Luis Suarez | Embajador de Software Social | IBM
@elsua - http://elsua.net

Lotusphere2011
IBM Software

"Social Business" - La Transformación Social de la Empresa

Agenda

Introducción a la Web Social y sus desafíos

La evolución de la colaboración para un planeta inteligente

¿Qué es el "Social Business" y la "AGENDA" del Social Business?

Hacia la colaboración social...

El mundo ya está cambiando...

- **74%** de empresas están ya integrando Web 2.0 cuando interactúan con clientes[1]

- **75%** de empresas están ya integrando Web 2.0 en las actividades del día a día de los empleados[1]

- **71%** de empresas están ya integrando Web 2.0 en las interacciones con socios y suministradores[1]

- **69%** de empresas informan que han recibido numerosos beneficios cuantificables de las herramientas Web 2.0[1]

- **38%** el crecimiento estimado para el mercado del software de Social Business hasta el 2014[2]

- **$2B** el tamaño estimado del mercado del Social Business para el 2014[3]

1 Fuente: McKinsey Global Survey; "How companies are benefiting from Web 2.0"
2 Fuente: IDC, Predictions 2011: Welcome to the Mainstream
3 Fuente: IDC, "Determining the Value of Social Business ROI: Myths, Facts, and Potentially High Returns"

Smarter software for a Smarter Planet.

IBM

Social Media amplifica la Web Social

2 billones
videos YouTube
cada día

Diariamente 1 millón
Nuevos usuarios en LinkedIn

500 millones
Usuarios Facebook

200 millones
de Blogs hoy

Company Partners

Investors

Community

Customers

Universities Press / Analysts

80%
De Empresas
utilizan Facebook
para contratación

1 billón de
iPhone apps
en 9 meses

65 millones
de Tweets por día

Fuente: "Socialnomincs" by Erik Qualman
Fuente: Jake Hird, econsultancy.com

IBM

Nuestro mundo está cambiando y la demanda de progreso a través de la innovación es clara ...

2 Billones
de personas en la Web para el 2011*

4 Billones
de subscriptores de telefonía móvil en todo el mundo a finales del 2008*

1 Trillón
de dispositivos inteligentes conectados en el mundo

$650 Billones
se pierden en la productividad diaria debido a interrupciones innecesarias de procesos de negocio

85%
de la capacidad de cumputación permanece ociosa

Instrumentados ... Interconectados ... Inteligentes

... La creación de un Planeta Inteligente será conseguido a través de la <u>Colaboración</u>

5.3 horas perdidas por trabajador y por semana debido a procesos ineficientes

42% toman decisiones con aportes equivocados por lo menos una vez a la semana

2 horas al día buscando la información correcta y el conocimiento

**2/3** personas no pueden encontrar la ayuda que saben está ahí fuera
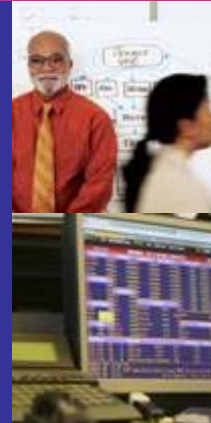
84% de las empresas facilitan el trabajo a distancia

El 87% de CIOs de empresas de alto rendimiento esperan que sus negocios sean colaborativos y que busquen, con más frecuencia y activamente, aportes de sus clientes

Fuentes: "The New Voice of the CIO," IBM 2009 Global CIO study; Siemens study; Accenture study; Gartner survey

Smarter software for a Smarter Planet.

