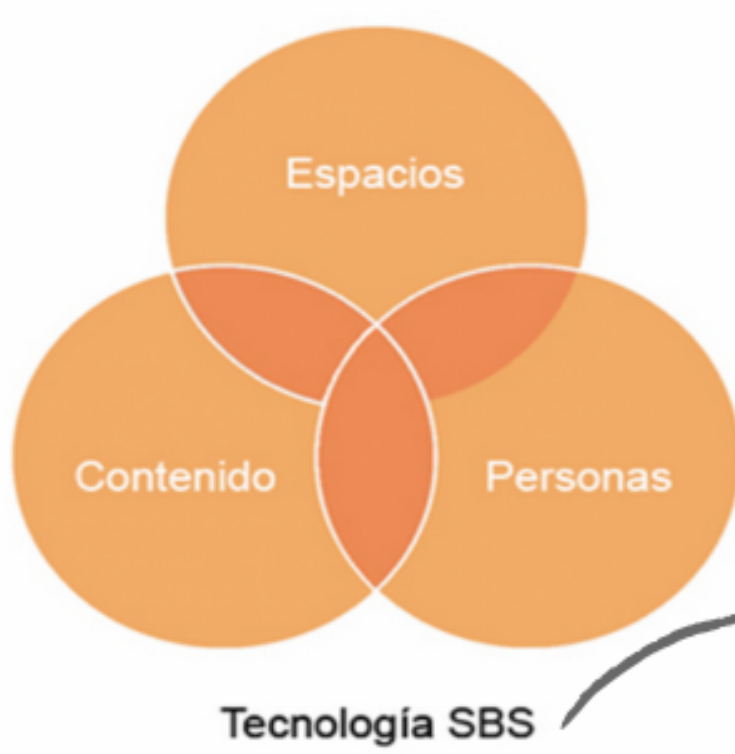


Red Social Corporativa

¿Qué es una Red Social Corporativa?

Estrategia y Metodología



Las Redes Sociales Corporativas son entornos de colaboración que facilitan el networking en las organizaciones, poniendo en común a diferentes personas en los mismos espacios para compartir todo tipo de contenidos de valor.

El objetivo principal que persiguen las organizaciones que apuestan por las redes sociales corporativas es facilitar la colaboración y la comunicación entre sus profesionales para mejorar el conocimiento colectivo, la productividad, la capacidad de innovación y la satisfacción de las personas, entre otros aspectos.



jive

yammer

¿Cuáles son los beneficios del uso de una Red Social Corporativa?



Impulsa la comunicación interna y la transparencia



Genera vinculación con la organización



Contribuye a compartir el conocimiento



Ayuda a desarrollar el talento de los profesionales



Facilita la cohesión de los equipos de trabajo en organizaciones grandes y deslocalizadas



Permite la colaboración en procesos, proyectos, etc



Acelera el proceso de innovación



Facilita el soporte

Algunos indicadores



- 77%** velocidad de acceso al conocimiento
- 20%** innovaciones exitosas
- 25%** productividad
- 30%** satisfacción de los empleados



- 60%** costes de comunicación
- 75%** costes de soporte
- 52%** velocidad de acceso a expertos

¿Qué se puede hacer en una Red Social Corporativa?

Colaborar, interactuar



Disponer de espacios o grupos para trabajar en colaboración con otras personas de la organización

Compartir conocimiento, archivos...con otras personas de la organización y acceder al conocimiento que estas han compartido

Hacer "me gusta", comentar, compartir... las publicaciones de otras personas de la organización

Identificar expertos, conectar



Conocer fácilmente y en todo momento quién sabe de qué (por sus contribuciones, la información de su perfil social, etc)

Seguir a otras personas de la organización

Mantener conversaciones o mensajes privados otras personas de la organización

Mantenerse informado



Acceder a la última actividad generada para conocer qué hay de nuevo

Configurar notificaciones para filtrar las alertas en función de intereses

Localizar contenidos específicos según las necesidades

Canalizar dudas



Preguntar dudas para obtener feedback de expertos y/o de otras personas de la organización

Localizar respuestas en conversaciones ya existentes

Innovar



Realizar y participar en sondeos en torno a cuestiones determinadas

Compartir sugerencias

Participar en las campañas de ideas que se creen para la creación o mejora de productos, servicios, procesos, etc

Gamificar



Reconocer a otras personas de la organización por una actuación concreta y meritoria de dicho reconocimiento

Alcanzar un determinado nivel de status social a través de dinámicas de juego, puntuaciones, etc

