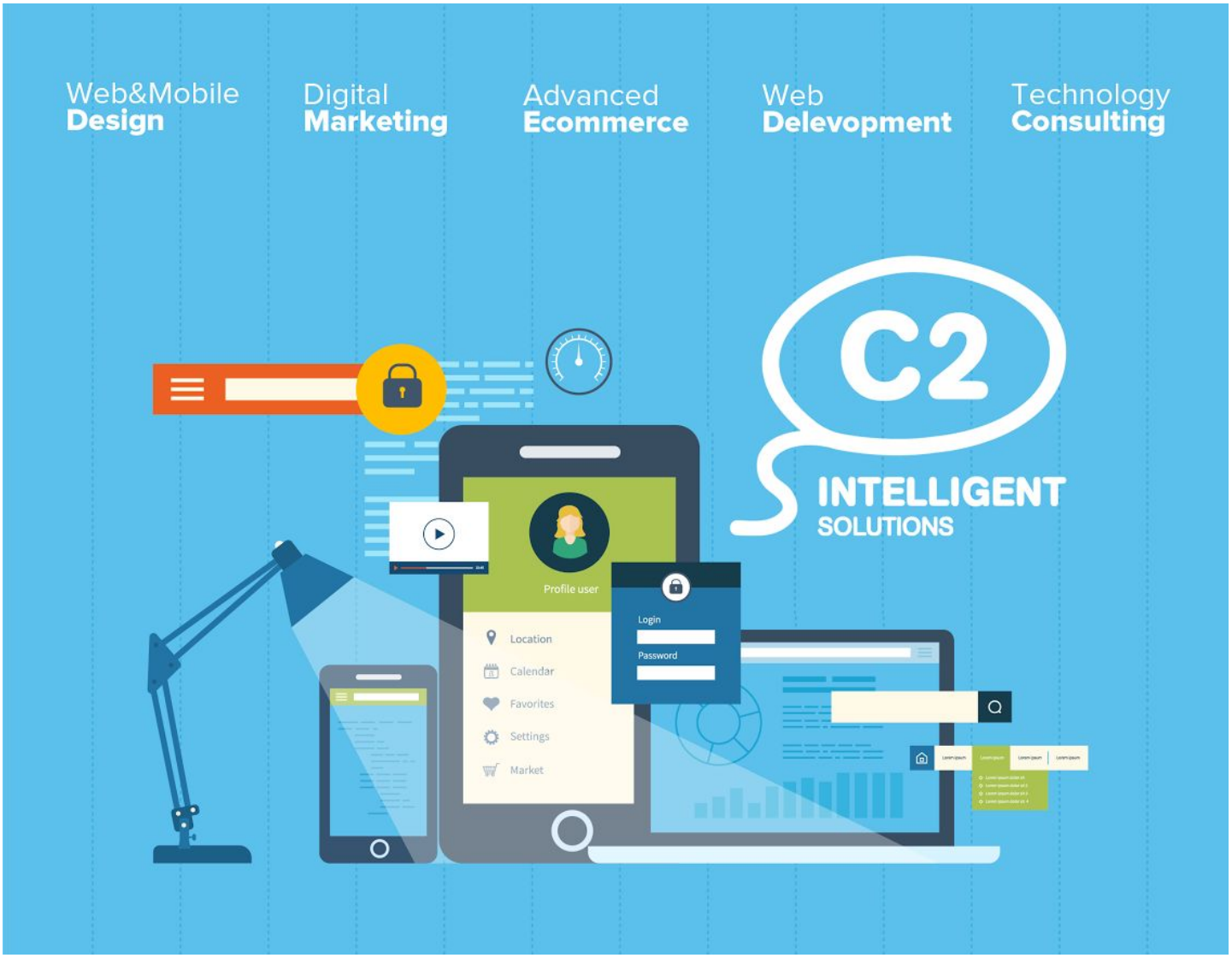


CONTENIDO EXCLUSIVO

Así fue el evento de Transformación Digital en el Círculo Ecuestre de Barcelona

por

C2 Intelligent Solutions

902 222 230 | http://www.solucionesc2.com | info@solucionesc2.com

Teléfono > 902 222 230
Sitio web > http://www.solucionesc2.com
Correo-e > info@solucionesc2.com
Twitter & Instagram > @soluciones_c2

Así fue el evento de Transformación Digital en el Círculo Ecuestre de Barcelona



El Martes 27 de Junio de 2017 tuvo lugar un evento sobre transformación digital en el círculo ecuestre de Barcelona, en jornada de mañana, donde el público asistente pudo conocer de primera mano los factores que llevan a una empresa a comenzar un proceso de Transformación Digital que sirva tanto para mejorar su futuro de cara a los clientes, y también de cara a sus propios empleados.

