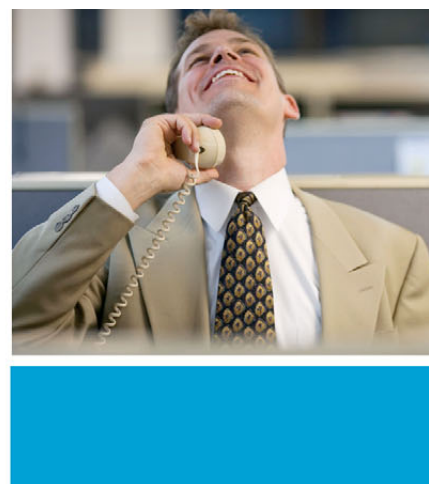
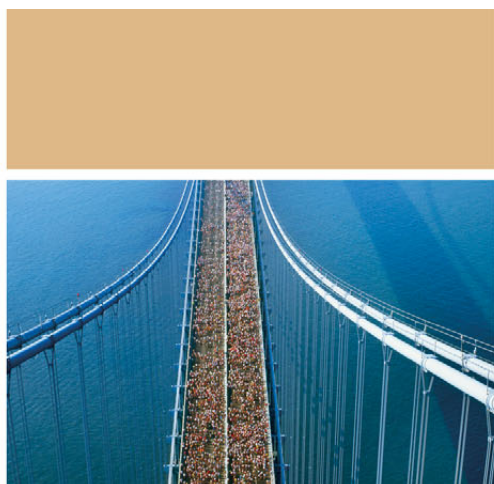
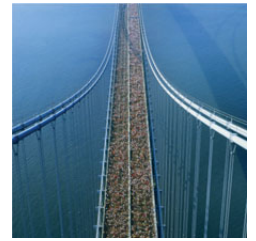


A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional



A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional



Sem o acesso às informações de histórico, a capacidade das organizações atuais de tomar decisões informadas e adequadas seria muito limitada, até mesmo em relação aos aspectos mais básicos de seus negócios. Entretanto, os desafios enfrentados ao se tentar reunir, codificar e distribuir esse conhecimento podem ser assustadores. A resposta, para muitas organizações e seus CIOs, é a Web 2.0 adaptada para os negócios – um rico ambiente de redes sociais que proporciona ferramentas de colaboração seguras e integradas, que permitem aos funcionários aproveitar o conhecimento total de toda a empresa.

Jim, um representante de vendas, está atualizando o aplicativo de gerenciamento de relacionamento com o cliente (CRM) da empresa com os resultados positivos de uma reunião recente. O cliente quer agilidade e espera receber uma proposta na mesma semana. Enquanto Jim conclui a atualização, algo inesperado acontece. Aparece uma janela em sua tela, mostrando uma lista de pessoas da empresa que têm experiência com clientes do mesmo setor ou que precisam de produtos e serviços similares. Ao mover o mouse sobre o nome de um colega específico, Barb, ele vê uma lista de propostas já criadas parecidas à que ele precisa criar, além de documentos que descrevem planos bem-sucedidos e registros de Barb sobre estratégias e serviços que deram certo para clientes similares. Jim clica na foto de Barb para fazer uma ligação ou, caso ela esteja on-line, enviar-lhe uma mensagem instantânea.

Propiciar inovação

Segundo CEOs do mundo todo, inovação é um componente essencial para as empresas adaptáveis atuais. Um estudo recente da IBM sobre CEOs revelou que inovação, juntamente com integração global e um modelo de negócios versátil, estão entre as características principais da Empresa do Futuro.¹ Em relação à maneira pela qual essas inovações ocorrerão – os CEOs colocam a colaboração e a utilização de ferramentas Web 2.0 no topo da lista.²

As quatro chaves para o sucesso

A IBM descobriu quatro chaves para uma iniciativa de Web 2.0 bem-sucedida e sustentável para o crescimento dos negócios.

1. Colocar os negócios em primeiro lugar

Para serem valiosas para as pessoas que vão utilizá-las, as ferramentas Web 2.0 de uma organização precisam trabalhar de acordo com os usuários, em situações que eles provavelmente vão vivenciar.

