Construyendo una red efectiva y estable

MÓDULO 3.2

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Por qué estamos aquí hoy / Excepciones

- La creación de redes de negocios con otros empresarios es una parte importante de ser unexitosopropietario de la empresa.
- Cada relación individual no aparece como una entidad aislada, sino como parte de un todo mayor, un contexto más amplio: una red de relaciones interdependientes.
- Su mercado de negocios también aparece como una red de relaciones comprador-vendedor.
- La estrategia de hacer negocios online y offline es crucial para cualquier negocio. El desarrollo de negocios sostenibles e inteligentes duplica la importancia.
- La creación de redes es una habilidad para la vida que se beneficia de la capacitación en la construcción de relaciones, al principio de las carreras.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Lista de temas

(como en el plan de estudios/ parte teórica)

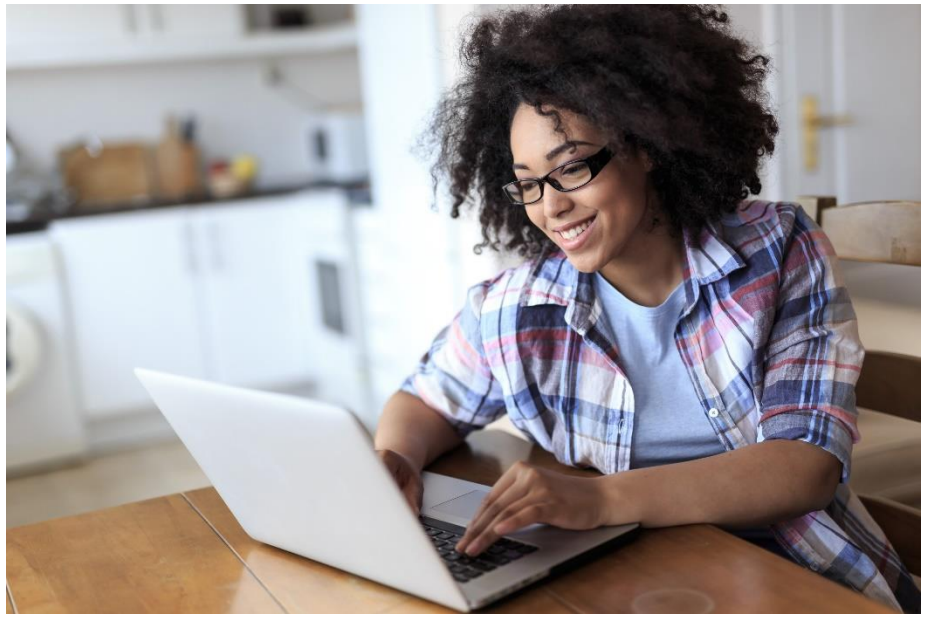
- La creación de redes de negocios como un proceso
- La lógica de las relaciones comerciales.
- Redes fuera de línea vs. Redes en las redes sociales
- Construyendo conexiones comerciales significativas
- Creación de una estrategia de red

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Puntos de aprendizaje
(como en el plan de estudios/ parte teórica)

- Aclarar las razones del Offline Networking como elemento y cargo esencial de cualquier desarrollo empresarial.
- Para establecer toda una estrategia de networking empresarial.
- Construir un plan de conexiones comerciales significativas.
- Elaborar una estrategia de red social media.



ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

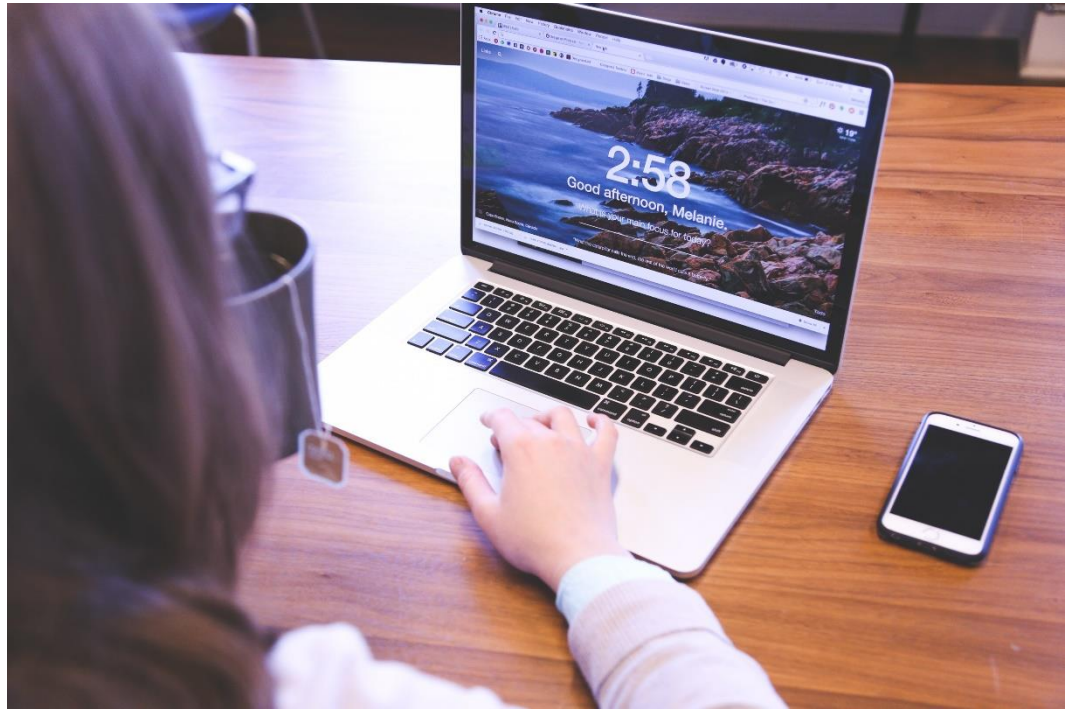
Principales actividades/estructura de la sesión(teórico, práctico,…)

