

Negócio e Redes Sociais: fusão ou confusão

Luis Borges Gouveia, Universidade Fernando Pessoa

Painel + mesa redonda:

“Internet, negócio e redes sociais -> inovar”

3ª Conferência Internet, Negócio e Redes Sociais “Confiança e
Compromisso nos Canais Digitais”

APDSI – 29 de Setembro de 2014 Auditório BMAG - Porto

Negócio e Redes Sociais: fusão ou (con)fusão?

Slideshare: <http://www.slideshare.net/lmbg/negcio-e-redes-sociais>

- Influência mútua, integração ou mero instrumento?



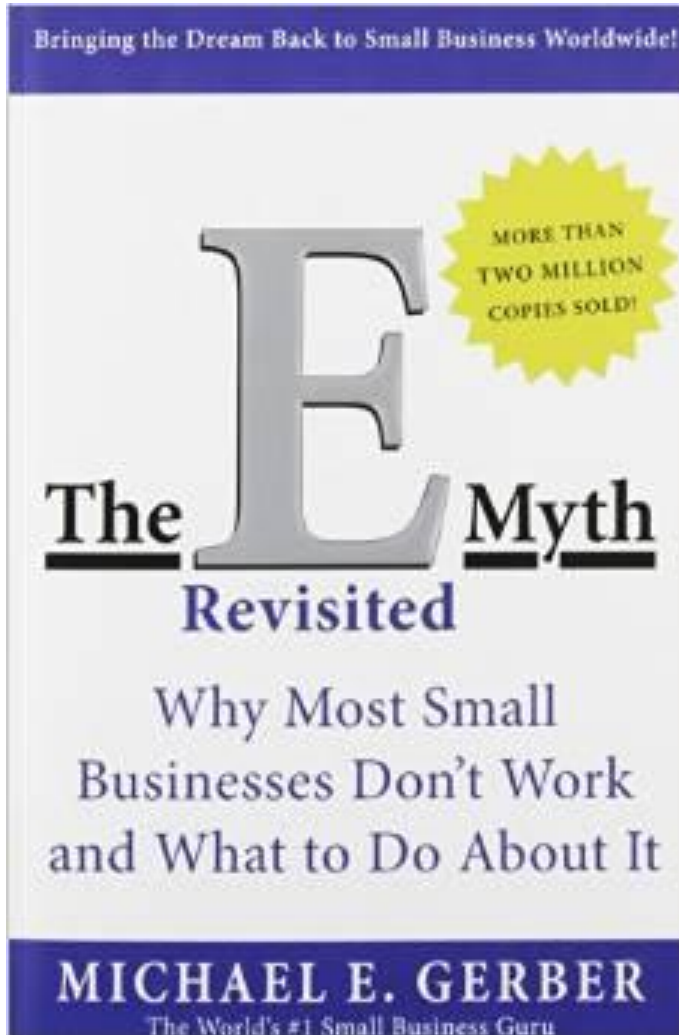
Negócio no Séc. XXI

- Global
- Flexível
- Rápido
- Colaborativo
- Sustentável

- Lucro
- Crescimento
- Competição



E-mito ou porque o negócio eletrônico **não é** solução infalível para os pequenos negócios



- O mito do empreendedorismo: a maioria das pessoas que começa um pequeno negócio é empreendedora
- A assunção fatal de que basta que uma pessoa entenda os aspetos técnicos de um negócio para poder ter sucesso num negócio que faça esse trabalho técnico
- Vendeu 150 000 cópias...

Outros mitos do comércio eletrônico...

<http://www.mivamerchant.com/blog/top-10-e-commerce-myths>

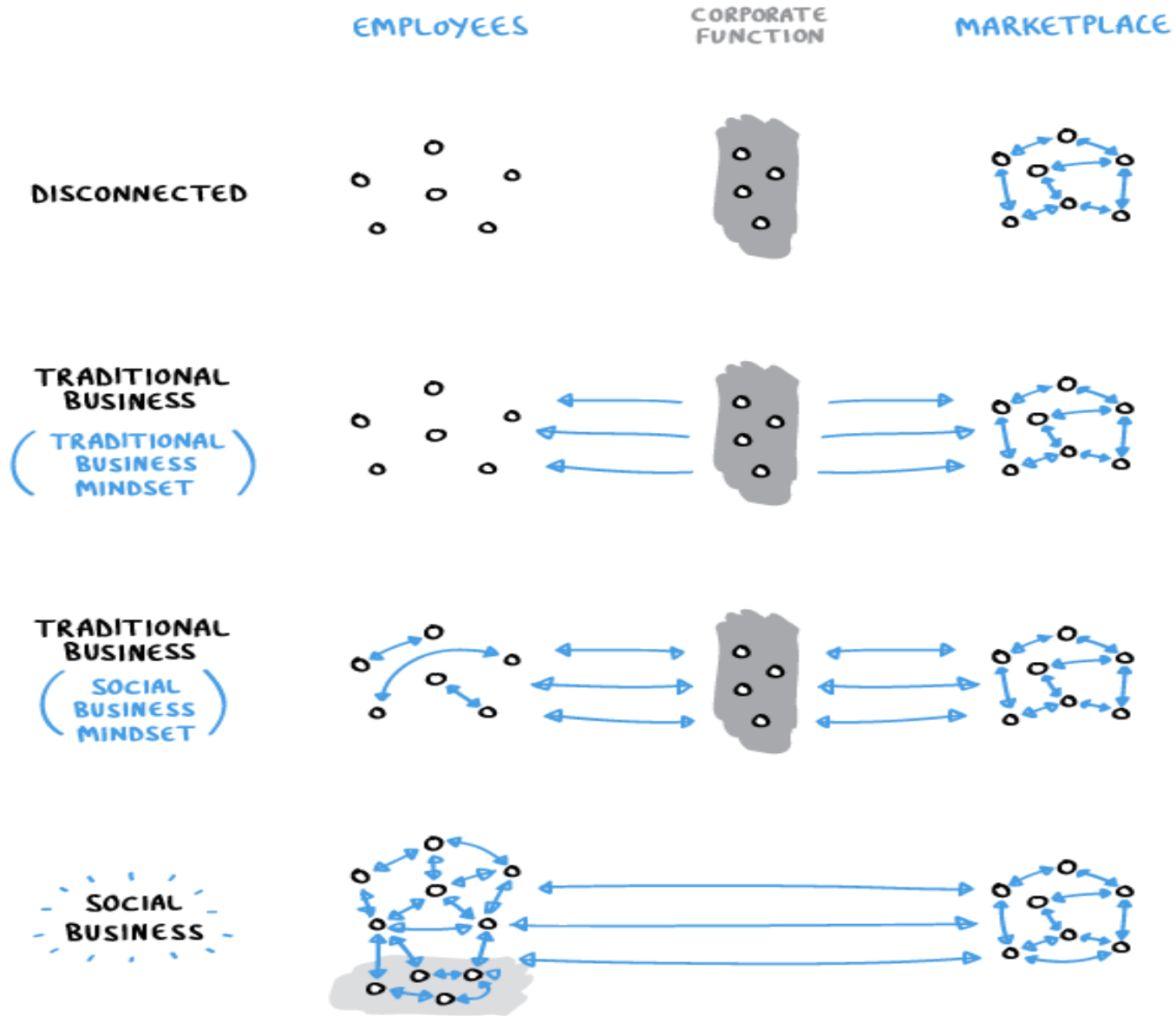
1. **É fácil...** -> exige persistência...
2. **É grátis...** -> a história que não existe almoço grátis...
3. **Não requer experiência...** -> e a tentativa e erro?
4. **Não é um negócio...** -> é sobre obter mais que o custo no longo prazo ...
5. **Imagens de produtos bastam...** -> algures, tangibilidade importa...
6. **Só o preço importa...** -> confiança, impulso e desejo ajudam (contexto)...
7. **É desenvolver, que alguém irá aparecer...** -> nada é já só o lado da oferta, por melhor que seja o seu valor...
8. **Fraude...** -> não é um problema dos outros ou um conceito difuso
9. **Competição...** -> conhecer a oferta existente e vigiar a que potencialmente ocorra, são atividades básicas
10. **Um ano, resultados certos...** -> demora tempo e sempre mais do que o esperado e os resultados tendem a ser (bem) menores que o previsto