2. Integrar as ferramentas

A estratégia de integrar as ferramentas Web 2.0 aos aplicativos e processos existentes soluciona dois desafios importantes enfrentados pelas iniciativas de redes sociais de muitas organizações: resistência à utilização e a percepção de benefícios mensuráveis.

3. Foco nas funções

As ferramentas baseadas em funções podem quebrar as tradicionais barreiras organizacionais de departamentos, localização geográfica e procedimentos, permitindo aos usuários acesso livre a fontes de conhecimento e informações que, de outra forma, não seriam descobertas com a mesma agilidade, ou talvez nem chegassem a ser descobertas.

4. Promover uma cultura colaborativa

A fim de motivar os empregados a adotar as redes sociais, comportamentos importantes, como, por exemplo, compartilhamento de conhecimento e reutilização dos ativos corporativos existentes, devem ser incentivados pela organização.

O resultado: uma empresa mais adaptável

De acordo com o Estudo Global de Capital Humano 2008 da IBM, as características a seguir se aplicam às empresas que são “altamente capazes de se adaptar às mudanças nas condições de negócios”:

- Capacidade de prever futuras necessidades de capacitação
- Eficácia na localização de especialistas
- Eficácia na colaboração.³

Como já foi ilustrado, uma implementação de Web 2.0 ponderada e orientada aos negócios pode ajudar muito as organizações a incorporar essas características de adaptabilidade. Outros benefícios potenciais incluem a diminuição dos tempos de comercialização, facilitação das mudanças e melhora da eficiência operacional.

O ROI da Web 2.0

Com base em sua ampla experiência, tanto interna quanto na implementação de estratégias de Web 2.0 para clientes, a IBM descobriu que existem quatro dimensões no ROI da Web 2.0:

- Mais crescimento por meio de inovações
- Mais agilidade na execução das tarefas
- Mais eficiência
- Mais poder dos recursos principais.

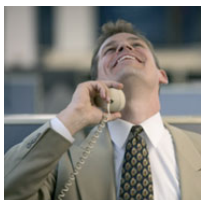
Utilizando esses componentes como estrutura básica, a IBM criou um modelo exclusivo de ROI para a colaboração, demonstrando os benefícios da Web 2.0 resultantes das interações das funções na organização.

Para obter mais informações

Para obter uma cópia do artigo completo A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional, ou para saber mais sobre Web 2.0, sobre a iniciativa Web 2.0 entrando em operação da IBM ou sobre os produtos e serviços da IBM para redes sociais, entre em contato com o seu representante de marketing da IBM ou Parceiro de Negócios IBM, ou acesse o site: ibm.com/cio/empower

Além disso, o IBM Global Financing (Financiamento Global da IBM) pode criar soluções de financiamento para suas necessidades específicas de TI. Para obter mais informações sobre excelentes taxas, planos flexíveis de pagamento e empréstimos, e recompra e eliminação de ativos, acesse: ibm.com/financing

A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional



Conteúdo

- 4 Introdução
- 5 Aproveitar o potencial das pessoas
- 6 Alcançar os objetivos dos CEOs
- 6 A resposta está nas pessoas
- 8 As quatro chaves para o sucesso da implementação
- 11 O resultado: uma empresa mais adaptável
- 12 O ROI da Web 2.0
- 14 Como a IBM pode ajudar
- 15 Para obter mais informações

Introdução

Ao meio-dia de uma terça-feira, Jim, um representante de vendas da Califórnia, está atualizando o aplicativo de gerenciamento de relacionamento com o cliente (CRM) da empresa com os resultados positivos de uma reunião recente com um novo cliente. O cliente quer agilidade e espera receber uma proposta na mesma semana para vários produtos e serviços.

Enquanto Jim conclui a atualização, algo inesperado acontece. Aparece uma janela em sua tela, mostrando uma lista de pessoas da sua empresa – algumas ele conhece, outras não. A janela indica que essas pessoas têm experiência e relacionamentos contínuos com clientes do mesmo setor, que precisam de produtos e serviços similares, como o novo cliente de Jim.