- Alrededor de 20 minutos de presentación de los antecedentes teóricos.
- Respuestas a preguntas 10 min.
- Actividad 1: Mapa Estratégico de tu Negocio Networking - Taller de 60 min.
- Resumen- 10 min.
- Actividad 2: Estrategia de red offline - Taller de 60 min.
- Resumen- 10 min.
- Actividad 3: Estrategia de redes sociales - Taller de 60 min.
- Resumen- 10 min.
- Sesión de recapitulación- 10 min.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

¿Qué se espera que produzca
(lista de resultados concretos)

- Cree una estrategia de red fuera de línea de su negocio.
- Para establecer la estrategia de la red de medios sociales para la máxima exposición.
- Establecer una estrategia en línea de conexiones intencionales para colaborar en su negocio inteligente y sostenible.



ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Resumen de la parte teórica

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

La creación de redes de negocios como un proceso

La creación de redes de negocios es**más que una serie de intentos aislados**para abordar problemas específicos, cada uno iniciado por un solo actor.

Cada episodio de networking**forma parte de una secuencia**de acciones, reacciones y re-reacciones de todos los actores involucrados a medida que inician y desarrollan su propia red y responden a la de sus contrapartes.

La creación de redes de negocios es un**proceso**a través del cual todos los actores intentan influir en la sustancia evolutiva de sus interacciones.

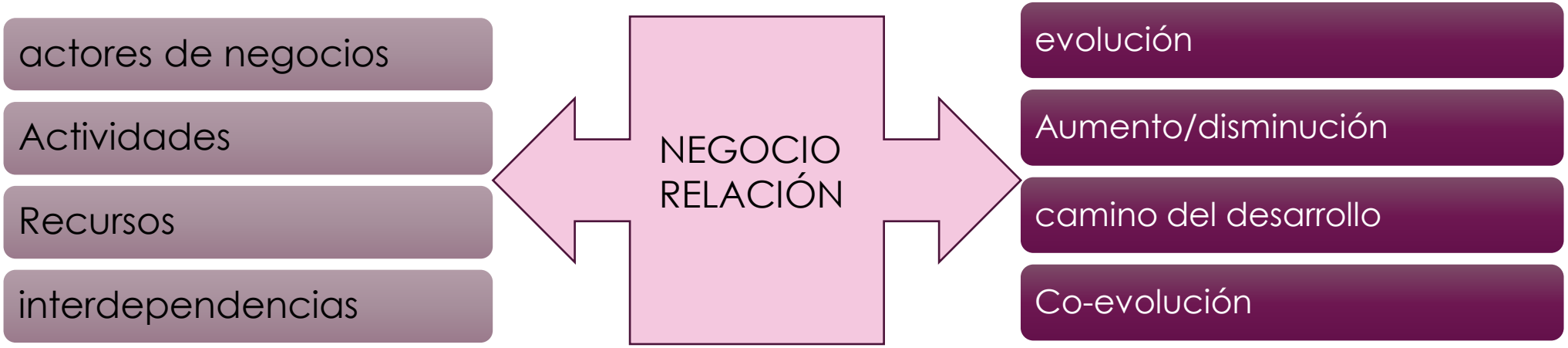
Hakansson, H., Snehota, I., 1995

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

La lógica de las relaciones comerciales

La sustancia de todo**relaciones comerciales**evoluciona como resultado de los efectos no deseados de las interacciones de los involucrados directa o indirectamente y debido a su red consciente.



Ninguna relación comercial existe o evoluciona aisladamente de otras y la esencia de cada relación forma parte de un patrón más amplio de actividades, constelación de recursos y red de actores.