Conteúdo | Experiência | Plataforma contexto: a proposta de valor...

What is your competitive advantage?



As redes nos negócios...



Negócio digital (de base eletrónica)

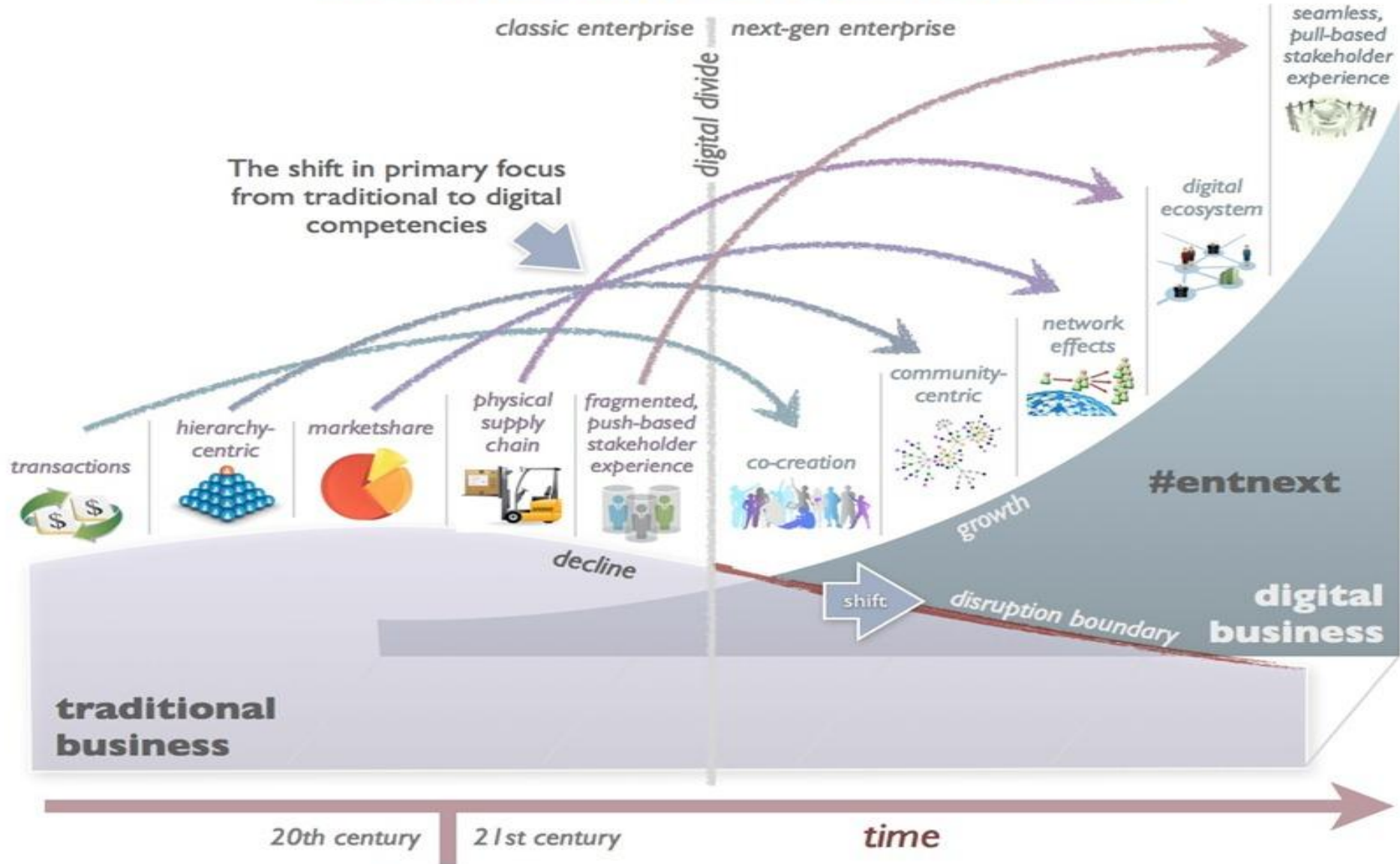
1. Pensar em termos de **ecossistemas** (hierarquias e comando e controle, apenas como indutoras de comportamentos distribuídos e sujeitos a regulação coletiva)
2. Gerir os negócios como **redes de pessoas** (pessoas como centro de valor e indutoras de transformação coletiva e colaborativa))
3. Mudança das noções de valor de estáticas para **dinâmicas** (aceitar e acomodar diferentes segmentos e propostas de valor)
4. Conceber os negócios para a **mudança radical** (aceitar a existência de contextos de geometria variável e de comportamento descontínuo)
5. Desenvolver uma cultura de **organização aberta** (prover os meios para incluir perspectivas diversas)
6. Adotar práticas de **inteligência coletiva** (aprovar os vastos fluxos de informação e conhecimento)