Ao mover o mouse sobre o nome de um colega específico, Barb, ele vê uma lista de propostas já criadas parecidas à que ele precisa criar, além de documentos que descrevem planos bem-sucedidos e registros de Barb sobre estratégias e serviços que deram certo para clientes similares. Jim clica na foto de Barb para fazer uma ligação ou, caso ela esteja on-line, enviar-lhe uma mensagem instantânea. Se não conhecer Barb e quiser se apresentar, Jim pode clicar em um ícone especial para exibir os membros de sua rede pessoal e seus relacionamentos com Barb.

Esse cenário é real. O que o torna realmente incrível é a pequena quantidade de esforços necessária. Como os vínculos essenciais com as pessoas, suas capacidades, suas anotações e seus relacionamentos estão *integrados* no aplicativo com o qual Jim está trabalhando, ele não precisa nem mesmo clicar para obter todas as informações necessárias – que já estão prontas para serem utilizadas e torná-lo bem-sucedido.

A Web 2.0 – adaptada para os negócios – pode representar uma ótima solução para redes sociais, tornando fácil para as organizações inovar e vencer.

Aproveitar o potencial das pessoas

Sem o acesso às informações de histórico, a capacidade das organizações atuais de tomar decisões informadas e adequadas seria muito limitada, até mesmo em relação aos aspectos mais básicos de seus negócios. Como esse conhecimento do histórico pode estar em vários lugares, com várias pessoas, tanto por escrito quanto em forma de experiências, os desafios enfrentados ao se tentar reunir, codificar e distribuir esse conhecimento podem ser assustadores.

As organizações precisam de um mecanismo social colaborativo para identificar e conectar os funcionários, parceiros e clientes – para que a experiência e o conhecimento da empresa possam ser utilizados da maneira mais eficaz possível. O mecanismo colaborativo deve ser capaz de adaptar-se com facilidade à maneira de trabalhar dos usuários individuais, estar acessível nas ferramentas diárias do usuário e explorar recursos tão variados quanto as listas globais de contas de clientes e a experiência em vendas de um determinado funcionário.

A resposta para muitas organizações e seus CIOs é a Web 2.0. Em particular, a Web 2.0 adaptada para os negócios – um rico ambiente de redes sociais que proporciona ferramentas de colaboração seguras e integradas, que permitem aos funcionários aproveitar o conhecimento total de toda a empresa.

A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional



Alcançar os objetivos dos CEOs

Segundo CEOs do mundo todo, inovação é um componente essencial para as empresas adaptáveis atuais. Na verdade, um estudo recente da IBM sobre CEOs revelou que inovação “além da imaginação do cliente,” juntamente com integração global e um modelo de negócios versátil, estão entre as características principais da Empresa do Futuro.⁴ Em relação à maneira pela qual essas inovações ocorrerão – os CEOs colocam a colaboração e a utilização de ferramentas Web 2.0 no topo da lista.⁵

Essa é uma boa notícia para os CIOs. Não há executivo do C-level em posição melhor para influenciar e facilitar os esforços de colaboração de sua organização. No escritório do CIO, existe uma combinação única de especialização, experiência e ferramentas tecnológicas extremamente adequada para promover os tipos de colaboração e interação que resultam em inovação e eficiências, que, por sua vez, podem criar uma vantagem competitiva sustentável para a empresa como um todo.

A resposta está nas pessoas

A maioria das organizações já possui os agentes principais para o seu sucesso: seu próprio pessoal. Os funcionários, os fornecedores e até mesmo os clientes da esfera de influência de uma organização estão prontos e dispostos a apoiar o crescimento e as inovações da organização. Em muitos casos, falta apenas a estrutura para que essas pessoas possam contribuir.

A Web 2.0 é essa estrutura. Com suas ferramentas e métodos de interação, colaboração e criação, as redes sociais ajudam a criar um ambiente que gera inovação e eficiência. As redes sociais podem ajudar a derrubar as barreiras departamentais ou geográficas, mudando a ênfase dos pontos focais tradicionais, como os processos de negócios, para uma área que tem sido deixada de lado – as interações e os relacionamentos entre as pessoas.

