

# Ciclo +DIGITAL

Un recorrido a la transformación digital de tu empresa

## ¿Qué es la transformación digital?



Es un efecto. Es pasar de una gestión totalmente analógica a empezar a implementar herramientas y plataformas digitales. Hoy las personas están en las pantallas y exigen que las experiencias sean lo más sencillas posibles. Por ello, van a privilegiar a las empresas que se adapten a esto, a las plataformas digitales.

## ¿Qué es el mindset digital?



Es un conjunto de actitudes y comportamientos que permiten a las personas y organizaciones prever posibilidades de incorporar y extraer valor de la tecnología en el trabajo.

## ¿Cuáles son sus competencias claves?

**Cambio, agilidad, innovación, flexibilidad, resiliencia.**

### ¿Qué es innovar?

Es realizar algo diferente que tenga impacto. Nuevo no necesariamente es innovador. Tiene que sumar valor y tener un impacto positivo.

### ¿Qué es y para que me sirve el Design thinking?

Es una metodología ágil de trabajo centrada en las personas para crear soluciones diferentes que sean aplicables al contexto. Tiene ciclos cortos de aprendizajes y pone foco en las necesidades de las personas.

### Tiene 3 etapas:

- ✓ Investigación (empatizar y analizar)
- ✓ Creación (idear)
- ✓ Solución (prototipar y validar)

Cada etapa tiene divergencias y convergencias.

## ¿Qué lugar tienen los clientes en este proceso?



Hay que poner al cliente en el centro del negocio ya que él va a elegir a quien le va a consumir y hay que adaptarse a esta realidad. Hay que poner a lo digital en el corazón de la empresa. La tecnología hoy tiene que ser el core del negocio.

## ¿Qué es la omnicanalidad?



Es una forma nueva de cosas del pasado. Estamos hablando de CRM (Customer relationship management) y de cultura empresarial. Tienen que estar presentes ambas variables para hablar de omnicanalidad. La omnicanalidad es cuidar en todos los puntos de contacto el trato que se le da al cliente.



### ¿La omnicanalidad sirve para vender más?

No, es un mito. La clave de la omnicanalidad es que, si uno cuida la experiencia de cliente, la fidelización del cliente, la venta va a venir sola, se hace orgánica. Hay que tener una sólida cultura cliente céntrica.

### ¿La omnicanalidad es igual a estrategia digital?

No, es mucho más. El consumidor debe poder elegir entre el canal físico y el online.

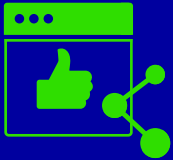
## ¿Cuál es el camino de la digitalización en las empresas?



El camino a la digitalización consta de 4 pasos:

- ✓ **Paso #1:** descubrir a mis futuros clientes.
- ✓ **Paso #2:** Definir mi oferta del futuro.
- ✓ **Paso #3:** Definir mi ecosistema de alianzas de futuro.
- ✓ **Paso #4:** Diseñar los pasos para la digitalización: elegir las bases, herramientas, plataformas de CRM, plataformas de contacto remoto y pensar la estrategia de comunicación preferida en redes, de acuerdo al negocio futuro.

## ¿Para qué puedo utilizar herramientas digitales?



Hay herramientas para gestionar proyectos, tiempo, comunicación interna, redes sociales, publicidad, reputación, etc.

## ¿Cómo pienso el desarrollo de comunicación?

Hay que analizar la diferenciación (¿qué es lo que todos están ofreciendo?), la propuesta de valor (concisa, centrada en el cliente) y el posicionamiento deseado (¿cómo quiero que me perciban?).

### ¿Cuáles son los activos digitales que hay que tener en cuenta?



Sitio web, redes sociales, buscadores, pauta online, market places, blogging, email marketing. **Lo más importante es el sitio web. Es el centro de toda la estrategia.** Todo el resto son espacios alquilados (que cambian todo el tiempo, cambian los algoritmos).

En los activos digitales hay que mostrar lo que realmente es el negocio. **¿Cómo?** Con contenido. Video de los fundadores, del equipo, productos, valores, garantías, etc.

Algunos tips:

- ✓ No crees contenido extraordinario, documentá lo que ya estás haciendo. Hay que ser auténticos, agregar valor y crear relaciones. Crear contenido a diario, para nutrir relaciones, que generarán oportunidades de negocio.
- ✓ Planificá la identidad de la marca y armá una logística para redes sociales con un contenido pilar que puedas ir adaptándolo según las características de cada activo digital.



**La mejor manera de predecir el futuro es creándolo.**

*(Federico Fernández Olivero)*