As redes sociais como indutor de mudança

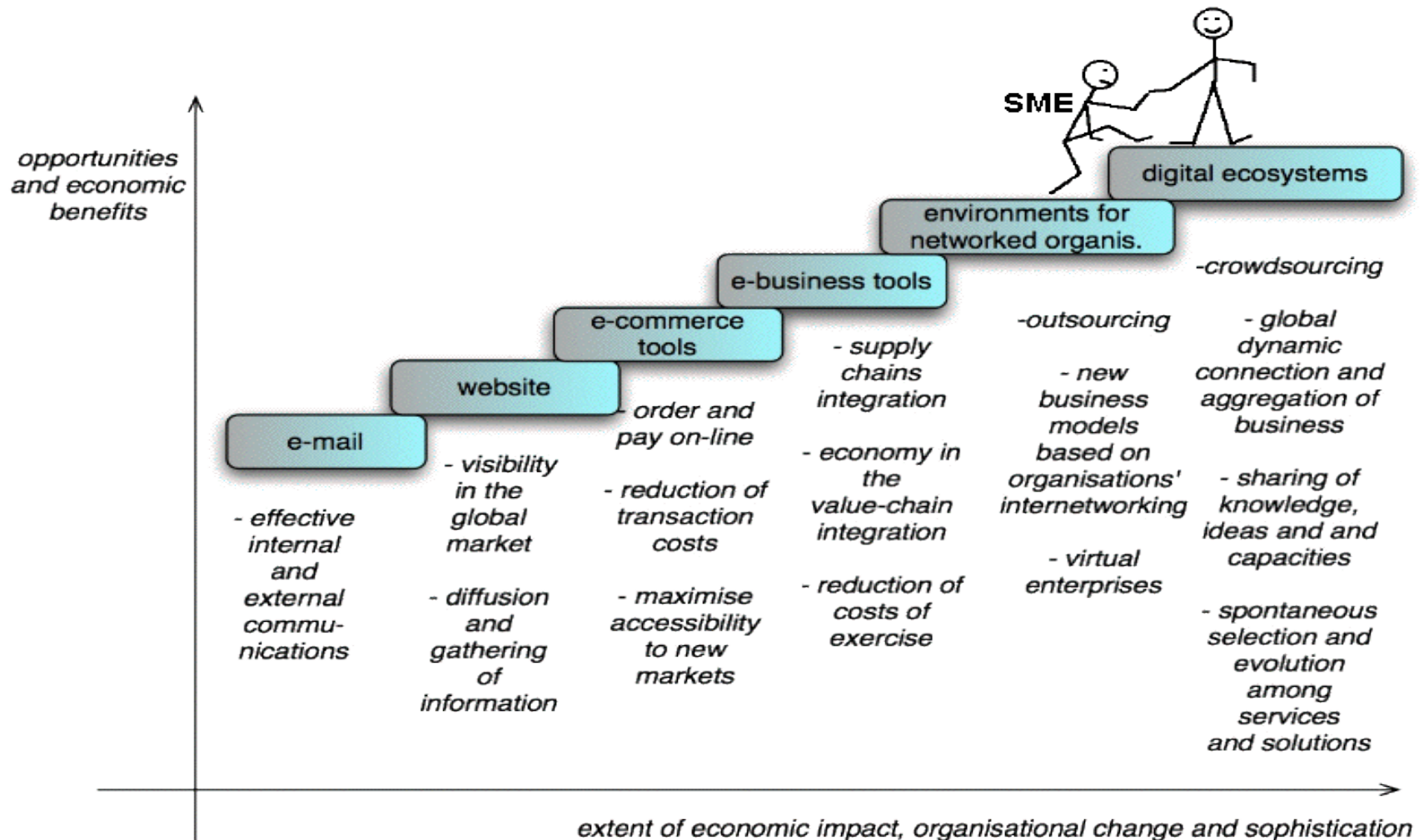
The Emerging Transition To Social Business Models



Organizations moving to new digital models as cornerstones of their business



Fusão: a evolução de um ecossistema digital ao serviço do negócio

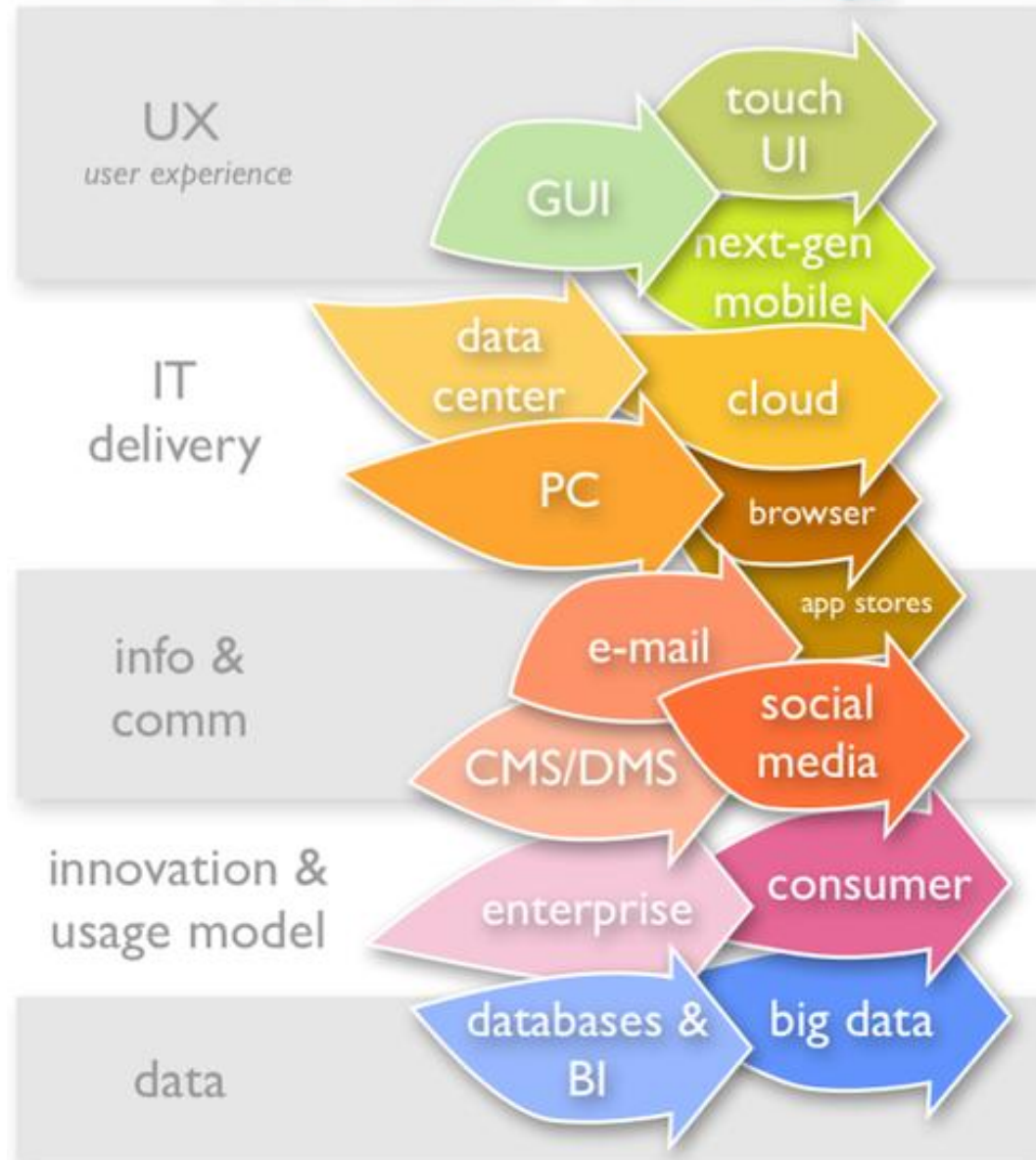


Adapted from Cisco led Information Age Partnership study on e-commerce in small business

Confusão...