A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional



Essas interações e relacionamentos proporcionam uma oportunidade única para a obtenção de diferenciação e sucesso. Uma boa iniciativa de Web 2.0 aproveita essa oportunidade.

Entretanto, não se pode utilizar qualquer forma de Web 2.0. Como muitas organizações já estão descobrindo, implementações fora de contexto têm valor limitado para as corretoras, companhias aéreas, gabinetes de governo ou fabricantes. Para alcançar o potencial máximo, são necessárias iniciativas de Web 2.0 orientadas aos negócios. Essas iniciativas – conhecidas como redes sociais – criam e distribuem ferramentas estratégicas, seguras e reproduzíveis que proporcionam aos usuários acesso em tempo real a informações, aplicativos e pessoas relevantes e confiáveis, apresentadas com base na função, na experiência ou nas preferências do usuário. Quando o acesso às pessoas e informações corretas é agilizado e a sobrecarga de informações, reduzida, os usuários podem ser mais produtivos, mais criativos e mais inovadores.

Mais boas notícias para os CIOs: com exceção dos serviços genéricos baseados em Web, como, por exemplo, mecanismos de pesquisa e mensagens instantâneas, apenas um em cada quatro funcionários utiliza as ferramentas Web 2.0.⁶ Isso a torna uma enorme oportunidade para os CIOs que desejam ter um impacto positivo mensurável em sua empresa e em seus objetivos de negócios. Atualmente, a Web 2.0 também se destaca no radar dos CEOs e de outros executivos do C-level devido ao potencial da tecnologia em proporcionar uma combinação de inovação e eficiência que, de outra forma, seria difícil de alcançar

A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional



na economia global dinâmica atual. Esses executivos estão dispostos a investir em iniciativas Web 2.0, enquanto procuram cortar os custos em outros departamentos, e estão dispostos também a apoiar os esforços de expansão do uso da Web 2.0 em toda a organização.

Adicione a isso a popularidade inerente das ferramentas Web 2.0 com as pessoas que vão utilizá-las – evidenciada pelo crescimento meteórico de implementações como o YouTube – e a rápida expansão das ferramentas de redes sociais para a inclusão de itens como gerenciamento de conteúdo empresarial, mecanismos de identificação de conhecimento e análise de redes sociais, e não é difícil perceber por que as redes sociais podem representar uma verdadeira oportunidade de expansão para muitas organizações da atualidade.

As quatro chaves para o sucesso da implementação

Uma pesquisa recente publicada na *The McKinsey Quarterly* revelou que uma implementação ponderada e eficaz é essencial para o sucesso de uma iniciativa Web 2.0. As organizações com planos abrangentes para a utilização orientada a negócios das ferramentas Web 2.0 têm muito mais chances de ficarem satisfeitas com essas ferramentas, e continuar a usá-las, que aquelas que seguem esse caminho sem planejamento.⁷

Com base em sua ampla experiência com ferramentas, planejamento e estratégias para Web 2.0, tanto internamente quanto para seus clientes, a IBM descobriu que existem quatro chaves para a realização de uma iniciativa de redes sociais bem-sucedida e sustentável para o crescimento dos negócios.

1. Colocar os negócios em primeiro lugar

A seleção e a adaptação das ferramentas Web 2.0 durante a implementação em uma organização talvez seja a coisa mais importante que um CIO pode fazer para ajudar a garantir o sucesso da iniciativa.

A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional

Para alcançar todos os benefícios de uma implementação de Web 2.0, os CIOs devem trabalhar em conjunto com os representantes das principais linhas de negócios da organização.

Para serem valiosas para as pessoas que vão utilizá-las, as ferramentas Web 2.0 de uma organização precisam trabalhar de acordo com os usuários, em situações que eles provavelmente vão vivenciar. Por exemplo, os especialistas de recursos humanos que estivessem buscando preencher cargos disponíveis seriam extremamente beneficiados se o banco de dados de perfis internos da organização fosse carregado, pesquisado e exibido automaticamente toda vez que eles digitassem os parâmetros do cargo disponível em seu software usual. Dessa forma, a organização poderia localizar e utilizar os talentos internos, sem gastos adicionais proibitivos.

