



TIM CHRISTIAENS
timemanager

Facebook at Work heeft grote klant beet

Enkele maanden na de lancering van Facebook at Work heeft de bedrijfsapplicatie een grote klant beet. Volgens het Amerikaanse netwerk CNBC zal The Royal Bank of Scotland de toepassing inzetten voor haar 100.000 werknemers tegen eind 2016. Bijna driehonderd andere bedrijven, waaronder de Amerikaanse afdeling van Heineken en de vastgoedgigant Century21, testen de service. Facebook at Work moet de communicatie in een bedrijf verbeteren en is te vergelijken met bijvoorbeeld Yammer of

Google+. Of Facebook kan concurreren met die grote spelers, die al jaren werken aan de samensmelting van bedrijfstoeepassingen in de cloud, moet nog blijken. Het bedrijf wil zich tot elke prijs nestelen in dat marktsegment, aangezien bedrijven volop investeren in software die de almaar toenemende informatiestroom beheersbaar kan houden.

Momenteel is de service van Facebook at Work gratis, maar het plan bestaat een betalende premiumversie aan te bieden met extra functies zoals analy-

ses, grafieken en de integratie van andere toepassingen. De vraag is of Facebook at Work niet voor nog meer afleiding op de werkvloer zal zorgen. Het is geen toeval dat heel wat werkgevers al jaren geleden het sociale netwerk hebben geblokkeerd. De stap naar een privéaccount met vakantiefoto's en statusupdates is niet groot. De lay-out van beide accounts ziet er ongeveer hetzelfde uit. ©

De auteur is timemanager bij The Time Management Company.

PARTNERS

Sociaal sportnetwerk zoekt sportbonden

Dimitris Kourasis werkt aan de opstart van Sportyverse.com, een sociaal netwerk dat een ontmoetingsplaats voor sporters, begeleiders en supporters wil worden. "Je kunt er als clubmanager sporters of trainers ontmoeten, maar we mikken ook op supporters, scholen, universiteiten en zelfs dokters en fysiotherapeuten", zegt Kourasis. "Je kunt Sportyverse het beste zien als een hele grote virtuele kleedkamer." Op dit moment is de bèta-

versie online en tegen april wil Sportyverse in drie talen van start gaan in ons land en zo snel mogelijk in heel Europa. Sportyverse mikt op de steun van incubators, maar wil ook samenwerkingen opzetten met sportbonden. "We zoeken associaties die de voordelen van een sociaal netwerk voor hun sporters inzien. In de opstartfase is het zeer belangrijk op die manier goed de behoeften van zowel amateursporters als profs in te schatten", besluit Kourasis.

RETAIL

Shoppen zonder winkeltassen



Het Singaporese postbedrijf plant een nieuw winkelcentrum, dat de voordelen van online en offline winkelen aan elkaar koppelt. Wie komt winkelen, kan er zoals nu snuisteren tussen de producten. Wie een trui, schoe-

nen of een nieuw koffiezetapparaat koopt, neemt die niet mee in een grote winkeltas. Iets kopen gebeurt ter plaatse, maar online. De klant regelt meteen wanneer en hoe het product thuis wordt geleverd. Met die logistieke dienstverlening wil het Singaporese postbedrijf het verschil maken volgens de technologiegigant Techcrunch. Handelaars kunnen werken met kleinere winkels, omdat ze minder producten op voorraad hoeven te hebben. Klanten kunnen voortwinkelen of in het winkelcentrum naar de film of een restaurant gaan, terwijl de logistieke molen in werking treedt.