- “social media” é camada de informação e comunicação
- Parceira de outras camadas
- Depende da UX e IT e proporciona inovação e dados...

The Major Shifts in 21st Century Information Technology



Proporcionar uma **arquitetura aberta e de auto serviço** para os recursos de TI

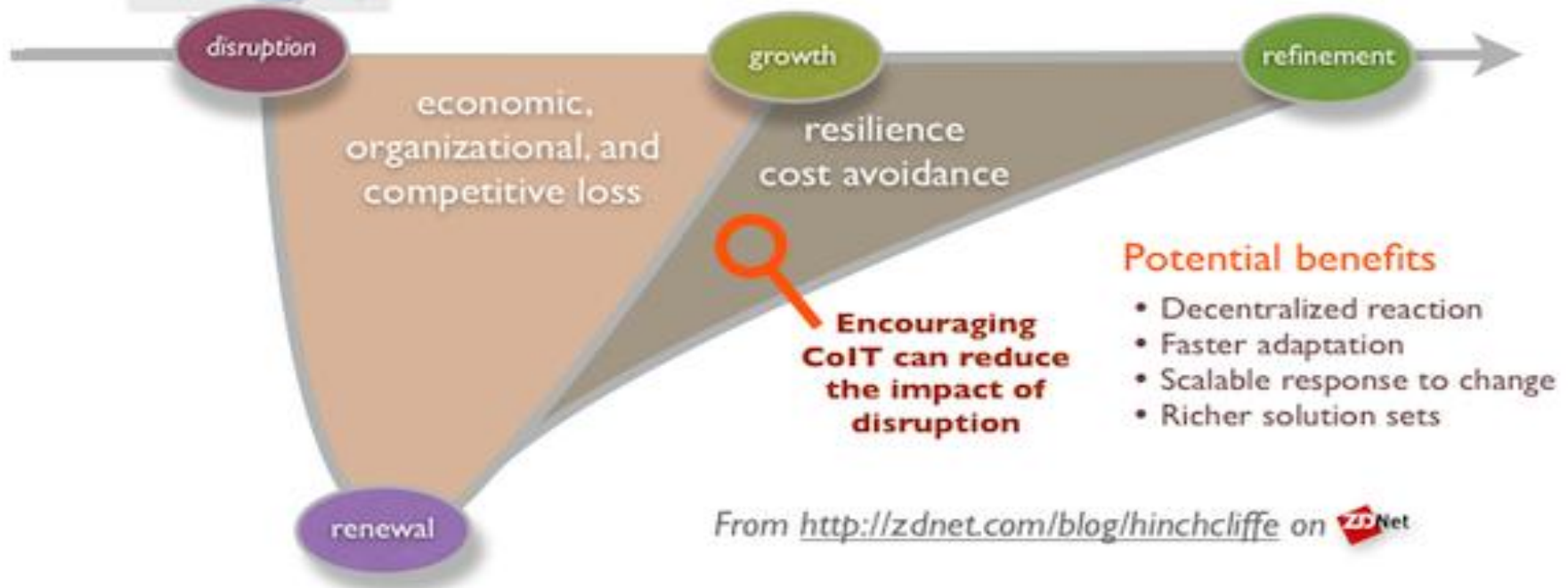
The "Big Five" IT disruptors

The Major Shifts in 21st Century Information Technology



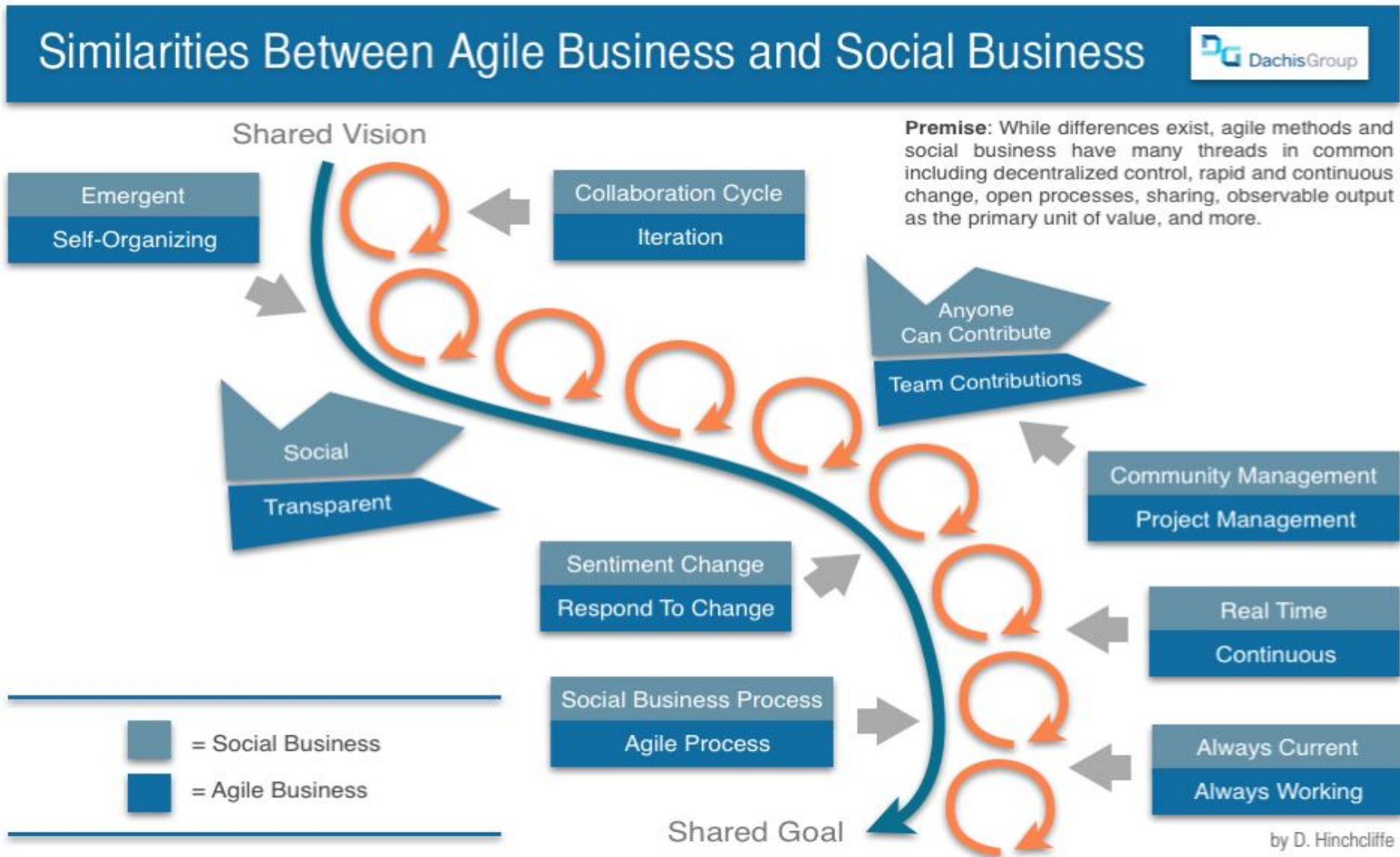
Key Point:

Decentralizing IT and encouraging emergent outcomes can "design in" economic resilience to technology change



From <http://zdnet.com/blog/hinchcliffe> on ZDNet

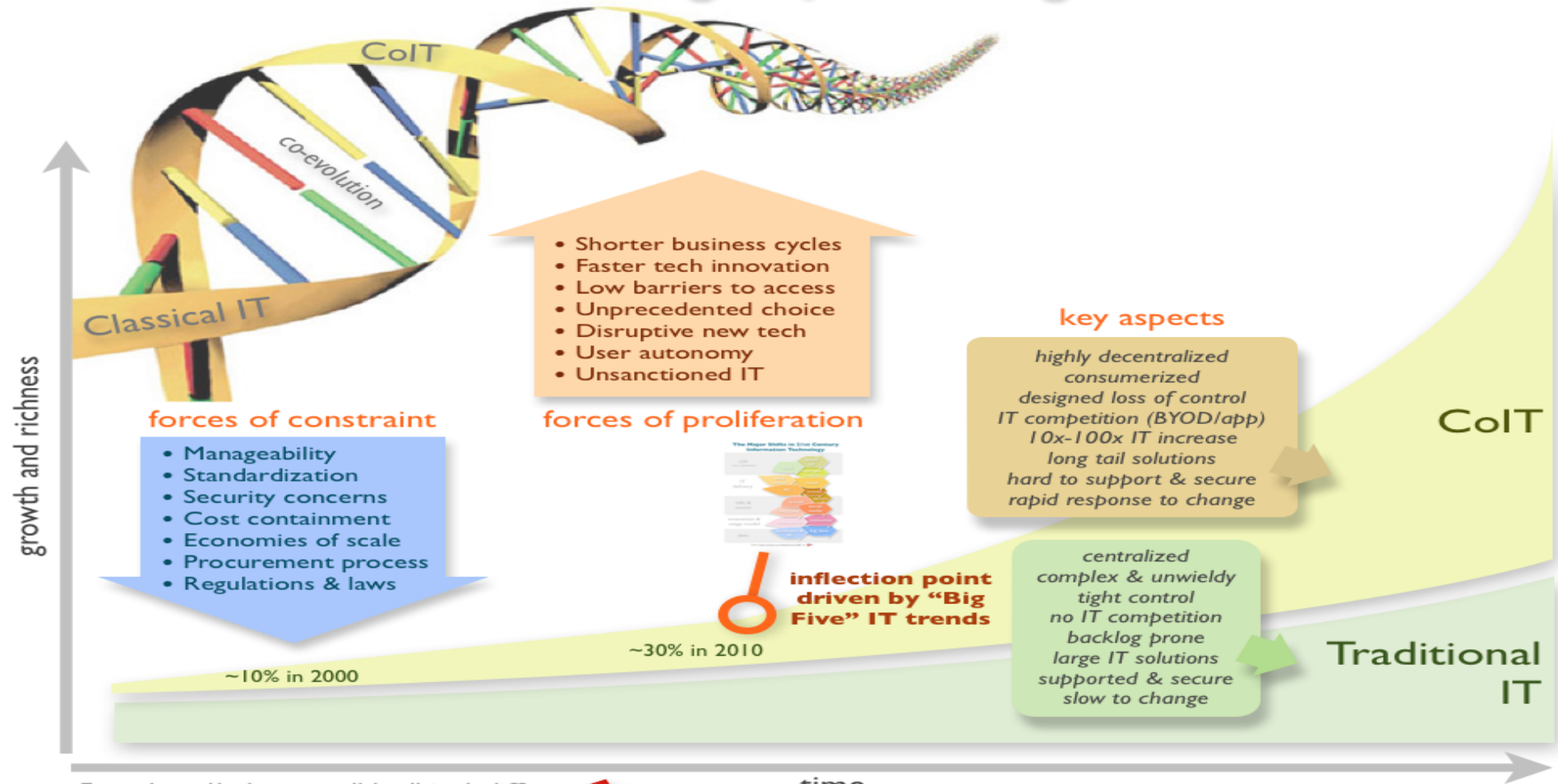
Usar os media sociais como instrumento de agilidade nas TI e também no negócio



by D. Hinchcliffe

Mudança de DNA...

The Changing DNA of Technology & Business: The Growing Shift to Emergent IT

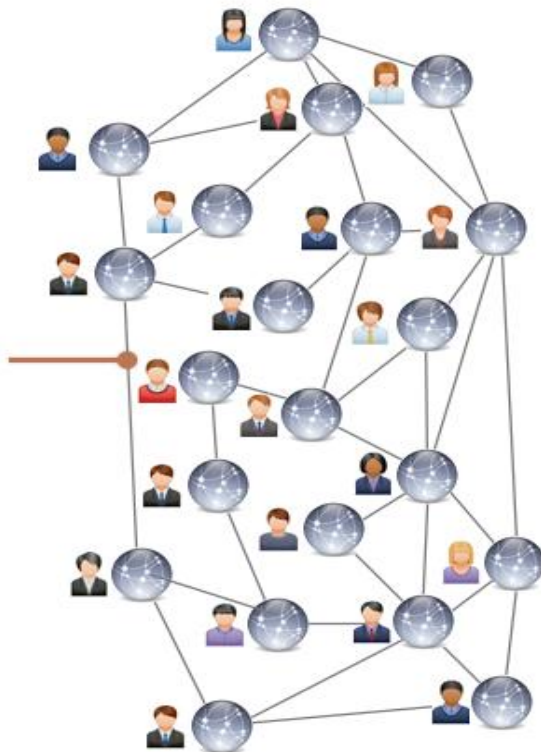


Mas...