IBM
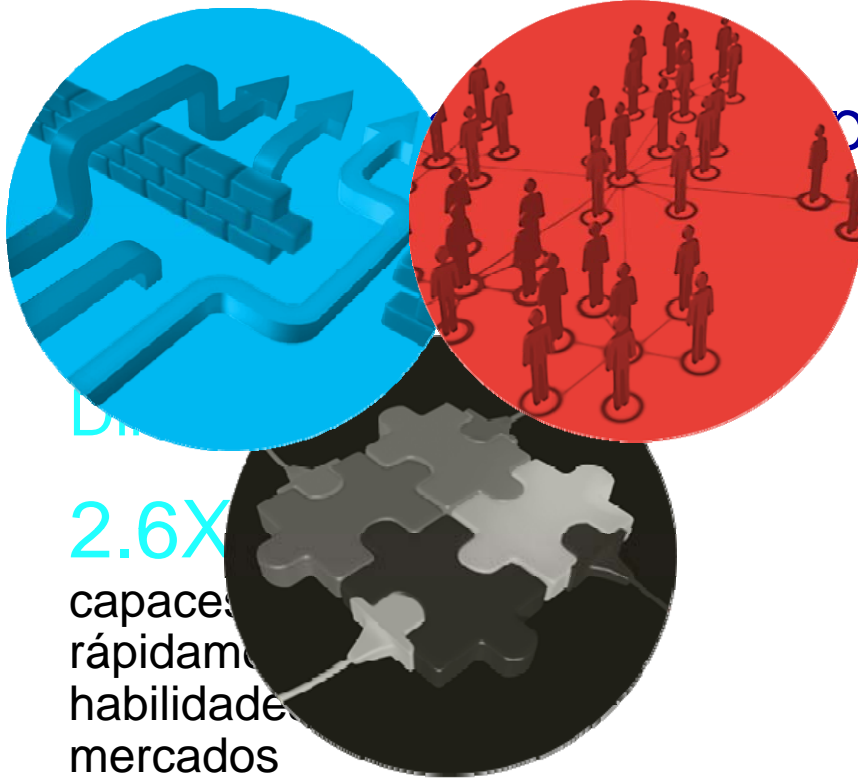
...peraron su industria ... son
...adoptado prácticas de

Colaborativas

2.6X

capaces...
rápidam...
habilidade...
mercados

3.3X de conseguir el
conocimiento adecuado y
resolver problemas con
"ratings" y comentarios

2.4X de ser
capaces de identificar
empleados con la
experiencia necesaria

Conectadas

3.5X capaces de obtener e integrar
datos de múltiples fuentes

Las redes de negocios están cambiando desde la base

Empleados:
están utilizando social media en todas las facetas de su vida, incluyendo su trabajo

Clientes:
están liderando las conversaciones que definen a las marcas

Competidores:
están recopilando ideas ("Crowdsourcing") para aportar nuevas soluciones al mercado

Fuente: IBM CIO Study, 2010
Fuente: McKinsey Study of 1,700 executives

Smarter software for a Smarter Planet.

IBM

de la colaboración

Centrada en Documentos

Almacena y Reenvía

Centrada en la Gente

Tiempo Real

Social

Centrada en la Comunidad

IBM

Antiguamente...

Habilidades entorno a roles y jerarquías

Usuario

Ejecutivo

Analista de Negocios

jefe
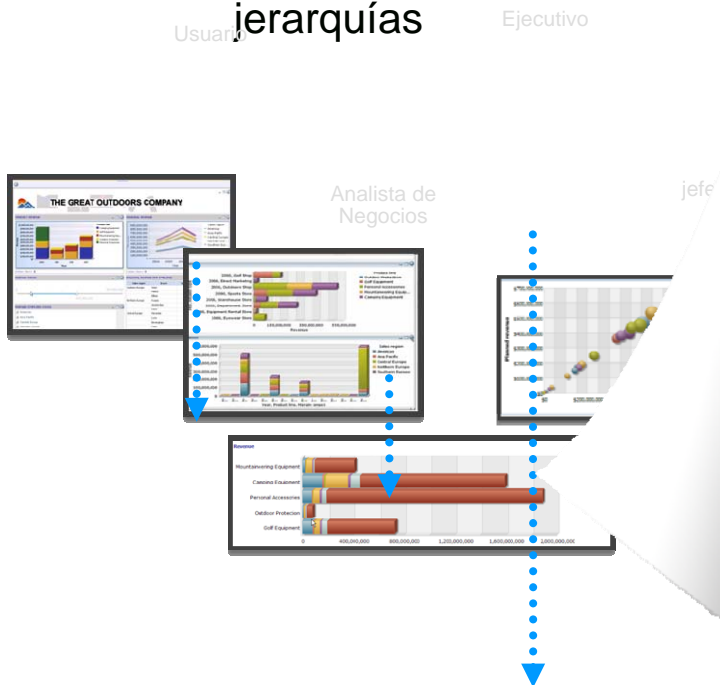
En la actualidad ...