Para alcançar essa forte integração das ferramentas e situações, os CIOs frequentemente se juntam com os executivos das principais linhas de negócios para compreender as funções e os processos relacionados que mais poderiam se beneficiar com as redes sociais.

2. Integrar as ferramentas

Conforme sugerido acima, a integração das ferramentas Web 2.0 aos processos de trabalho e aplicativos do dia-a-dia de uma organização é outra chave para o sucesso. Voltando ao exemplo do início deste artigo, Jim não precisou pesquisar documentos ou pessoas, nem mesmo abrir uma janela de mensagem instantânea. Também não precisou executar outro aplicativo manualmente. Todas essas ações ocorreram automaticamente, dentro do contexto de suas ações e dos aplicativos que ele já estava usando.

A estratégia de integração das ferramentas Web 2.0 aos aplicativos e processos existentes soluciona dois desafios principais apresentados pelas iniciativas de redes sociais em muitas organizações: resistência à utilização e a percepção de benefícios mensuráveis.

Embora os funcionários talvez já utilizem ferramentas Web 2.0 como o Facebook no âmbito pessoal, muitos não conseguem compreender o potencial dessa tecnologia para os negócios. Essa tecnologia normalmente é vista como “algo que meus filhos fazem” ou como algo que vai demorar muito para se aprender. Integrando as ferramentas de redes sociais aos aplicativos e processos de

A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional



negócios do dia-a-dia, os CIOs podem permitir que os funcionários adotem as ferramentas Web 2.0 sem perceber. Voltando novamente ao exemplo do início deste artigo, Jim não precisou tomar a decisão de pesquisar RFPs ou perfis de pessoal. Isso já tinha sido feito para ele, tornando praticamente impossível não adotar as ferramentas e não se beneficiar com os resultados.

3. Foco nas funções

Até recentemente, a maioria das organizações era orientada a processos, concentrando seus esforços internos de melhoria na reengenharia dos processos de negócios para aumentar a eficiência e reduzir os custos.

Como os processos principais estão cada vez mais consolidados, os CEOs estão buscando novas abordagens que possam continuar a proporcionar inovação e eficiência.

A ênfase nas funções pode ser a nova abordagem que os CEOs estão procurando. As ferramentas baseadas em funções, por exemplo, podem quebrar as tradicionais barreiras organizacionais de departamentos, localização geográfica e procedimentos, permitindo aos usuários acesso livre a fontes de conhecimento e informações que, de outra forma, não seriam descobertas com a mesma agilidade, ou talvez nem chegassem a ser descobertas. As ferramentas baseadas em funções, como as redes sociais, fomentam as conexões e a inovação e, portanto, têm mais chances de obter apoio e investimentos da gerência – e mais potencial para proporcionar aos funcionários novas maneiras de realizar o trabalho com mais eficiência.

4. Promover uma cultura colaborativa

Se quiser que seus funcionários mudem sua maneira de interagir, a organização precisa incentivar esse novo comportamento. Por exemplo, se quiser que seus funcionários sejam “procurados” por suas informações e experiência em relação a um determinado cliente, processo ou documento – afastando-se dos processos e funções mais tradicionais – a organização precisa recompensar essas pessoas por isso.

A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional

Os benefícios potenciais de uma iniciativa de Web 2.0 incluem colaboração mais eficaz, redução do tempo de comercialização e melhora da eficiência operacional.

Trabalhando em conjunto com as linhas de negócios e recursos humanos, os CIOs podem usar análises de redes organizacionais e outras técnicas para identificar os funcionários que servem como “referência” para informações e conhecimento e adotam “cedo” as ferramentas de redes sociais. Um esforço de gerenciamento de mudanças pode então ser organizado para introduzir as novas ferramentas ao restante da organização e incentivar sua adoção.