En el evento participaron cuatro ponentes, que abordaron los siguientes aspectos:

adigital
Symantec. Registered Partner
PayPal Partner
CONFIANZAONLINE

Teléfono > 902 222 230
Sitio web > http://www.solucionesc2.com
Correo-e > info@solucionesc2.com
Twitter & Instagram > @soluciones_c2

Eduardo Canelles - "Por qué y cómo emprender la Transformación Digital" y "Ecosistema Digital"



- Linkedin - https://es.linkedin.com/in/eduardocanellesmarketingonline
- Twitter - https://twitter.com/eduardcanelles

Eduardo expuso al público que la transformación digital es un cambio de paradigma de las organizaciones, aplicando tecnología digital en todos los aspectos de la empresa, para mejorar la organización y sus resultados.

Dicha transformación alcanza a las relaciones que la empresa tiene con clientes, con proveedores, cons instituciones, además de las relaciones que se crean con los empleados.

Eduardo enseñó los mensajes típicos que aparecían en los medios, en la época de la Revolución Industrial, y se daba la casualidad que dichos mensajes son los mismo que hoy en día de ponen en los medios físicos y digitales (revolución tecnológica, cambio de modelo prestación de servicio y adquisición de productos, mejora de las comunicaciones, crisis social, población rural envejecida, y desaparición de profesiones en favor de nuevas profesiones vinculadas a la tecnología).

Nos encontramos en una época similar a la revolución industrial, donde las organizaciones que no se adaptan a las nuevas necesidades de los usuarios, que usan la tecnología de forma más rápida que las organizaciones, terminan desapareciendo, dejando cadáveres empresariales en el camino.

En ese proceso de cambio, el sector de retail experimenta unos cambios absolutamente drásticos y el poder empieza a cambiar de manos, y sólo las empresas que emprenden un proceso de transformación digital, tratando de entender qué buscan y qué quieren los clientes consiguen posicionarse en la mente de los nuevos consumidores.

En una posterior intervención Eduardo habló sobre ofrecer al cliente un customer centre sin fisuras, porque el consumidor no entiende de diferencias online/offline, y que los negocios debían de atravesar por un proceso de transformación digital que hiciera pasar a la organización de un modelo tradicional de atención al cliente, a ser multicanal, y luego a ser omnicanal.

José Luis García del Pueyo: “Nuevo consumidor”



- Linkedin - https://www.linkedin.com/in/joseluisgarciadelpueyo
- Twitter - https://twitter.com/Garciadelpueyo

José Luis, se dirigió al público haciendo un extenso repaso por todos los tipos de consumidores que actualmente tienen que tener en cuenta las empresas, analizando cómo hemos llegado a una situación donde la segmentación de los usuarios es enorme, con lo bueno y lo malo que pueda ocasionar esto.

José Luis hizo hincapié en que hoy en día, el desafío al que se enfrentan las organizaciones, es reformular su cadena de valor al efecto disruptivo que eclosiona por la presencia de un consumidor digital.

Los consumidores, a los que ahora llamamos usuarios, se han adaptado a un entorno altamente dinámico y por primera vez las organizaciones se adaptan a este cambio, y no tratan de imponer al usuario modelos de consumo ya que ahora el usuario es capaz de invalidar modelos productivos con gran rapidez.

Jose Luis incidió en los segmentos de Millenials, Generación C, Generación Z, Yuccies, PANKS y sobre todo destacó la importancia del segmento Senior, un segmento que se está digitalizando con rapidez y conserva su poder adquisitivo.