Hakansson y Snehota, 1995

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Principios de la construcción de una red de negocios.

Las mejores conexiones de red no se tratan de perseguir clientes potenciales. Reúnen a personas de ideas afines que desean construir asociaciones saludables y hacer avanzar las cosas, contribuyendo a un mundo mejor.

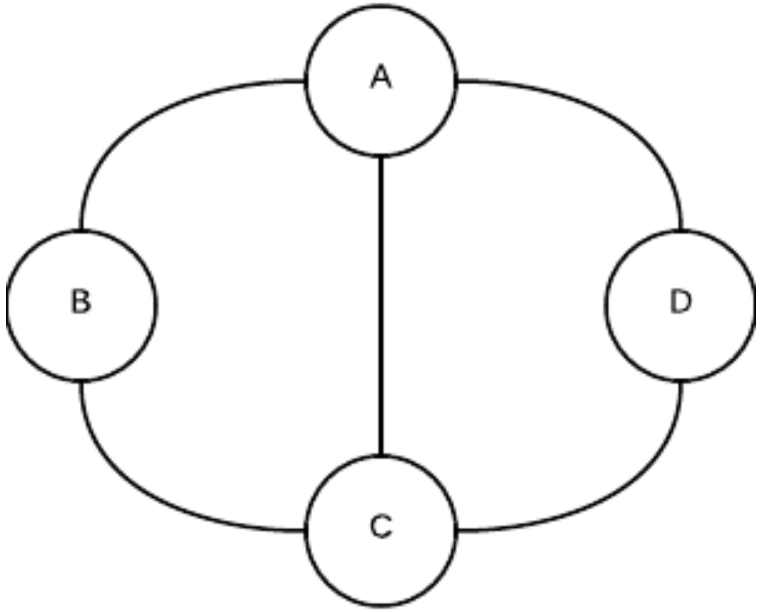
Glazer, R., Jankovska, A. www.forbes.com

- Las mejores redes a menudo conducen a los mejores resultados.
- Su red es su mayor activo en los negocios, sin importar la industria.
- Construya una red más allá de su campo.
- Tenga en cuenta el hecho de que tener un pequeño grupo de personas que siempre están listas para ayudarlo puede ser más valioso que tener muchos contactos que no son tan útiles.
- Es necesario tener una mentalidad generosa para sobresalir en los negocios.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Contexto paradójico de la red empresarial

- Paradoja-1: Las relaciones de un actor permiten y restringen su red.
- Paradoja-2: Las características de las relaciones de los actores pueden interpretarse como los resultados de su trabajo en red, pero las características de los actores también son resultados de sus relaciones.
- Paradoja-3: Los actores intentan lograr el control sobre la red que los rodea, pero ningún actor por sí solo tiene el conocimiento o los recursos para ejercer un control total.



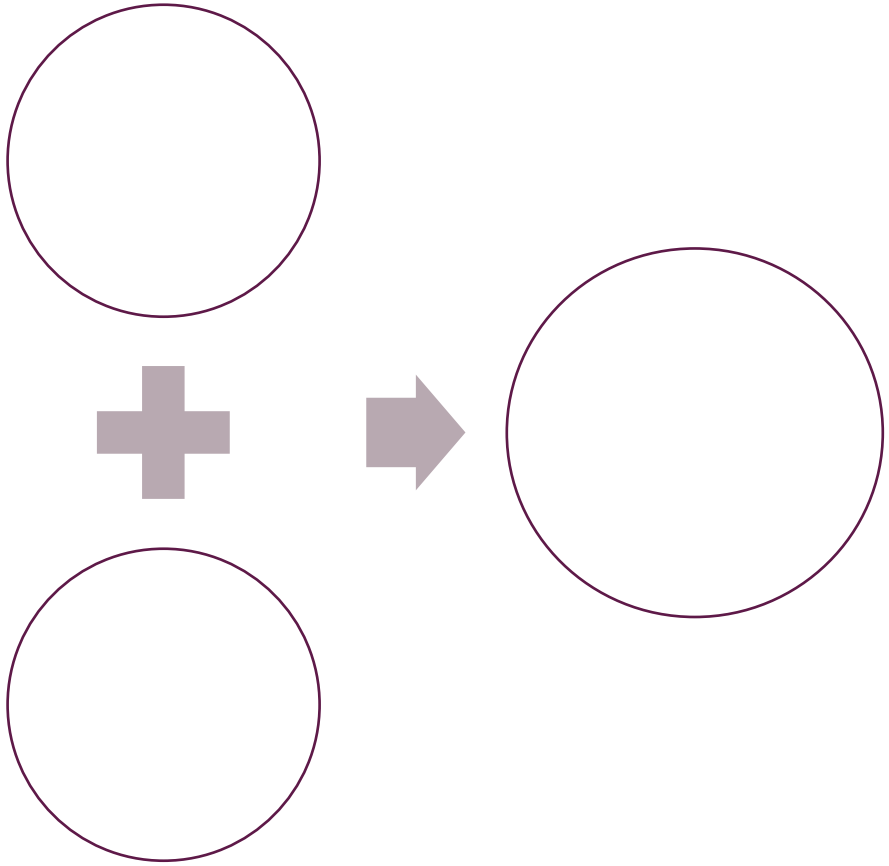
https://blogs.cornell.edu/

Hakanson, Ford, 2002

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Contactos comerciales como fuente adicional de información

Una gran proporción de propietarios-gerentes utilizan sus contactos comerciales como fuentes de información adicional útil.



