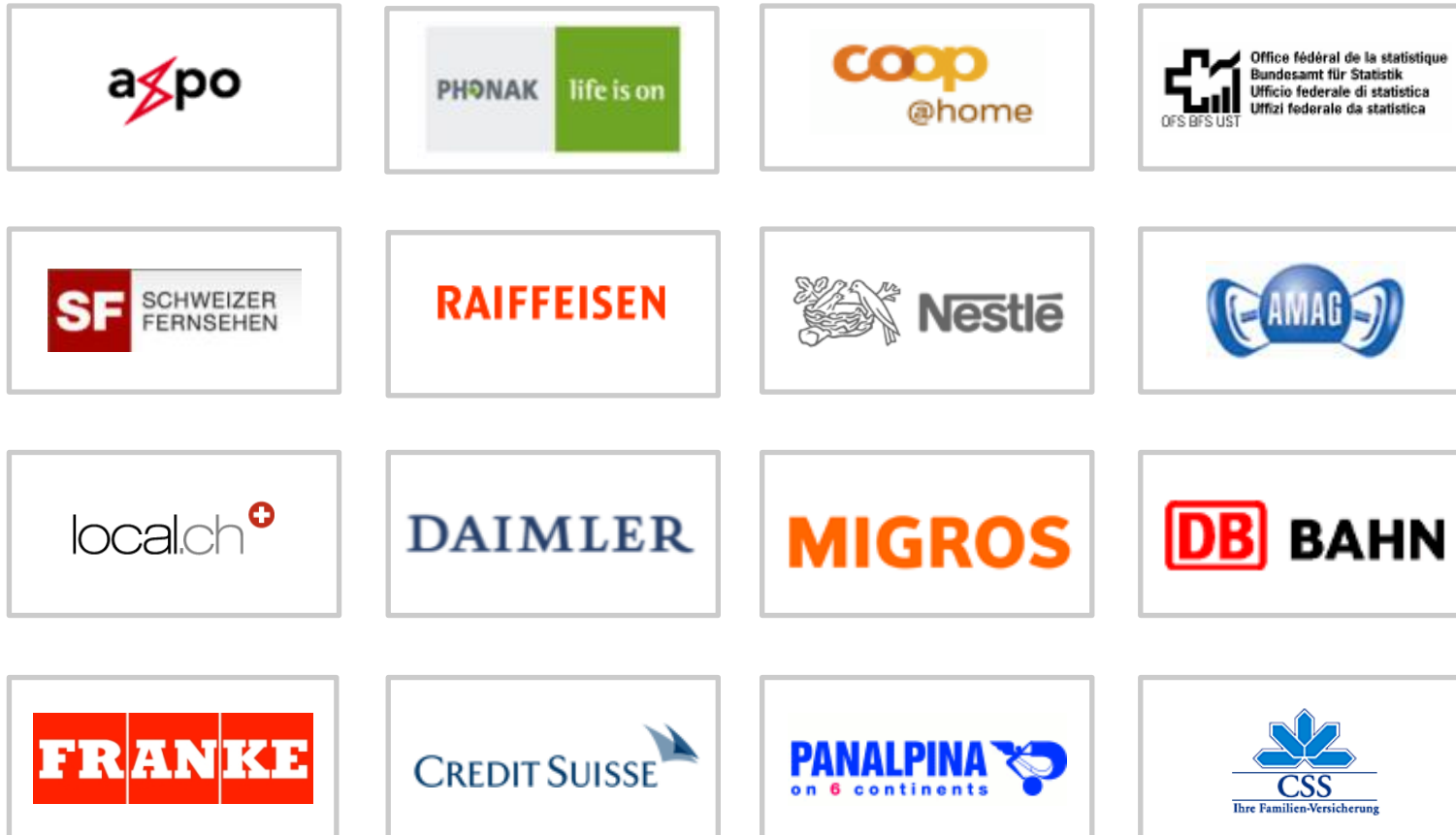


Interdisziplinäre Teams.