The Evolution of Social Media Services: *How Network Effects Overcame User Control*

A Granular Distributed Social Web

- User defined identity and service
- User controlled social endpoint
- Distributed activity streams based on syndication
- User owned and controlled data
- More variability and innovation
- Weaker network effects
- **Examples:** Blogs, wikis, syndication



Social Web Diversity



A Few Large Monolithic Social Web Services

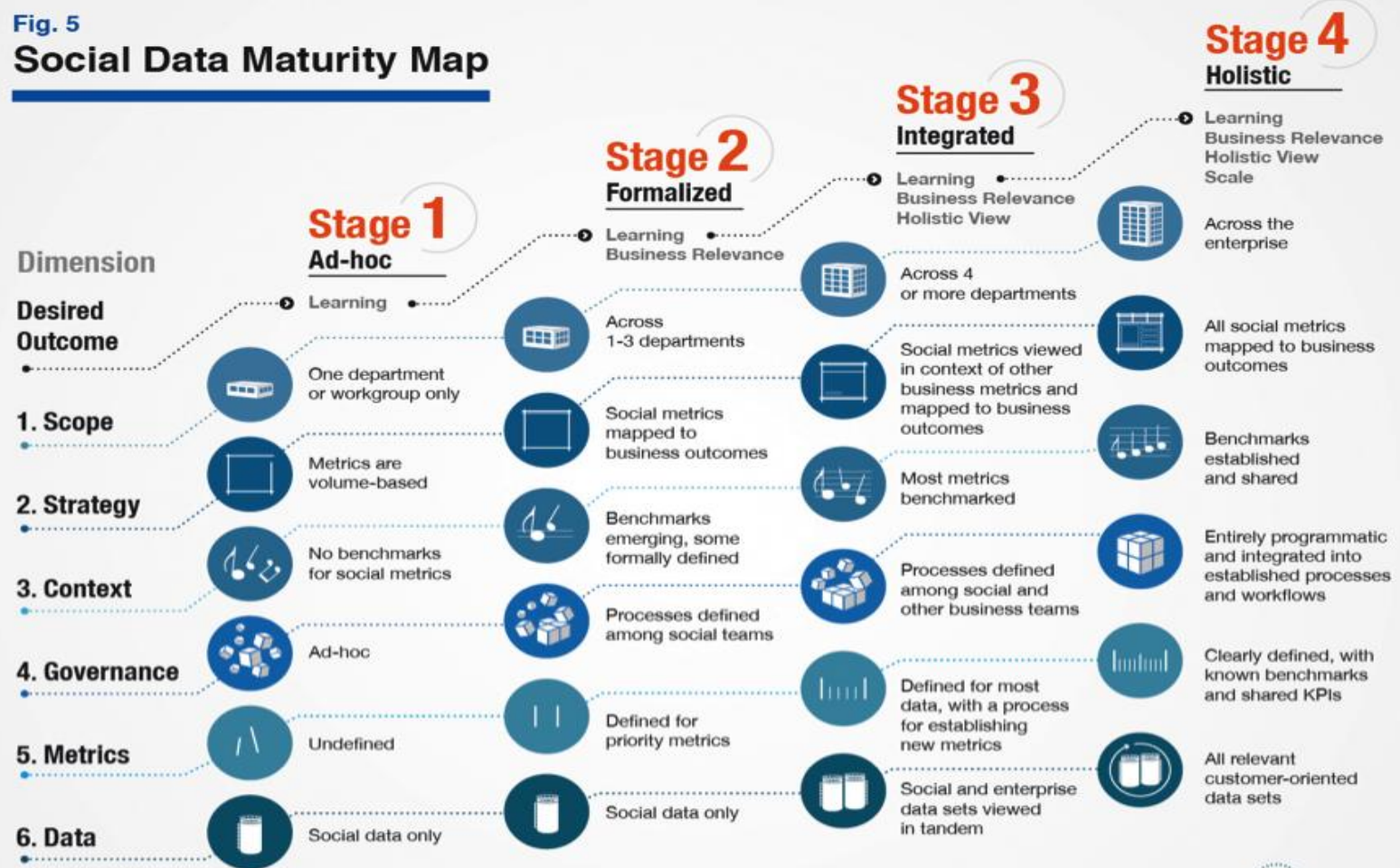
- Service defined user identity
- Service controlled social endpoint
- Centralized activity streams based on syndication
- Service owned and controlled data
- Less variability and innovation
- Stronger network effects
- **Examples:** Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest



Social Web Monoculture

A abrangência dos dados...