El estudio destaca:

- el uso de 'vínculos débiles' para fines como el reclutamiento;
- un escaso uso de las redes institucionales;
- una asociación entre la actividad de redes y el rendimiento empresarial;
- una asociación entre el tipo de propietario-gerente y la actividad en red.

Hakanson, Ford, 2002

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Redes: off-line y on-line

- La creación de redes es un conjunto de comportamientos destinados a construir y mantener relaciones interpersonales que poseen el (potencial) beneficio de facilitar las actividades relacionadas con el trabajo al proporcionar acceso a los recursos y maximizar conjuntamente las ventajas de los individuos involucrados.

Interacciones cara a cara

Intraorganizacional trabajo en red con colegas

Extra-organizacional trabajo en red con personas de otras organizaciones

Wolff, Moser, 2006

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Ventajas de las redes off-line

- Puramente fuera de línea***los lazos son mas fuertes***que los lazos en línea.
- Las redes fuera de línea aún permanecen***una parte integral de la comercialización***actividades de las pequeñas y medianas empresas.
- Reuniones personales con socios comerciales.***crear confianza***, que es la piedra angular de las relaciones comerciales y una plataforma de lanzamiento para referencias.
- El facilitador de la creación de redes fuera de línea suele ser el propietario de la empresa o un alto directivo con***responsabilidades de toma de decisiones***.
- Desarrollar y utilizar contactos fuera de línea es típicamente***un asunto comercial interno***y forma parte del saber hacer de la empresa.

www.empresa-europea.com

Gloor et al., 2016

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Razones para hacer una estrategia de red off-line

La interacción personal es más fácil que la interacción en línea. La comunicación no verbal, incluido el lenguaje corporal y las inflexiones tonales, puede darte pistas sobre las intenciones y los sentimientos de una persona, y no podrás encontrarlos en un ámbito digital.

No todo el mundo usa las redes sociales. Algunas de las conexiones más valiosas (empresarios experimentados, inversores privados ricos, etc.) tienden a ser de una generación anterior y es más probable que se abstengan por completo de las redes sociales.

Las conexiones locales son valiosas. Pueden ir a su oficina para colaborar en un proyecto o reunirse con usted para tomar un café en un plazo relativamente breve. Pueden asistir a los mismos eventos que tú y reforzar tu reputación, y presentarte a otros en el área. La creación de redes fuera de línea abre una puerta a su comunidad local.

La gente recuerda las caras. Es mucho más probable que recuerden una cara, una cara que vieron en persona, en lugar de una adjunta a un perfil.

El equilibrio es vital. Las estrategias equilibradas y diversificadas son las más eficaces.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Redes sociales y comunicación offline: relaciones de afinidad

Redes sociales permite a las organizaciones comunicar sus afiliaciones con otras entidades a las partes interesadas y audiencias externas a través de relaciones de seguidor-seguidor, retweets, etiquetas y menciones.

- La exhibición pública de afiliaciones a un tercero o al público en general crea***un tipo de red representacional***eso no implica necesariamente una interacción real o un flujo de información entre los miembros conectados.
- La comunicación interorganizacional se ha centrado en***relaciones de afinidad***, que son construidos socialmente por las partes involucradas y, a menudo, son más duraderos.
- La colaboración interorganizacional fuera de línea representa relaciones de afinidad que se forman para compartir recursos, brindar servicios, coordinar actividades y lograr objetivos comunes.

Árbol, Leonardi, 2013

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Business Networking: ¿Cuándo y por qué?

Muchas redes de creación de valor emergen lentamente con el tiempo de una manera naturalista.

La creación de redes es una habilidad para la vida que se beneficia de la capacitación en la construcción de relaciones, al principio de las carreras.

- Las conexiones comerciales internacionales son significativamente más importantes durante***las primeras etapas***de una experiencia de desarrollo exitosa.
- Cada empresa crea y mantiene su red comercial de contactos, incluyen***cliente, proveedor***y***socio de negocios***contactos.
- ***Conocer nuevos empleados***, para hacer conexiones personales y comerciales que pueden conducir a interacciones comerciales y personales significativas.
- Las capacidades distintivas dentro de la red que***crear valor***para el cliente final: la confianza y la cooperación no son suficientes.