Áreas de trabajo comunes con una interacción más centrada ... en las personas

Usuario

Ejecutivo

Analista de Negocios

Jefe
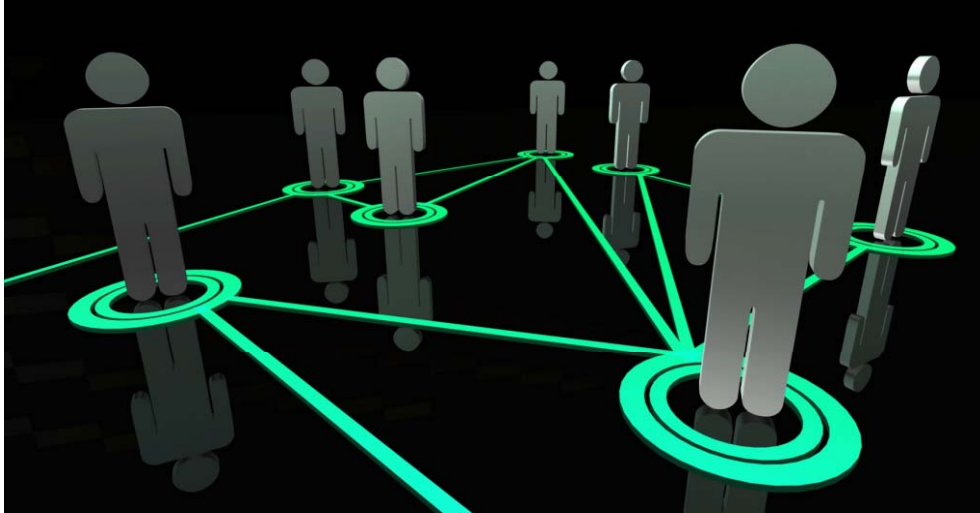
… se trata de personas; redes de personas

… que conecta a la gente más allá de las fronteras

Engaging

Transparent

Nimble

… que depende de la confianza construida a través de una participación significativa

…y que consigue resultados increíbles (como derrocar un nuevo gobierno)

IBM

"Social Business" para un Planeta Inteligente

En un planeta más inteligente, la gente está transformando la forma en la que interactúan ... y esta transformación está afectando la forma de hacer negocios

Por qué el "Social Business" es importante para nuestros clientes...

95% de las empresas destacadas se centrarán más en "llegar más cerca a los clientes" en los próximos 5 años.

– IBM CEO Study 2010

69% de los encuestados reportan beneficios tangibles de negocios con las herramientas Web 2.0, incluyendo un mejor acceso al conocimiento, reducir los costes al hacer negocios, y mayores ingresos.

– McKinsey Global Survey 2009

Organizaciones sobresalientes son un **57%** más propensas en permitir a su gente utilizar las herramientas sociales y de colaboración.

– IBM CHRO Study 2010

Smarter software for a Smarter Planet.

Social Business Agenda

Social Business

A — Align Organizational Goals & Culture

G — Gain "Friends" Through Social Trust

E — Engage Through Experiences

N — Network Your Business Processes

D — Design for PR Recovery

A — Analyze Your Data

Source: "Get Bold: Creating a Bold Social Media AGENDA for Your Business" by Sandy Carter,
ISBN: 0132618311, Copyright © 2011, IBM Press

Smarter software for a Smarter Planet.

IBM

Hacia la transición de la Empresa Social...

Una Empresa Social

"Business As Usual"

Profundizar las relaciones con clientes

Equidad de la marca a través de comunidades y diálogo
Promoción y más ventas a través de relaciones de confianza

Marketing

Marketing tradicional ('Push')
Control sobre la imagen de la marca y la comunicación

Comparte ideas abiertamente para acelerar el tiempo al mercado, ganando cuota de mercado

Generar nuevas ideas más rápidamente

Desarrollo de Productos

Invierte en I+D
Genera nuevas ideas internamente
Prueba ideas en el mercado

Llega a redes profesionales para responder rápidamente a decisiones de negocio y oportunidades, ahorrando costes.
Organización dinámica

Habilita un personal más eficaz

Operaciones, Recursos Humanos

Comunicación basada en el email y el teléfono
Conocimiento guardado en silos/documentos
Visión estática de la cultura y la empresa

IBM

Objectivos del "Social Business" (Ejemplos)

1. Guía la fidelización de clientes
2. Alcanza el "espacio blanco"
3. Proporciona un apoyo proactivo
4. Desarrolla nuevos e innovadores productos
5. Retén al mejor talento

¡Céntrate en la construcción de la casa … y no en el martillo!