Fig. 5
Social Data Maturity Map

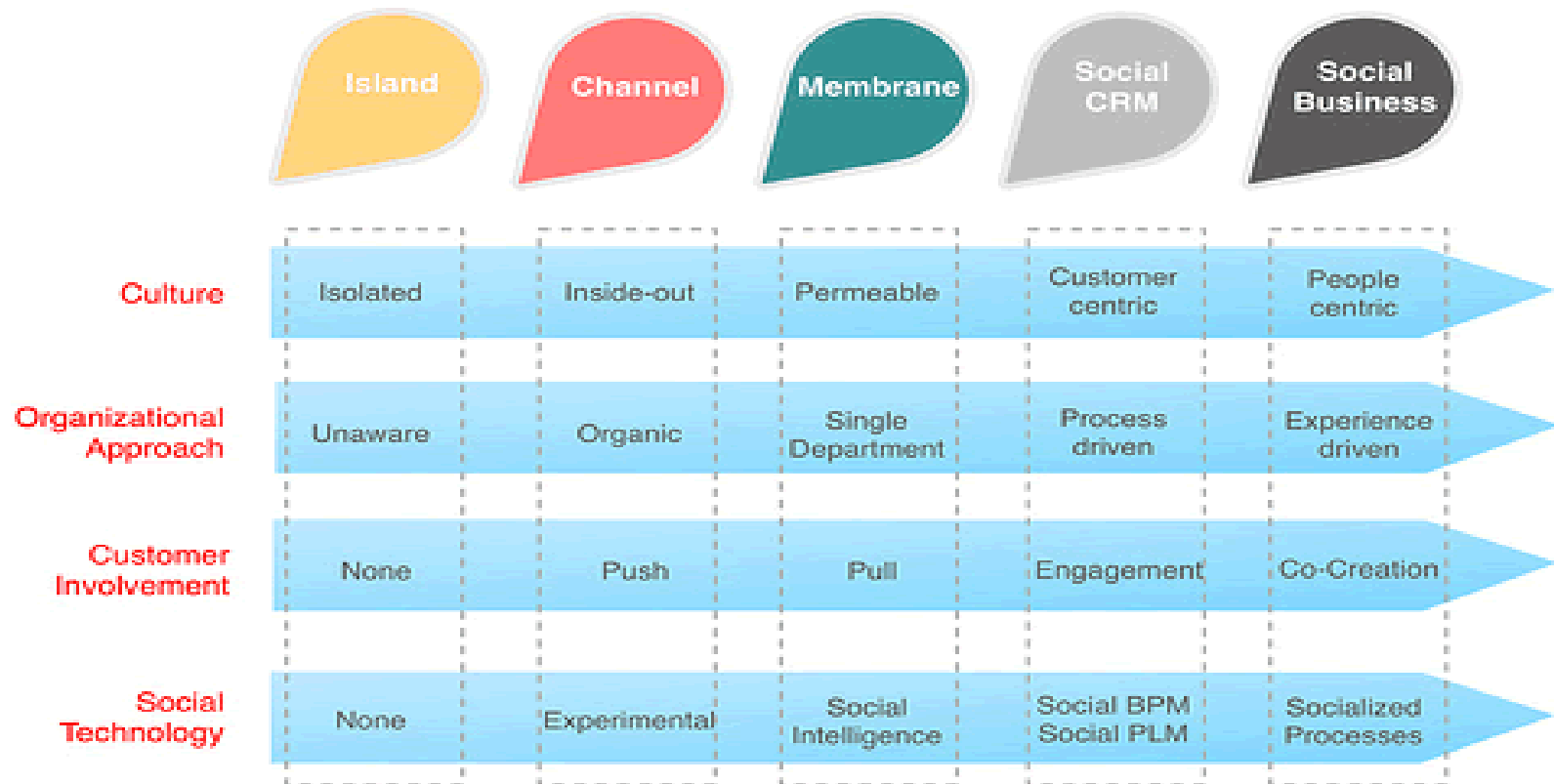


Source: "Social Data Integration" Altimeter Group
















A maturidade do instrumento



Social Business Maturity Model



Emanuele Quintarelli for Open Knowledge (more at www.socialenterprise.it)

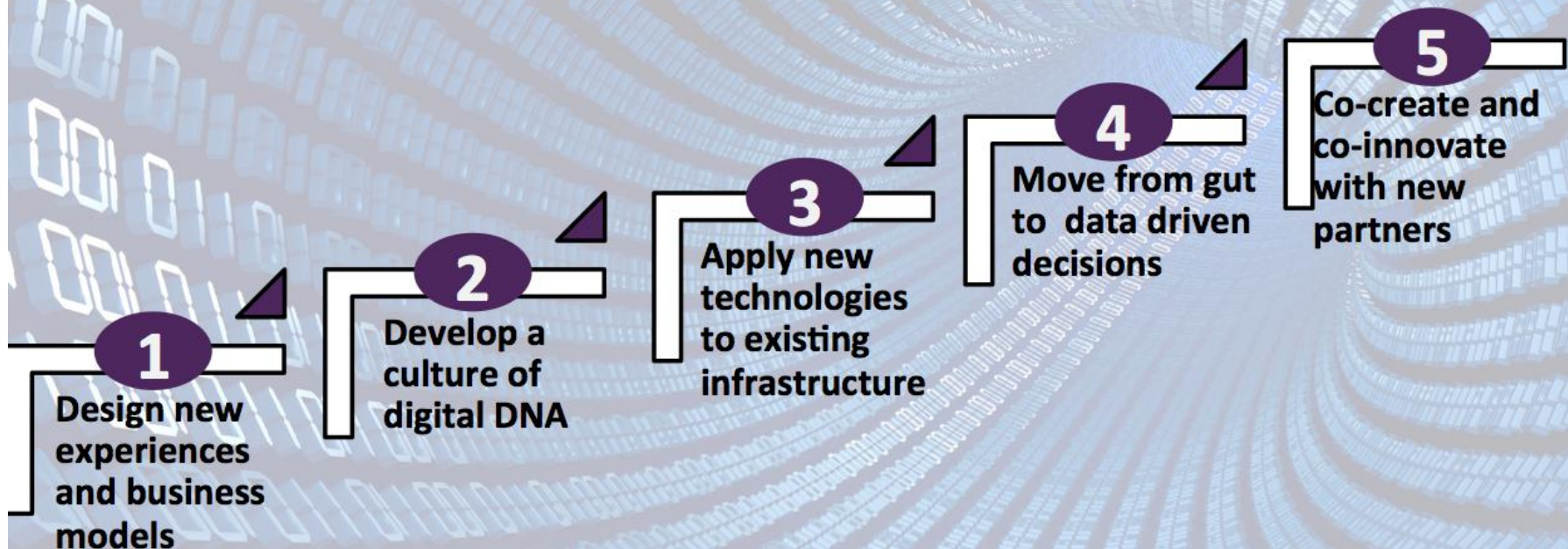
O percurso do desenvolvimento do negócio digital proposto pela Gartner

| | Before the Web | Before the Nexus of Forces | | | After the Nexus of Forces | |
|--------------|--|--|--|--|--|--|
| | Analog | Web | E-Business | Digital Marketing | Digital Business | Autonomous |
| Focus | Build relationships that drive business or lower cost | Extend relationships into new markets or geographies | Transform sales channel into a global medium to drive efficiencies | Exploit the nexus to drive greater efficiency | Extend potential customers from people to things | Smart, semiautonomous things become the primary "customer" |
| Outcomes | Optimize relationships | Extend relationships | Optimize channels | Optimize interactions | Build new business models | Maximize retention of and relationships with things |
| Entities |  People |  People  Business |  People  Business |  People  Business |  People  Business  Things |  People  Business  Things |
| Disruptions | Emerging technologies | Internet and digital technologies | Automation of business operations | Deeper customer relationships, analytics | Creation of new value and new nonhuman customers | Smart machines and things as customers |
| Technologies | ERP, CRM | CRM, Web | EDI, BI, portals | Mobile, big data, social | Sensors, 3D printing, smart machines | Robotics, smarter machines, automation |