Halinen, A., Tornroos, JA, Elo, M.

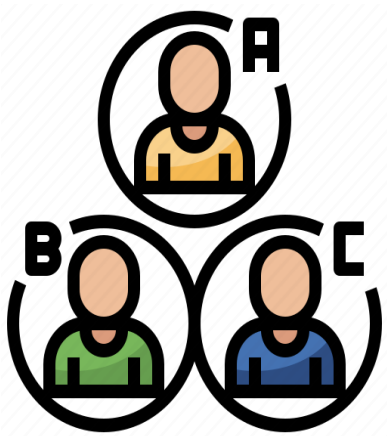
Campbell, AJ, Wilson, DT

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Business Network: mercados empresariales como webs

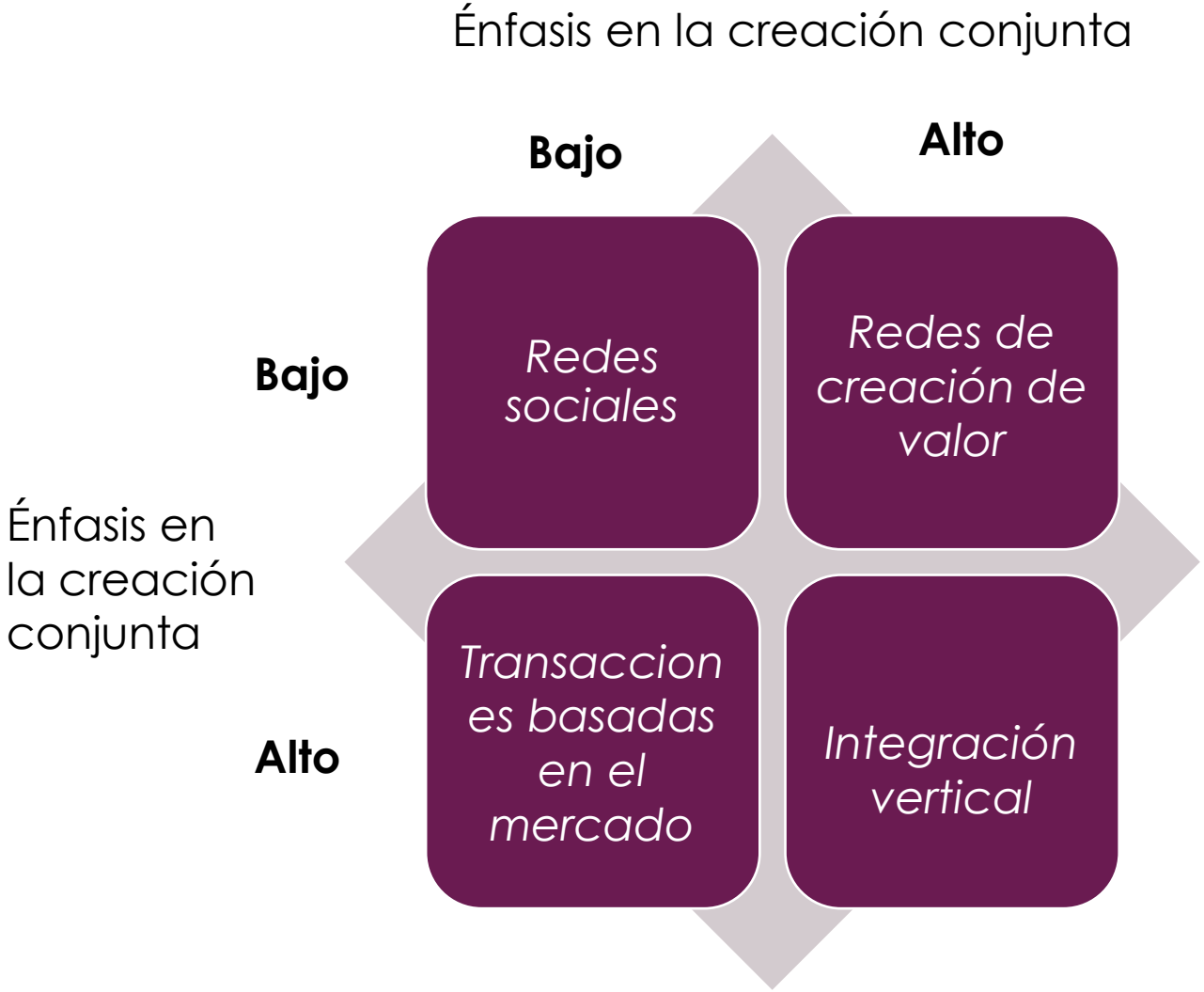
- La teoría de la red industrial ve los mercados comerciales como redes de relaciones comerciales interdependientes, donde el intercambio depende de la existencia.***enlaces de actividad***,***lazos de recursos***y***lazos de actor***entre las partes
- Los eventos son vitales para que los gerentes comprendan mejor las oportunidades y limitaciones expuestas en las redes comerciales, a fin de diseñar estrategias de acuerdo con las condiciones cambiantes.
- En el contexto de las redes empresariales, los eventos críticos se han considerado manifestaciones de diversas fuerzas de cambio inherentes a las redes.
- Los eventos se definen como desencadenantes de cambios radicales que rompen la estructura o, desde una perspectiva procesal, como fuerzas impulsoras o de control para el desarrollo de relaciones.



