

ELKARTEAK

Enpresa batek aliantzak sor ditzake beste enpresa batzuekin hainbat arrazoi direla medio: negozio-eredua optimizatzeko, arriskuak murrizteko eta baliabideak eskuratzeko, hain zuzen ere.

Aliantza mota bakoitza, ondo bereizitako estrategien emaitza da

Lau elkarte mota bereiz ditzakegu:

Elkarrekiko lehiakide ez diren enpresen arteko aliantza estrategikoak Aliantza mota hauetan parte hartzen duten enpresen negozio-ereduak ez dira lehiakide merkatu-segmentu edo baliabideei dagokienez, eta elkarrekin lanean aritzea bientzako izan daiteke onuragarri. Horren erakusle da Pizza Hut eta Pepsi konpainiek egindako akordioa, freskagarri hori pizzeriatan zerbitzatzeko.

Lehiakideen arteko aliantza estrategikoak Merkatu-segmentu bera erakartzeko lehiatzen diren enpresen arteko aliantzak dira. Gazteleraz, "Coopetencia" izena ere jarri diete, ("Cooperación + Competencia" hitzak elkartuz). Oso ohikoa da ibilgailuen sektorean. Renault, adibidez, AMC ibilgailuen fabrikatzaile estatubatuarrarekin elkartu zen: Renaultek kapital injekzioa eta aurreko trakzioari buruzko ezagutzak eman zizkion, eta trukean, berriz, AEB-ko merkatuan sartzea lortu zuen.

Negozio berriak sortzeko enpresen arteko elkarteak, edo Joint Venture izenekoak Negozio baten garapenean bi enpresek baino gehiagok esku hartzen dutenean gertatzen da. Batzuetan, enpresa berri bat sortzen dute, baina bestetan, soilik lanak eta aktiboak elkarrekin kudeatzeko elkartzen dira. Horren eredu da BMG diskografiaren eta Sony konpainiaren artean sortutako joint venturea.

CLINNIN WORLD