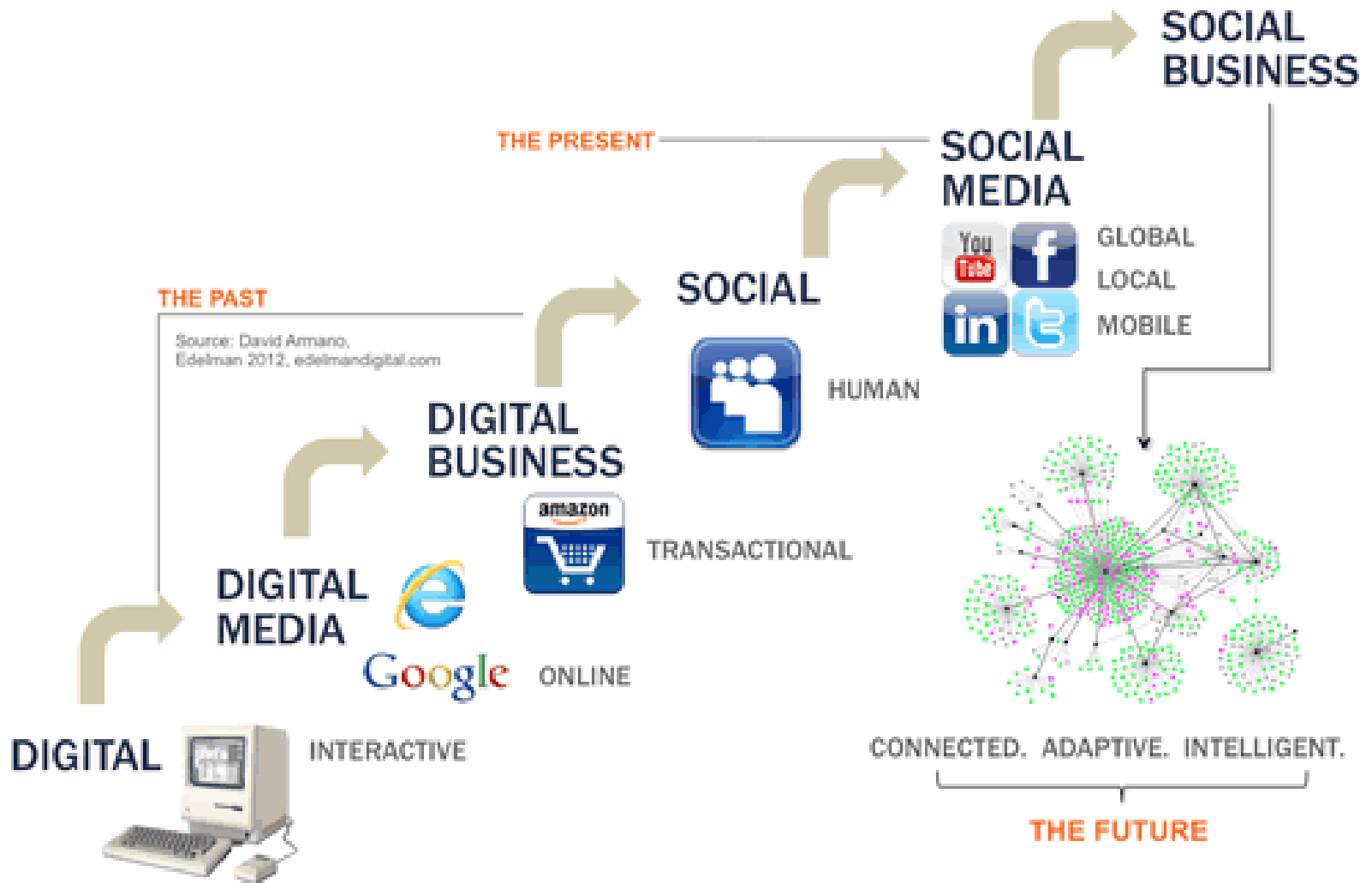
 Change of kind
  Change of degree

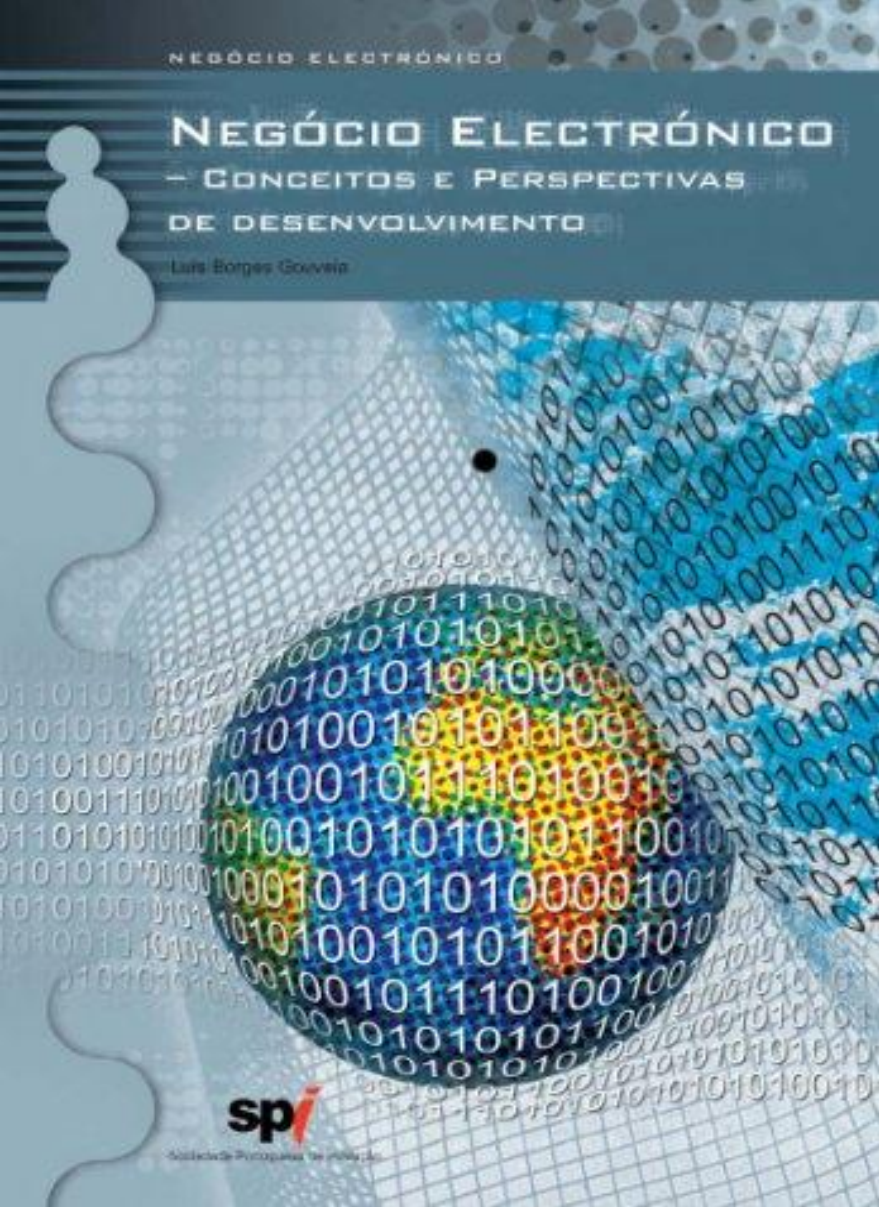
Transformação digital: mudar de dentro para fora e com gente de fora

Five simple steps to Digital Transformation



A evolução...





Gouveia, L. (2012). O Conceito de Rede face ao Digital e aos Media Sociais. *Multimed Revista do Reseau Mediterranéen de Centres D'Etudes et de Formation*. Nº 1. Edições Universidade Fernando Pessoa, pp 85-103. ISSN: 2182-6552.

PDF em acesso livre

http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/3371/1/gouveia_87-105.pdf

Negócio Electrónico, Dez 2006. SPI – Principia. 160 pp. ISBN: 972 8589 62 X
PDF em acesso livre

http://www.spi.pt/negocio_electronico/documentos/manuais_PDF/Manual_1.pdf