https://www.iconfinder.com/

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Importancia de las representaciones de la red comercial



- Cada tipo refleja la**influencia de las redes**en la elección de la estrategia de una empresa en la forma en que crea una ventaja competitiva.

Campbell, AJ, Wilson, DT

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Redes sociales

1.***Elija Sitios de redes sociales.***Los principales sitios de redes sociales son los mejores lugares para comenzar a decidir dónde participar en línea, ya que representan el espacio en línea donde es probable que utilicen los clientes potenciales más grandes.

Facebook Twittery***Google+*** pueden ser excelentes opciones para construir relaciones entre los consumidores y su empresa al compartir contenido relevante.

Pinterestes una opción, especialmente para las empresas que se pueden promocionar de manera eficaz mediante el uso de contenido visual.

Youtubeproporciona una excelente manera de compartir contenido de video que va desde contenido instructivo hasta mensajes publicitarios de transmisión y fragmentos de videos de la empresa.

LinkedInpuede ser un recurso poderoso para crear perfiles en línea para líderes clave de la empresa, así como para interacciones en la industria y grupos en línea de interés especial centrados en el cliente.

https://redessociales.lovetoknow.com

- 2. Establecer un***horario regular de publicación***maximizar su potencial está genuinamente arraigado en un deseo de participar en la comunidad. para la exposición y para dejar claro que la presencia de su empresa

- 3. Establecer una estrategia ganadora,***incorporando los importantes consejos de planificación estratégica***en sus propios esfuerzos de marketing en redes sociales contribuirá en gran medida a asegurarse de que su empresa esté utilizando las redes sociales de una manera adecuada que agregará valor a la imagen de su empresa.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Las etapas de la planificación estratégica de la Red Social

ESTABLECER METAS:
Objetivo de comunicación 1
Objetivo de comunicación 2
Objetivo de comunicación 3
Objetivo de comunicación 4

ELEGIR EL SITIO DE MEDIOS SOCIALES:
LinkedIn
Facebook
Instagram
Pinterest
Youtube
Otros

ESTABLECIMIENTO DE ACCIONES TÁCTICAS DE GESTIÓN DE REDES:
Tipo de creación de contenido.
Reserva de publicaciones
Horario de publicación
Interacción esperada del usuario
Persona responsable

https://redessociales.lovetoknow.com/

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Requisitos para la planificación estratégica de Redes Sociales

- Teniendo en cuenta cómo los consumidores utilizan los sitios de redes sociales.
- Reconocer y comprender plenamente las diferencias entre la comunicación en el espacio social y las técnicas de marketing tradicionales.
- Selección de sitios apropiados para conectarse con clientes potenciales.
- Establecer - y seguir - un horario adecuado para dialogar en el espacio social.

https://redessociales.lovetoknow.com/

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Transacciones basadas en el mercado

- Importante para las empresas que tienen un bajo énfasis en la creación de valor conjunto y dan gran importancia a mantener su propia autonomía.
- La red de relaciones es posible para que las empresas realicen transacciones repetidas en el tiempo con los mismos compradores y proveedores, estas relaciones se llevan a cabo en un modo transaccional con un alto énfasis en***competitividad de precios.***

Campbell, AJ, Wilson, DT

https://pequeñasempresas
.co.uk/

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Redes creadoras de valor

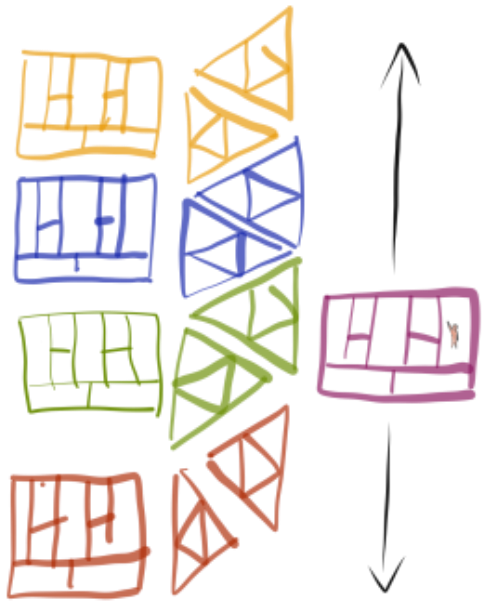
- VCN describe la cooperación intencionada entre firmas independientes a lo largo***una cadena de valor agregado***para crear una ventaja estratégica para todo el grupo.
- Las empresas con esta orientación reconocen el potencial de sinergia en el desarrollo de capacidades que refuerzan en lugar de minimizar su dependencia de empresas externas.
- El concepto clave que impulsa las redes de creación de valor es la***entrega de valor superior al cliente***. Las formas tradicionales de agregar valor mediante la integración o presionar a los proveedores para obtener concesiones no son tan efectivas como antes, lo que está impulsando a las empresas a avanzar hacia relaciones a largo plazo con los proveedores.

