

TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS RETO PARA VIVIR O MORIR



MSC/ABOG: ALICIA T. PAZ

Septiembre 01/09/2020

Los actuales momentos de crisis, donde toda la economía sufre el colapso con motivo de la cuarentena aplicada a todos los segmentos con motivo del Covid-19, está demandando una reestructuración tanto en la industria, como el comercio, aunado a ello está obligando a las empresas a evolucionar hacia la Transformación Digital para su subsistencia, caso contrario su muerte

está más que anunciada, reconocemos que de por si algunas empresas han comenzado a absorber una cultura digital para ganar productividad y subsistir ante un nuevo cambio social globalizado.

Según una encuesta de Fortune, desde el año 2000 hasta hoy, el 50% de las 500 empresas más grandes del mundo han desaparecido, estos datos revelan la gran dificultad que tienen las empresas no solo para ingresar al mercado, sino principalmente para seguir siendo competitivas en él. No obstante, hoy tenemos dos escenarios principales: Por un lado, nuevas empresas representadas por la innovación y la agilidad, pero a menudo restringidas por el acceso al mercado; Por otro parte, las organizaciones tradicionales, representadas por la fuerza de la marca y el mercado, pero ambientadas en un marco de inercia y resistencia al cambio.

En ese contexto diremos que la oportunidad de los negocios no está en un modelo u otro, sino en ¿Cómo crear la conexión entre estos dos mundos? Esta es una de las grandes misiones que se necesita emprender, uno de los grandes retos que afrontan los negocios que desean ingresar y continuar en esta nueva estructura de cambio social, es pensar globalmente, considerando que las soluciones de las empresas siempre deben apuntar a una presencia global, no solo local. En medio de todos estos pensamientos de subsistencia, para la sostenibilidad de los negocios surge un nuevo término conocido como Transformación Digital, vista como la nueva metodología para la reinención y aprovechamiento al máximo de las oportunidades del entorno digital.

¿Pero qué es la Transformación Digital, Como adaptarla a las empresas?

La Transformación Digital, es un proceso donde las empresas utilizan la tecnología para mejorar su desempeño, ampliar su alcance y optimizar los resultados, y generar un cambio de mentalidad en toda la empresa, tanto internamente, como externamente, para los clientes.

Con mucha frecuencia observamos errores en la adopción de este nuevo método; Uno es creer que la transformación digital consiste en tener un sitio web, una página de Facebook, almacenar archivos en la nube, tener una cuenta corporativa de correo electrónico, Te diré que no es eso, si bien es cierto ese conjunto de herramientas son parte del proceso, ¿la Transformación Digital es eso y algo más? Significa reestructurar los procesos de tu empresa, absorbiendo una cultura digital para ganar productividad, para lograrlo es necesario realizar cambios estructurales en la empresa, colocando la tecnología como elemento central de tu negocio.

La transformación digital trata de un cambio radical, que puede llevar tiempo e incluir inversiones ligeramente, sin embargo esto no quiere decir que solo las grandes empresas con presupuestos millonarios puedan implementarlo, por el contrario, los pequeños negocios pueden iniciar su inserción rediseñando los procesos digitales, conociendo las mejores alternativas en cada uno de estos niveles y los beneficios que aportan al resultado final, deben implantar nuevas habilidades, que permiten crear ventajas competitivas a través de las nuevas experiencias del cliente, la toma de decisiones basadas en datos y de nuevas capacidades para la innovación.

Es interesante subrayar que la Transformación Digital, ayuda a centrarse en la experiencia del cliente, lo cual es un gran diferenciador para las empresas, deben segmentar mejor su nicho, acercándose a su público de una manera personalizada y más satisfactoria para retener a estas personas, para ello deben hacer ofertas bien dirigidas, es necesario conocer qué comenta la gente sobre tu empresa, esto se hace monitoreando las diversas redes sociales de forma constante y quienes te siguen, analizando los comentarios para la aplicación de las mejoras.

Un aspecto muy importante que debes cuidar es la imagen de tu empresa, pues un comentario negativo difundido en las redes sociales puede llevar a perjudicar tu imagen, por ello la estrategia de comunicación debe estar enfocada al objetivo que se pretende lograr con ella.

La Transformación Digital, conlleva a cambiar los procesos fuera de línea a procesos digitales, ejemplo:

En lugar de programar reuniones constantes, debes capacitar a los empleados generando las competencias necesarias en el desarrollo de habilidades para el uso de nuevas herramientas, que son las que hacen que todo el proceso sea más rápido y eficiente, deben centrarse en la experiencia del cliente, ya que es el gran diferenciador para las empresas.

La Transformación Digital no se trata solo de software, por el contrario, es necesario desarrollar una planeación estratégica donde la inversión en la capacitación y programas estén enfocadas a desarrollar talentos humanos competitivos, para mejorar la productividad, hacer integraciones, entregar más éxito a los clientes, entre muchos otros.

Para que una empresa se inserte en este contexto, es necesario que el cambio se inicie de adentro hacia afuera, no es suficiente aplicar unos pocos conceptos simples, como estar en las redes sociales, tener un blog, comenzar a invertir en procesos de automatización, etc. En este proceso de cambio, todo el equipo directivo debe comprender el momento, estar capacitado, consciente del cambio y procesos para identificar en qué puntos es posible evolucionar, todos los procesos internos de producción deben enfocarse al cambio, para establecer la relación entre el cliente y la empresa sea digitalizada.