¿Vendes Vitaminas o Aspirinas?

¿Hacer mejor el negocio?
¿O hacer frente a un dolor de cabeza?

Smarter software for a Smarter Planet.

¿Dónde duele más? Describe el dolor ...
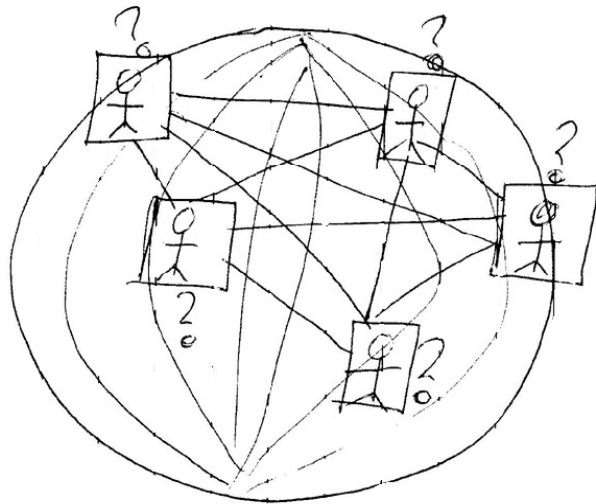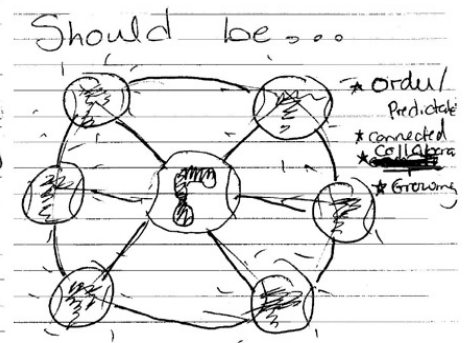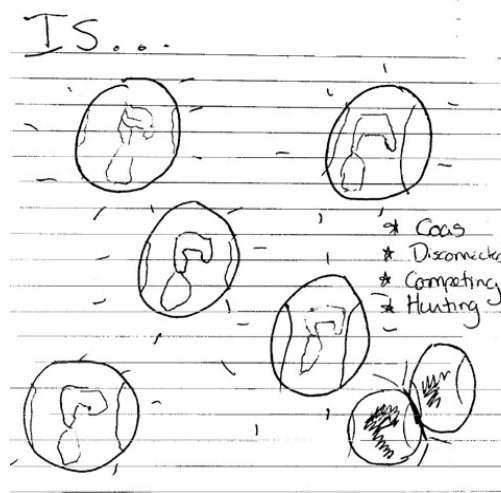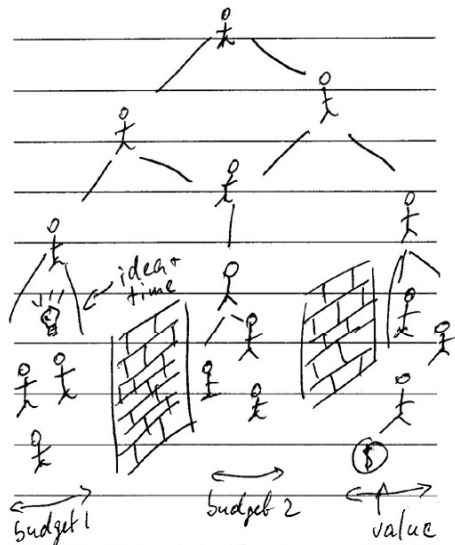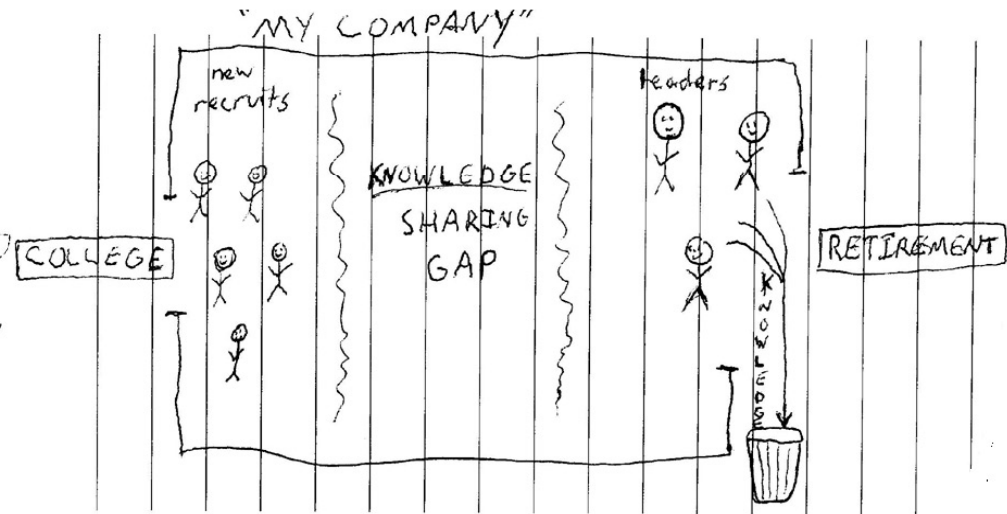
en la empresa social