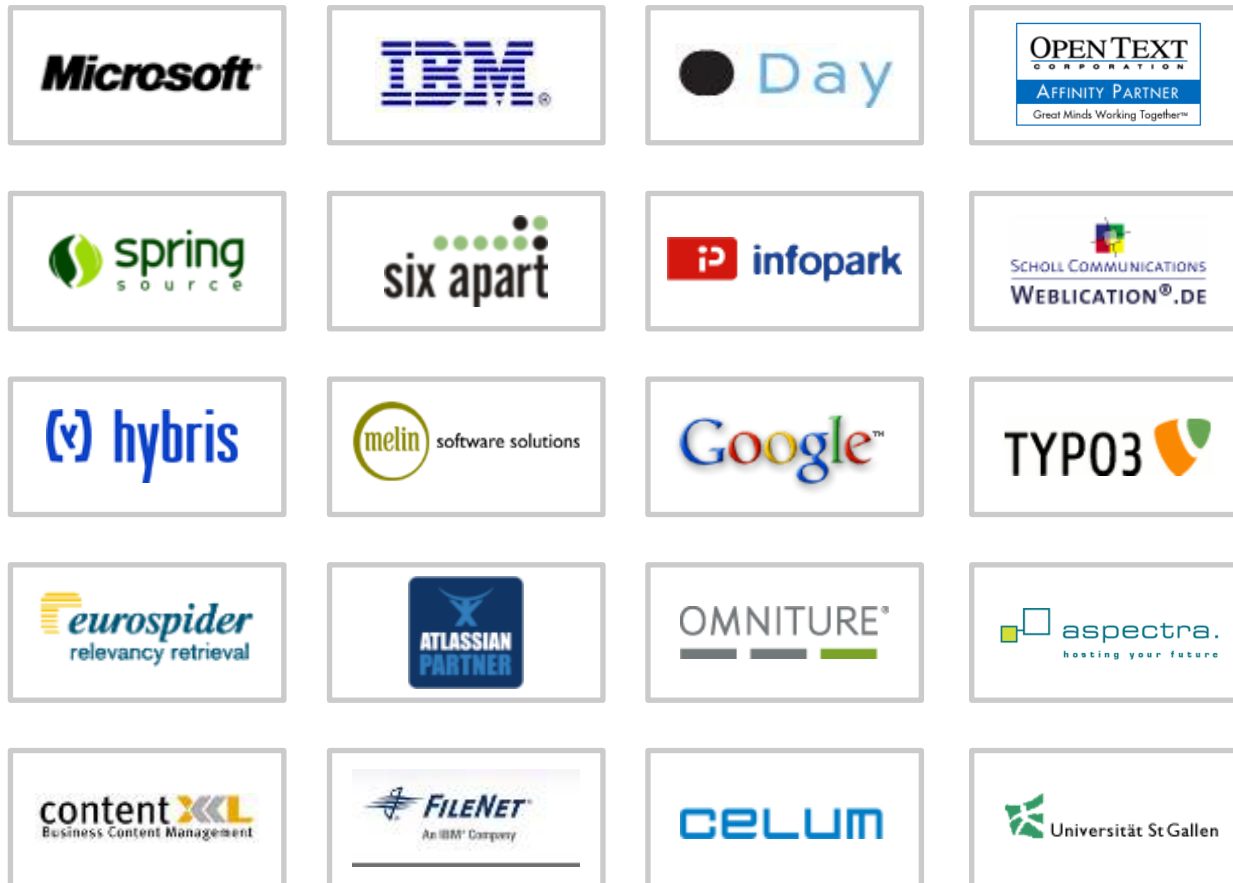
Namics vorgestellt.

Taten.



Namics vorgestellt.

Partner.



Highlight Event auf dem Züri-See.

Highlight.

Highlight Event – Lago auf dem Zürichsee.



Save the date.

→ **Idee**

- Auch in diesem Jahr präsentieren wir Ihnen die Highlights unserer bisherigen Referate in aussergewöhnlichem Ambiente auf dem Zürichsee.

→ **Sie bestimmen, welche Referate sie hören möchten.**

→ **Rahmen**

- Das Floss „Lago“ am Bellevue ist wie ein Kurzurlaub. Geniessen Sie mit uns die besondere Location und ein leckeres BBQ im Anschluss an die Referate.

→ **Reservieren Sie sich jetzt schon den 4. Juni 2010 – weitere Infos folgen.**

Vielen Dank.

juerg.stuker@namics.com

marcel.albertin@namics.com

© Namics