Bajo este contexto, las subsiguientes fases deben ser lideradas a crear innumerables acciones, tales como: Centrarse en las estrategias de recopilación de información, transformando datos aleatorios en inteligencia de mercado (Analytics), proceso que puedes emprender utilizando las redes sociales a través de encuestas regionalizadas, segmentadas y completas, capaz de revelar lo que hace feliz al cliente y, de la misma manera, lo que lo hace sentirse insatisfecho, consecuentemente debe iniciarse en promover la marca y fortalecer los lazos con un público cada vez más leal, impulsar la creación de comunidades en las redes sociales etc.

Una vez que se ha implantado la relación interactiva con tu cliente y conoces sus necesidades, expectativas, es importante actuar con el proceso de ventas, debes enfocar al cliente al uso de las herramientas de comunicación y la presentación del producto o servicios, recuerda todas estas características deben promover cambios positivos en la experiencia directa del cliente con la empresa., aquí el objetivo principal de la digitalización en la experiencia del cliente es, facilitar la comunicación y hacer que el proceso de venta sea más agradable. La digitalización de los procesos es el comienzo de un cambio interno, en la práctica, esto significa darle un espacio al redireccionar su estrategia, enfocando la gestión hacia la formación de competencias del talento humano.

El último paso del proceso es, crear el modelo de negocio, o rediseñarlo cuando no es necesario reemplazarlo, en algunos procesos se trata de crear un

formato digital de ese mismo negocio y expandir las posibilidades de actuar para una plataforma online y ganar más público, en otros casos crear los catálogos digitales y complementar los originales, con esto se ofrece a los clientes productos complementarios que optimizan su compra. Ejemplo: si eres vendedor de alimentos preparados, ofrece la receta e insumos de mise en place 'MEP' para la producción del mismo etc.

Extender las operaciones al territorio virtual y ofrecer opciones con nuevas experiencias emocionales, son dos formas de transformar el modelo de negocio, haciéndolo compatible con los formatos organizacionales contemporáneos. Advertimos que el rediseño de los procesos digitales en las empresas, a veces implica el reemplazo de prácticas, o la inclusión de acciones y herramientas que antes no existían.

4 Pilares para la Transformación Digital

1.- Afrontar el cambio cultural de forma consciente, planificada, entendiendo los obstáculos en la resistencia al cambio, sobre todo del personal, quienes han estado en el negocio desde que inicio, para ello se recomienda anticiparse y proponer caminos de acción posibles, como la capacitación y el acompañamiento o coaching, que son piezas fundamentales en el proceso.

Las PYME no pueden darse el lujo de no transformarse, es claro que de no hacerlo podría significar el fin de su existencia, y tu competencia podría ser quien te gane si logran transformarse antes tú, Sabemos que a la gente le cuesta romper la rutina, aprender cosas nuevas y adaptarse. "Involucrar a tu equipo desde el primer día en que inicias el proceso te garantizará que la adaptación al nuevo entorno digital será exitosa, eso es fundamental.

2.- Analiza tu Target, Cliente y Experiencia

Es importante reconocer que no todos los clientes hacen lo mismo al comprar, ni llegan desde el mismo lugar, lo que sí es seguro, es que todos necesitan encontrar lo que están buscando, eso podría obligarles a acceder a tu plataforma cuando lo necesiten, a los clientes no les gusta estar a la espera en el teléfono. Esa es la razón de crear un enfoque multicanal, para diversificar la estrategia de ventas de forma automatizada, (online, off line, etc.) con mayor potencial de cierre para ofrecer una experiencia optimizada al cliente. Es crucial concentrarse en las opciones que tengan más sentido para tu negocio, productos, público y marca. Todo debe formar parte del proceso de marketing y ventas.

3.- Innovación Tecnológica

El objetivo es integrar la experiencia del cliente entre los distintos canales de modo que la empresa tenga comunicación unificada, una visión única del cliente y permita que el cliente transite entre los distintos canales de manera transparente, confiable, segura y

muy cómoda.

El primer paso es unificar todos tus esfuerzos en una plataforma de administración de clientes conocida como CRM, en inglés. Solo de esta forma tu negocio ganará visibilidad.

Una empresa digital debe tener la innovación como un estado mental permanente, es decir, pensar en mejorar las cosas de una manera más eficiente, rápida con ayuda de la tecnología, por ello su proceso demanda que los altos directivos deben estar convencidos e involucrarse en el proceso; se recomienda nombrar un líder que motive al equipo; tener un simulador de procesos digitales y formar habilidades digitales a todo el personal, desde la recepción hasta la dirección general.

En este sentido, las empresas ágiles que logran el cambio serán las amenazas para la supervivencia de las empresas tradicionales, generando equipos de alto rendimiento con los mejores talentos y herramientas adecuadas en el contexto que necesitan para lograrlo.

contacto@conjuri.hn

alipaz57@gmail.com

apazm@conjuri.hn

Maquetado y diagramación:
© Sertek Technology

sertek.hn