Os comportamentos essenciais que devem ser incentivados incluem o compartilhamento de experiências e conhecimento, assim como a reutilização dos ativos corporativos existentes, como, por exemplo, modelos de propostas, apresentações a clientes e outros materiais de marketing e vendas. O incentivo a esses comportamentos pode ser realizado com relativa facilidade dentro de uma estrutura de redes sociais, pois as ferramentas em si – como indexação, mecanismos de pesquisa e sistemas de avaliação – oferecem um controle interno de uso.

O resultado: uma empresa mais adaptável

De acordo com o Estudo Global de Capital Humano 2008 da IBM, as características a seguir se aplicam às empresas que são “altamente capazes de se adaptar às mudanças nas condições de negócios”:

- Capacidade de prever futuras necessidades de capacitação
- Eficácia na localização de especialistas
- Eficácia na colaboração.⁸

Como ilustrado neste artigo, uma implementação de Web 2.0 ponderada e orientada aos negócios pode ajudar muito as organizações a incorporar essas características de adaptabilidade. Outros benefícios potenciais para toda a empresa incluem a diminuição dos tempos de comercialização, facilidade de mudanças bem-sucedidas por meio da disseminação automática de conhecimento, experiências e habilidades, e melhora da eficiência operacional que pode ser obtida com o aproveitamento máximo do capital humano da organização no contexto dos processos ou aplicativos de negócios.

A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional



Os benefícios para toda a empresa também podem se estender ao relacionamento da organização com seus clientes. Através de blogs externos e outros sites de conteúdo gerados pelos usuários, praticamente todas as empresas já estão sendo discutidas na Web. Implementações bem-sucedidas de redes sociais podem ajudar uma organização a aproveitar essas “discussões” na Web para fornecer uma fonte de informações externa e confiável sobre a empresa, seus produtos e seus serviços – aumentando assim as vendas e a confiança na marca, estabelecendo uma nova forma de interação com o cliente e criando um ponto sustentável de diferenciação competitiva.

Cada um dos funcionários também pode se beneficiar. A moral e as taxas de retenção podem aumentar na medida em que a jornada dos usuários se torna mais agradável e produtiva. O ritmo de aprendizado pode aumentar, pois os usuários facilmente encontram e trocam idéias com especialistas de toda a organização e de sua extensa cadeia de valores. É possível evitar os erros, combinar as tarefas duplicadas, melhorar a qualidade do trabalho e descobrir novas oportunidades de crescimento profissional.

O ROI da Web 2.0

Uma pesquisa recente publicada na *The McKinsey Quarterly* revelou que uma das maiores barreiras para a adoção da Web 2.0 pelas organizações é a incapacidade da gerência de compreender o potencial para retornos financeiros.⁹ Colocando isso de outra maneira, os CIOs vão precisar apresentar aos executivos de negócios uma situação comercial que coloque as redes sociais no contexto das metas e dos objetivos de negócios da organização e inclua uma discussão sobre retorno sobre o investimento (ROI).

A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional

Com base em sua ampla experiência, tanto interna quanto na implementação de estratégias de Web 2.0 para clientes, a IBM descobriu que existem quatro dimensões no ROI da Web 2.0:

Mais crescimento por meio de inovações	Significa	<ul style="list-style-type: none">• Resposta mais rápida para os problemas enfrentados pelos clientes• Mais eficácia nas comunicações intra e inter-empresariais• A “economia” natural de encontrar e valorizar idéias.
Mais agilidade na execução das tarefas	Significa	<ul style="list-style-type: none">• Localização da pessoa certa no contexto de um trabalho específico• Acesso mais rápido a melhores práticas no contexto de uma atividade específica• Capacidade de direcionar e compartilhar informações para a resolução de problemas.
Mais eficiência	Significa	<ul style="list-style-type: none">• Redução dos custos de recrutamento de conhecimento devido à disponibilidade dentro da empresa• Redução do retrabalho em projetos sobrepostos• Melhora da conformidade com a utilização de um conjunto integrado de ferramentas, em vez de aplicativos Web variados.
Mais poder dos recursos críticos	Significa	<ul style="list-style-type: none">• Melhor aproveitamento dos especialistas principais em toda a organização• Melhor retenção de funcionários mais jovens• Mais agilidade no desenvolvimento de recursos de alto desempenho.