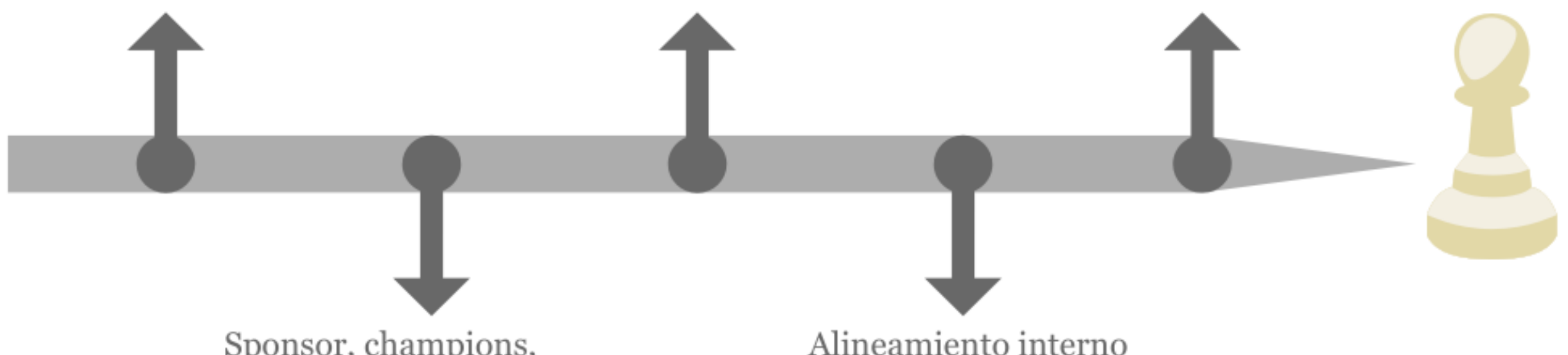
¿Cuáles son los pilares sobre los que desplegar una Red Social Corporativa?

Estrategia

Perfil social

Equipo de gobierno

Visión, misión, métricas

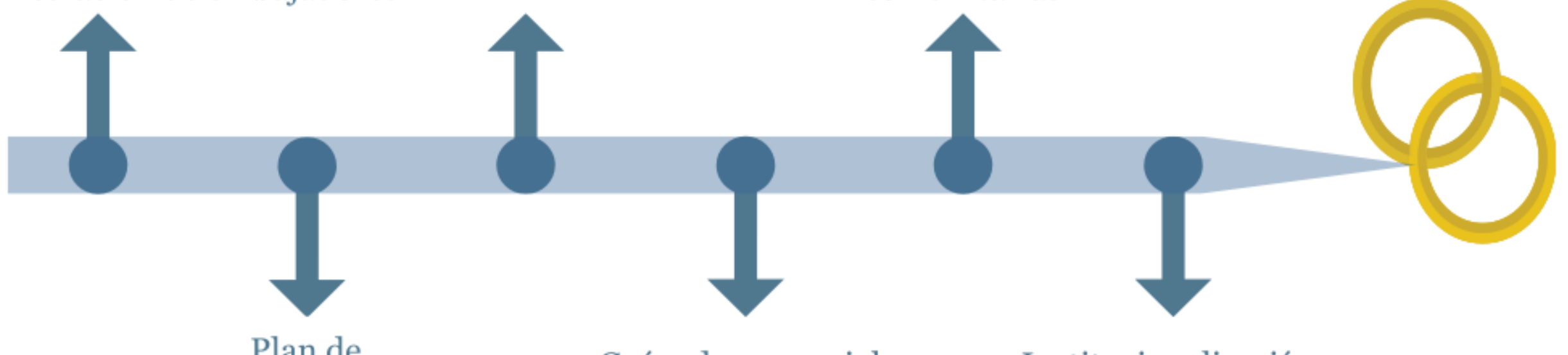


Engagement, participación

Estrategia de contenidos y vinculación de embajadores

Monitoring

Tácticas comunitarias

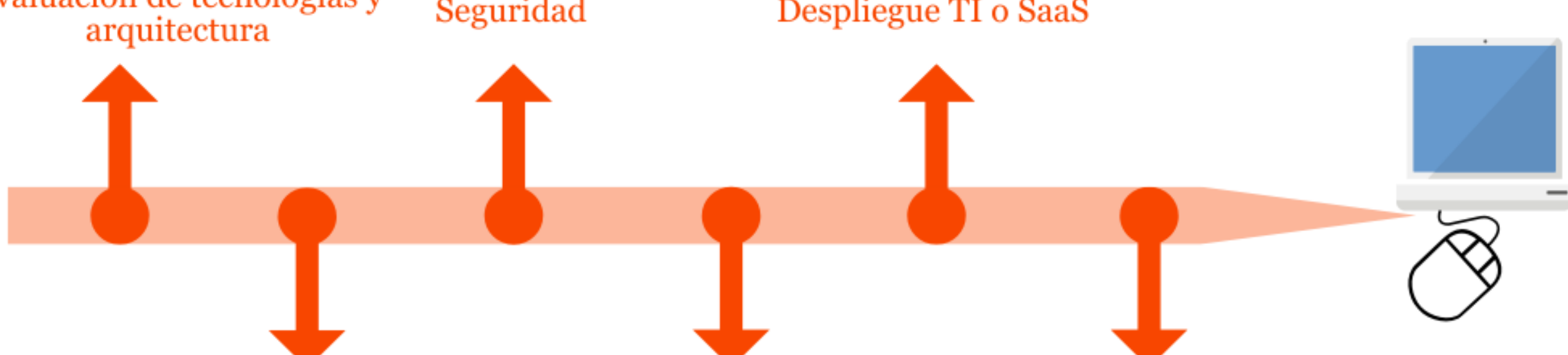


Tecnología

Evaluación de tecnologías y arquitectura

Seguridad

Despliegue TI o SaaS



Diseño y experiencia de uso

Integraciones

Medición y análisis