No pierdas de vista lo que está pasando con sus proyectos

Encuentra a las personas adecuadas para resolver tu problema ahora

Encuentra la versión más reciente de un documento

Aprovéchate de lo que saben los demás

Comparte tus ficheros rápidamente

Administra tu trabajo de una manera más efectiva

Habilita y crea un espacio para recoger e intercambiar ideas de una manera informal

IBM

Se trata de crear una empresa social ...

Sobre la transformación social y de negocio

Sobre la cultura de la Innovación

Sobre relacciones de confianza
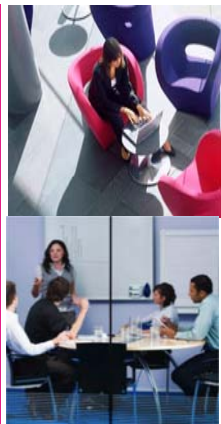
ibm.com/social

Legal Disclaimer

Appendix

For IBM, becoming a social business means
organically developing the next generation of creative leaders

Goal: Improve leadership development from the ground up

Campaign: IBM Leadership self-driven networks

Leadership Networking Group

The value is real…

- Rapid, organic growth of community = over 1,200 members share information, collaborate and network about what it means to be an IBM leader

- Insights for innovation and market growth = Learn from others' best practices

Smarter software for a Smarter Planet.

For Sogeti, becoming a social business means
rapidly developing and deploying skills

Goal: More closely align a spread out workforce

Campaign:
Sogeti TeamPark – a collaborative platform for employees

TeamPark

Driving real business results…

- Knits a single corporate culture = unites 200 locations in 14 countries

- Speeds market responsiveness = reduces search time for finding staff expertise, speeds the formation of consulting teams, and enter new markets more quickly

"People are finding each other, creating new services. It could be an extremely valuable part of our culture."

– Erik van Ommeren

SOGETI

For CEMEX, becoming a social business means
developing a culture of knowledge and insight-sharing

Goal: to shift culture towards more open collaboration across a global organization

Campaign: Project Shift - an internal social network

Project Shift

Driving a measurable social transformation...

- Rapid organic adoption = 17000 employees connected in the first year, 400 new communities, innovation initiatives increased from 5 to 9

- Bring new products to market faster = 600 participants across several countries develop CEMEX' first globally-branded ready-mix product

- Market growth = new markets for existing products, new products for existing markets

"It can make a big company look like a small company"

– Gilberto Garcia,
Director of Innovation

Social Businesses deliver powerful outcomes

Outcome

- Accelerated the growth of the PLI client base upto 100 per day

Social Business Initiative

- Deployed a social collaboration platform to bring together legal professionals in new ways

- Added 554 new "voices" to the dev process during first six months
- Published the first idea a mere ten minutes after launch

- Created a social innovation platform to source new service ideas from a broader base of employees

Significant savings from faster formation of consulting teams to address customer needs

- Deployed a social collaboration platform to help 20,000 people in 200 locations work together effectively

IBM Social Business

IBM Social Business Industries Symposium
Sponsored by Wired Magazine