Campbell, AJ, Wilson, DT

https://generaciondecadenasdevalor.com

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Redes creadoras de valor



- La esencia de la rentabilidad sostenible y la ventaja competitiva defendible para cualquier actividad económica dada es que se puede realizar en***una forma unica***.
- Las redes de creación de valor surgieron de las primeras relaciones y***desarrollado lentamente***como la empresa clave construyó relaciones con otras empresas en la cadena de suministro.
- Las redes creadoras de valor son por su***propia naturaleza, relaciones administradas***.
- La gestión de la red es***una actividad estratégica***mediante el cual la empresa clave comienza a gestionar activamente la red y desarrolla una estrategia de red de creación de valor.

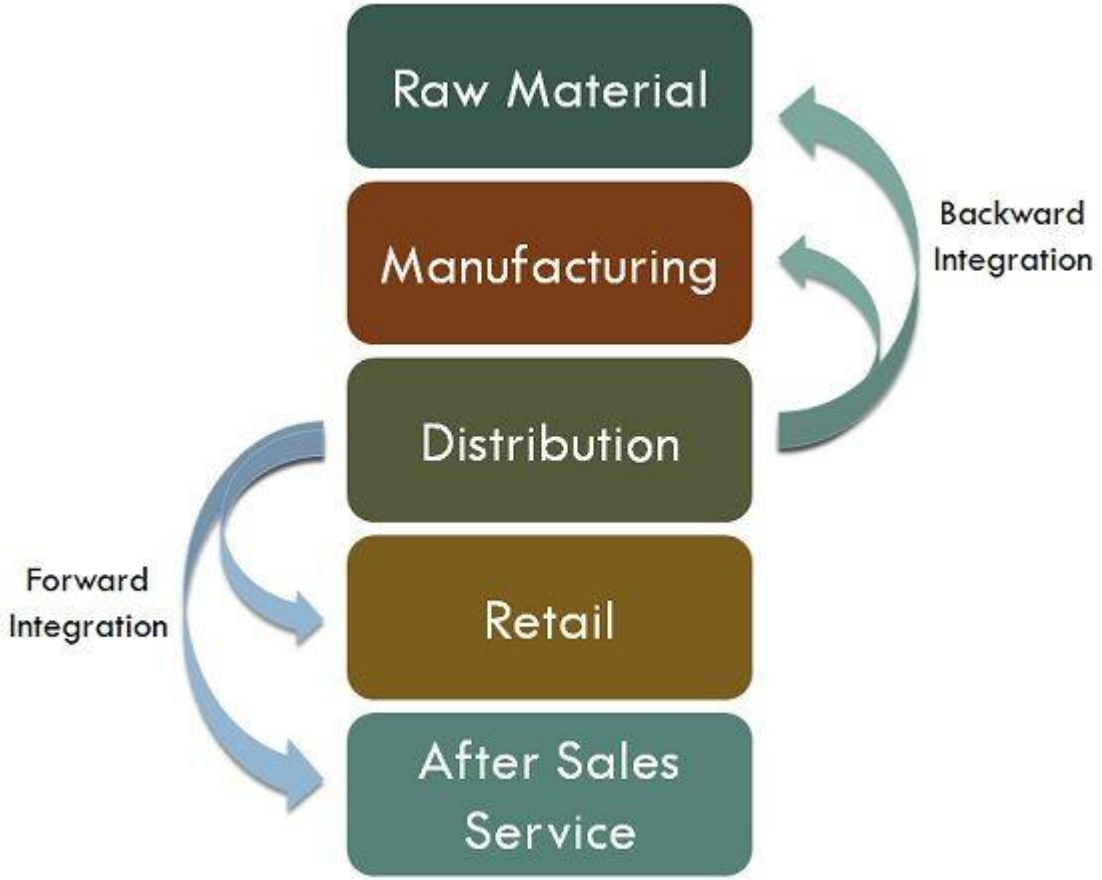
Campbell, AJ, Wilson, DT

https://generaciondecadenasdevalor.com

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Integración vertical

- Las empresas dependen del mecanismo del mercado para regular sus relaciones que reconocen el potencial para la creación conjunta de valor, pero otorgan una importancia considerable a la preservación de la independencia de su propia empresa, es probable que se integren verticalmente para mantener el control del proceso de creación de valor.
- La integración vertical representa un enfoque tradicional para capturar valor mediante la adquisición de mayor control y margen dentro de la cadena de valor.