A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional



Utilizando esses componentes como estrutura básica, a IBM criou um modelo exclusivo de ROI para a colaboração. Esse modelo demonstra os benefícios da Web 2.0 resultantes das interações das funções na organização – o equivalente voltado para colaborações do modelo de processo para ROI. Para obter mais eficiência, esses padrões de interação entre funções são visíveis, reproduzíveis e mensuráveis.

Como a IBM pode ajudar

O desenvolvimento de um plano de implementação de Web 2.0 ponderado, completo e seguro para os negócios não é uma tarefa fácil. Além do conhecimento tecnológico, os CIOs precisam considerar tudo, desde instrutores de Web 2.0 e implicações culturais de colaboração até uma situação de negócios detalhada, a fim de conseguirem a aprovação dos executivos. Para os CIOs dispostos, a IBM pode oferecer sua experiência significativa, assim como ativos especiais, como, por exemplo, um modelo de ROI mensurável.

A IBM foi a primeira a desenvolver e lançar uma plataforma orientada a negócios para computação com conexões sociais – o IBM Lotus® Connections - utilizando a experiência adquirida com a criação e a adaptação de ferramentas Web 2.0, primeiramente para os próprios funcionários da IBM e depois para clientes de vários setores, a última versão do Lotus Connections (2.0) foi considerada a melhor plataforma na Enterprise 2.0 Conference 2008.¹⁰ O IBM Lotus Atlas e o Quickr™ estão agora disponíveis para fornecer recursos de redes sociais mais amplos.

A Web 2.0 em operação: como os CIOs podem ajudar a gerar retornos para os negócios melhorando a eficácia organizacional

Para obter mais informações

Para saber mais sobre Web 2.0, sobre a iniciativa A Web 2.0 entrando em operação da IBM ou sobre os produtos e serviços da IBM para redes sociais, entre em contato com o seu representante de marketing da IBM ou Parceiro de Negócios IBM, ou acesse o site:

ibm.com/cio/empower

Além disso, o IBM Global Financing (Financiamento Global da IBM) pode criar soluções de financiamento para suas necessidades específicas de TI. Para obter mais informações sobre excelentes taxas, planos flexíveis de pagamento e empréstimos, e recompra e eliminação de ativos, acesse:

ibm.com/financing



© Copyright IBM Corporation 2009

IBM Corporation
New Orchard Road
Armonk, NY 10504
EUA

Produzido nos Estados Unidos da América
Janeiro de 2009
Todos os direitos reservados

IBM, o logotipo IBM, ibm.com, Lotus and Quickr são marcas comerciais ou registradas da International Business Machines Corporation nos Estados Unidos, em outros países ou em ambos. Se esses e outros termos de marcas comerciais da IBM estiverem marcados em sua primeira ocorrência nesta documentação com um símbolo de marca comercial (® ou ™), esses símbolos indicam marcas comerciais registradas nos EUA ou de direito comum de propriedade da IBM no momento em que esta documentação foi publicada. Essas marcas comerciais também podem ser marcas registradas ou de direito comum em outros países. Uma lista atual das marcas comerciais da IBM está disponível na Web em "Copyright and trademark information" (Informações sobre direitos autorais e marcas comerciais) em ibm.com/legal/copytrade.shtml

Outros nomes de produtos, empresas ou serviços podem ser marcas comerciais ou de serviço de terceiros.

^{1, 2, 4, 5} Estudo Global de CEOs 2008 da IBM, www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/ceostudy2008.html.

^{3, 8} Estudo Global de Capital Humano 2008 da IBM, www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/2008ghcs.html.

^{6, 7, 9} *Building the Web 2.0 Enterprise: McKinsey Global Survey Results*, The McKinsey Quarterly, Julho de 2008.

¹⁰ "A IBM foi claramente a vencedora unânime." Recapitulação da Enterprise 2.0 Boston Conference, www-01.ibm.com/software/lotus/events/enterprise20/.

