

SOCIAL MEDIA

¿INNOVACIÓN TECNOLÓGICA O TRANSFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN?



Broadcasting, colaboración, social learning, personal branding... Importamos muchos conceptos nuevos para definir una realidad asentada sobre el lenguaje universal de la colaboración. Definir la estrategia desde RR.HH. para tener nuestro hueco en esa red virtual pasa necesariamente por hacerlo desde la cuádruple perspectiva de la estrategia, los procesos, la tecnología y las personas.

Gianluca Balocco,

Director de People Excellence.

El *social networking* se utiliza para conectar personas y supone un paso más en las organizaciones: ahora ya no sólo somos empleados, somos “expertos en alguna materia”)

UN PUNTO DE VISTA TECNOLÓGICO

La aparición de la Tecnología Web 2.0 hace un tiempo simplemente se vio como un cambio tecnológico más aplicable a la vida personal que a la profesional:

- La interactividad de las personas con los sistemas había alcanzado el nivel de lo cotidiano.

- La facilidad del manejo (400 millones de usuarios de Facebook sin que nadie les enseñara a usarlo) empezaba a sorprender a propios y extraños.

- Tecnología libre a disposición de todos en internet y con lenguaje atractivo (Rich Internet Application).

Sin embargo, pronto la necesidad de estar conectado empezó a extenderse del ámbito personal al profesional. La generación “Y” fue la primera en demostrar que era compatible conectarse a una red social en internet durante la jornada de trabajo y rendir al máximo. Llevándolo al extremo, se preguntaban cosas tan obvias como:

- ¿Por qué una empresa puede tener una cafetería para todos los empleados en la que pasar un rato desayunando y departiendo amigablemente con los compañeros de trabajo y no se puede entrar en una red social con el mismo fin?

- Las generaciones anteriores obviamente no lo entendíamos (y algunos siguen sin entenderlo) ya que era algo inusual para nosotros, so-

bre todo teniendo en cuenta que la mayoría ni siquiera sabíamos lo que eran cosas como “twitear” o “crear un blog”.

- Este desconocimiento era uno de los principales escollos para dar paso a una nueva forma de trabajar, una nueva forma de compartir experiencias y conocimiento, en realidad una nueva forma de vivir la empresa.

- Sin embargo, desde hace un tiempo, los que pertenecemos a las generaciones anteriores, nos hemos empezado a dar cuenta de que esa nueva forma de vivir la actividad profesional, bien explotada, tiene sus ventajas: nos permite estar conectados de una forma ágil y sencilla, en cualquier momento del día y en cualquier parte del mundo; favorece la comunicación a todos los niveles de la organización en la que trabajamos; da pie a la generación espontánea de ideas y nuevas

formas de hacer las cosas, a todos los niveles de una organización empresarial; permite compartir conocimientos y mejorar la aplicación de los mismos en cualquier ámbito de una empresa, siempre y cuando, todo ello, se canalice por parte de la empresa, de una forma adecuada y como en todas partes, bajo unas normas comunes de actuación y de convivencia. Estos y otros usos, ahora sí, estoy convencido, de que ayudarán a las organizaciones, a mejorar y a optimizar sus resultados en una sociedad cada vez más tecnológica y avanzada.

SOCIAL MEDIA

Una de las aplicaciones, real y directa, que esta tecnología 2.0 ha tenido en la empresa de hoy en día es sin duda, como red social. Las tres principales dimensiones de aplicación se traducen en:

FACTORES DE ÉXITO EN UNA ESTRATEGIA 2.0

- Comunicar los objetivos y beneficios.
- Ser flexibles y adaptarse a los cambios.
- Medir el progreso y alcance de los objetivos.
- Establecer responsabilidades e incentivar el uso de herramientas 2.0.
- Obtener el apoyo de la dirección.
- Formar un equipo de expertos para asesorar a los usuarios.
- Promover la formación en 2.0.
- Estudiar las preferencias de los usuarios.
- Garantizar la seguridad.
- Destacar las oportunidades de *networking*.)

Fuente: People Excellence, 2011.