Campbell, AJ, Wilson, DT

https://jergaempresarial.com/

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Visión general de la parte práctica

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Lo que vamos a lograr hoy

- Todos los negocios pueden existir y evolucionar como resultado de varias relaciones.
- Conocer a las personas adecuadas y establecer las conexiones adecuadas puede ser la diferencia entre un negocio próspero y uno fallido.
- La tarea de la parte práctica de esta sesión incluye establecer un plan paso a paso de la estrategia de red completa de negocios sostenibles, incluido el desarrollo de estrategias de redes fuera de línea y redes sociales.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ
ΙΚΥ
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Actividad- 1. Mapa Estratégico de tu Networking Empresarial

- La actividad lo invitará a dibujar un mapa de toda la estrategia empresarial de creación de redes, considerando varios factores influyentes como los propósitos y objetivos de la creación de redes, el tipo y la estructura de la red, las decisiones de membresía, el estilo de gobierno, el establecimiento de un cronograma, etc.

- Su objetivo será enmarcar un plan completo de implementación que consiste en la revisión de los socios que ya tiene hoy y hacer una lista ampliada de posibles socios.

- Se utilizará una técnica de mapeo mental para obtener una vista visualizada de toda su red comercial.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Actividad- 2. Estrategia de red off-line

- Los propósitos comerciales de tener proveedores, intermediarios y socios comerciales confiables se basan en la construcción y el desarrollo de relaciones cuidadosamente seleccionadas que utilizan contactos fuera de línea.
- Esta actividad está diseñada para crear una red de creación de valor de sus contactos comerciales fuera de línea.
- Durante la sesión, hará una lista de socios comerciales cuidadosamente seleccionados, que son cruciales para su negocio y con quienes deben desarrollar la red fuera de línea.
- Mapearás unas acciones tácticas elaborando las cartas de cada uno de sus socios solicitados para mantener conexiones offline.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ
ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Actividad- 3. Estrategia de redes sociales

- Las redes sociales se han vuelto fundamentales para desarrollar la comercialización de cualquier producto y marca comercial.
- La actividad está diseñada para desarrollar un plan estratégico para construir relaciones con los clientes y las comunidades objetivo.
- Todo el plan de redes sociales se desarrollará y presentará siguiendo las etapas de elaboración del plan estratégico de redes sociales.
- El mapa estratégico debe brindar una visión completa de las conexiones valiosas para alcanzar los objetivos comerciales inteligentes.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ
ΙΚΥ
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Lista de recursos

- Hakansson, H., Snehota, I. Desarrollo de relaciones en redes comerciales., Routledge, 1995.https://www.researchgate.net/publication/245908465_Developing_Relationships_in_Business_Network
- Hakansson, H., Ford, D. ¿Cómo deben interactuar las empresas en las redes comerciales? Journal of Business research, Vol.55, número 2, Ferb.2002.https: //doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00148-X.
- Wolff, HG, Moser, K. Desarrollo y validación de la escala de redes.
- Halinen, A., Tornroos,JA, Elo, M. Análisis de procesos de red: un enfoque basado en eventos para estudiar la dinámica de redes comerciales. Dirección de marketing industrial, vol. 42, número 8, noviembre de 2013.https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0019850113000692
- Campbell, AJ, Wilson, DT Redes administradas: creación de ventajas estratégicas. Informe ISBM 224995. Instituto para el Estudio de los Mercados Empresariales La Universidad Estatal de Pensilvania:http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.196.9373&rep=rep1&type=pdf
- DiMicco, J., Millen, DR, Geyer, W., et. Motivaciones para las redes sociales en el trabajo.Actas de la conferencia ACM de 2008 sobre trabajo cooperativo asistido por computadora, noviembre de 2008; https://doi.org/10.1145/1460563.1460674
- https://www.forbes.com/sites/robertglazer/2019/09/10/los negocios-son-construidos-mediante-la-red-aquí-a-blueprint-that-has-worked/
- Song, Y. De las Redes Sociales Offline a las Redes Sociales Online: Cambios en el Emprendimiento. Informática Económica, vol. 19, 2015.https://pdfs.semanticscholar.org/e158/1af81668d4aa01df4bdd4de0ed83e44207f6.pdf)
- https://socialnetworking.lovetoknow.com/Social_Network_Strategic_Planning
- https://startupnation.com/grow-your-business/offline-networking-essential-entrepreneurs

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union