La coexistencia de diferentes generaciones en la organización, así como las diferencias culturales fruto de la globalización, hacen necesario definir una estrategia adaptable, flexible y accesible para todos)

■ **Social Networking:** Se utiliza para conectar personas y supone un paso más en las organizaciones: ahora ya no sólo somos empleados, somos “expertos en alguna materia”, somos parte de un equipo de trabajo diferente a la estructura formal (P. Ej: pertenecemos al grupo de innovación) tenemos muchas funciones y muchas posibilidades de aportar conocimientos y formas de hacer más allá de nuestra responsabilidad jerárquica. Podemos participar y hacer partícipes a todos fácilmente.

■ **Colaboración:** Si pertenezco a un grupo de trabajo, un grupo de expertos o simplemente a un grupo de empleados con alguna afición, predilección o entretenimiento, por qué no compartir experiencias. Todo aporta, la empresa no sólo es trabajo, es también relación, networking, es emoción, es nuestro día a día.

■ **Broadcasting:** Participar en la empresa también se puede hacer a

través de la creación. Grabar videos o podcast informativos, demos de procesos o procedimientos internos, crear con mis propias RSS o publicar blogs, son maneras de mantener a la organización viva y actualizada. Todos los empleados puede participar y hacer partícipes al resto, solo basta tener al alcance de la mano las herramientas para hacerlo. La empresa que facilite esta forma de trabajar, avanzará al mismo ritmo que el resto de la sociedad.

APLICACIÓN EN LA GESTIÓN DE PERSONAS

¿Qué relación tiene la tecnología con las personas? Mucha más de la que en principio no puede llegar a parecer. En realidad, hemos descubierto para ella a nuestro mejor compañero de viaje. Hasta ahora, todas las tecnologías 1.0 o unidireccionales nos permitían transmitir información y dar acceso a conte-

nidos. Ahora, con la tecnología 2.0 podemos, desde cualquier organización, comunicarnos, interactuar, entender y ser entendidos.

Así, podremos llegar a todas las personas de nuestra organización, compartir con ellos todo lo que queramos y recibir un feedback al instante, gestionar su el desarrollo profesional de las personas atendiendo a sus motivaciones y expectativas temporales, escuchar sus inquietudes, sus necesidades y hacerles partícipes de su propio destino profesional.

Si alguien quiere crecer con la empresa, debe participar, debe involucrarse, debe comprometerse, y la vía más fácil para hacerlo, es a través de esta vía de participación. ¿Cómo? A través de tres vías principales:

■ **Social Learning:** Gestionar todo el conocimiento formal e informal generado a partir de las comunidades de expertos de nuestra organización.

■ **Personal Branding:** Dotar a las personas de un espacio personal que les permita construir su “imagen de marca” lo que reportará a la compañía información muy valiosa sobre el potencial de sus empleados, capacidad de liderazgo, conocimiento técnico, implicación con la compañía.

■ **Ingenio 2.0:** Herramientas de seguimiento y monitorización de la actividad de nuestros colaboradores que permiten la identificación de líderes sociales a través de su actividad y aportaciones a las comunidades.

DEL 2.0 COMO MEJORA TECNOLÓGICA...

Todo empezó como una mejora tecnológica (Web 2.0) y el uso de tecnología de última generación (Tecnología RIA y Open Use).

...PASANDO POR LOS SOCIAL MEDIA...

Puedo poner en común distintos colectivos (empleados, expertos, clientes, proveedores), compartir información (Gestión del Conocimiento), valorar dicha información y a quien la comparte (Gestión del Talento).

...HASTA SU APLICACIÓN A LA GESTIÓN DE PERSONAS

Desde Comunicación Interna y Gestión del Cambio...
Gestión de Procesos de RR.HH...
A la Gestión del Talento

Fuente: People Excellence, 2011.

Protagonistas, retos, tendencias, novedades y experiencias en
la gran cita anual de la formación on-line

Next Generation e-Learning

Participan

ORANGE
NETEX
CORPORATE NH
UNIVERSITY
INDRA
NANFOR IBERICA
UNED-UCJC
GRUPO BBVA
FERROVIAL AGROMAN
VODAFONE ESPAÑA
ANCED
GRUPO PELAYO
ING DIRECT

- ¿Dónde estamos?, ¿a qué nuevos retos se enfrenta el sector?, ¿conscientes y preparados para asumir nuevos desafíos?
- ¿Se está innovado lo suficiente? La creatividad al alcance de los nuevos programas de formación on-line
- El boom del Social Learning: ¿innovación o un cambio de mentalidad imparables?
- ¿Preparados para experimentar? Nuevas tendencias que marcarán el futuro del e-learning
- ¿Itinerarios formativos o planes individuales de formación?: Nuevos programas formativos globales
- Nuevas técnicas para reforzar el one to one en los programas a distancia
- Una "vuelta de tuerca" en la presentación de contenidos: nuevos formatos y metodologías innovadoras, lúdicas y creativas para atrapar a la audiencia

**Innovación + Propuestas + Creatividad + Formatos + Experiencias
+ Conocimiento + Resultados**

Una cita imprescindible Madrid, 12 de Mayo de 2011

Llámenos e infórmese 902 12 10 15 info@iirspain.com www.iir.es

Media Partner

OBSERVATORIO
de recursos humanos
y relaciones laborales

Platinum Sponsors

netex
an e-learning company

NanforIbérica

iiR **elearning**
Formación online especializada

Gold Sponsor

Ingenia
Ingeniería e Integración Avanzada

Silver Sponsor

CE
CatedraElearning.es

¿Y CÓMO CONSTRUIMOS UNA RED SOCIAL EN NUESTRA EMPRESA?

PASO A PASO

PRIMERO:

Ten en cuenta la heterogeneidad de perfiles. La coexistencia de diferentes generaciones en la organización, así como las diferencias culturales fruto de la globalización, hacen necesario definir una estrategia adaptable, flexible y accesible para todos.

SEGUNDO:

Construye un Modelo 2.0 desde todas las perspectivas del negocio:

■ **Estrategia:** Conecta tu modelo con la estrategia de la compañía y plantéate objetivos estratégicos medibles en el tiempo. Segmenta los colectivos intrínsecos a tu compañía y define matices de utilización de cada una de las herramientas a disposición de la compañía. La matriz resultante será la base para el manejo del modelo.

■ **Procesos:** Desarrolla procedimientos y métodos que institucionalicen la práctica del Social Media. Es



un proceso más que debe aportar a la cadena de valor de la empresa. Si no es así, no lo plantes.

■ **Tecnología:** Hay muchas posibilidades: Portales 2.0, Contenidos, Documentales, Learning Management Systems (LMS), herramientas ad hoc, social network forums, etc. Estructúralos para generar repositorios clasificados de conocimiento, canales de conocimiento, vías de implantación, modelos de actualización y de aportación de valor.

■ **Personas:** crea la cultura o evoluciona la que tienes, comunica, comunica, comunica..., genera las competencias, comportamientos y el liderazgo necesario para motivar a las personas hacia su uso, comunica, comunica, comunica. Si hace falta, utiliza recursos como community managers para darle vida al 2.0, pero no lo dejes. Si no lo tutorizas y no le das sentido de empresa, perderá su valor.)

	Veterano (<1946)	Boomer (1946-1964)	Gen X (1965-1981)	Veterano (1981-2000)
Estilo	Formal.	Semiformal.	No demasiado serio: irreverente	Divertido.
Tipo de carga de trabajo	Al detalle.	Sigo aceptando carga aunque esté a punto de desbordarme.	Ve al grano: ¿que necesitamos saber? Práctico.	Cuando necesito algo lo encuentro online.
Contexto	Conservador. Lo importante son las normas y la perspectiva histórica.	Lo relevante es terminar y obtener mi recompensa.	Lo relevante es lo que a mi me importe.	Vivir el hoy.
Actitud	Aceptar y confiar en la autoridad y en la jerarquía.	Aceptar las reglas que han creado los veteranos. Podemos con todo.	Podemos cuestionar a la autoridad, frecuentemente tachada de cínica y escéptica.	Si aceptamos la autoridad ganamos respeto.
Tácticas	Imprimir. Correo convencional. Diálogo cara a cara. Teléfono. Alguna información online.	Imprimir. Mail convencional. Diálogo cara a cara. Teléfono. Herramientas y recursos online.	Online. Mensajería instantánea. Conference calls. Cara a cara si realmente lo necesitan.	Siempre online. Conectados mediante diferentes dispositivos simultáneamente. Comunicación con la palabra.
Consecución de objetivos	Alcanzable es un tiempo razonable.	No hay objetivos inalcanzables.	Inmediatamente, cuando se necesite.	Hace cinco minutos.
Frecuencia de trabajo	En cantidades digeribles.	Lo que sea necesario.	Cuando sea.	Cuando sea y donde sea.