Teléfono > 902 222 230
Sitio web > http://www.solucionesc2.com
Correo-e > info@solucionesc2.com
Twitter & Instagram > @soluciones_c2

Juan Luis Ojeda: "Tecnología", "Importancia de los datos" y "Neuromarketing"



- Linkedin - https://es.linkedin.com/in/juanluisojeda
- Twitter - https://twitter.com/juanluojeda

Juan Luis expuso los hechos concretos que el cambio tecnológico ha propiciado, nombrando en primer lugar la aparición del iPhone, como revolución absoluta de la forma de consumo de información por Internet, que ha dado lugar a la creación por parte de otro gran número de compañías de teléfonos móviles más diversos y asequibles, que han permitido que en el 2014, el tráfico de internet a través de mobile empiece a ser mayor que el tráfico de escritorio.

Este sencillo dato hace que la presencia digital de las empresas en Internet vaya en aumento, y provoca que todas aquellas empresas que no piensan en ser “Mobile First”, ya van tarde, teniendo en cuenta que los usuarios han fragmentado los procesos de compra en 1000 pedazos, los llamados “micromomentos” (quiero ir, quiero saber, quiero comprar, y quiero hacer).

adigital
Symantec. Registered Partner
PayPal Partner
CONFIANZA ONLINE

La importancia de este cambio en el que el usuario tiene en la palma de la mano la opción de comunicarse en cualquier momento provoca que los consumidores se empoderen, y los modelos B2B y B2C empiecen a migrar a modelo H2H (Human To Human).

En una posterior intervención, Juan Luis habló de las diferencias entre Big Data y Business Intelligence, además del Small Data, teniendo en cuenta que las empresas que tienen bien definidos sus KPIs crecen un un 35% más que el resto.

También hizo una demostración de la tecnología de Neuromarketing, que permite medir de forma cuantitativa reacciones no conscientes de los consumidores, usando tecnología médica, pudiendo medir el impacto emocional y la activación emocional.

Matti Hemmi: "Cambio cultural en la organización"



- Linkedin - https://www.linkedin.com/in/mattihemmi
- Twitter - https://twitter.com/matti_hemmi

Matti hizo ver al público asistente cómo la resistencia al cambio, puede llegar a volver más lenta la organización, y que la progresiva adaptación al cambio, no debe de ser desde la imposición absoluta, sino que desde una actitud “plus plus” -como él la define-, tenemos que establecer consenso entre todas las partes implicadas.

Matti evidenció en la sala, que la transformación digital es un proceso que además debe de empezar desde la dirección, pero teniendo en cuenta que son los niveles más bajos jerárquicamente los que están más conectados con la tecnología y pueden tener una visión más realista de lo que los clientes necesitan para relacionarse con la organización.

También incidió en que actualmente, las empresas ya no tienen clientes, sino dos grupos de usuarios. Los usuarios internos, son los empleados, y los usuarios externos, que son los clientes, y con ambos hay que establecer relaciones y a ambos hay que contentar, sin ser unos menos importantes que otros.

Resumen

El primer paso donde podemos ver fácilmente dónde poner la primera piedra del proceso de transformación digital es en la implantación de una metodología de Ecosistema Digital en nuestra presencia en internet, preocupándonos por crear una experiencia omnicanal lo más ajustada posible a un enfoque “clientecenrista” (o customer centric)

Además, las organizaciones tienen que preocuparse por analizar los datos preocupándose más por el valor del análisis más que por tener muchas herramientas que los recopilen, y han de establecerse indicadores KPIs que nos sirvan para medir si está sucediendo cosas en la organización o no.

Un proceso de transformación digital implica que la cultura empresarial debe de migrar a un modelo basado en la innovación y en la confianza, y que los cambios deben de partir desde el líder.

¿Quieres saber más sobre transformación digital? Te recomendamos estos contenidos en nuestro blog: http://www.solucionesc2.com/transformacion-digital/

Y si quieres volver a asistir a uno de nuestros eventos futuros, con invitación, lo mejor es que te suscribas a nuestra newsletter: http://eepurl.com/cDDq5X

Teléfono > 902 222 230
Sitio web > http://www.solucionesc2.com
Correo-e > info@solucionesc2.com
Twitter & Instagram > @soluciones_c2

Para cualquier consulta o comentario no dude en dirigirse a nosotros en:

Madrid (ES)	Sevilla (ES)	Barcelona (ES)	Bogotá (CO)
C/ Velazquez 157. 1º 28001 Madrid	Avda. de la Innovación 1. Edificio. Innova 3ª Planta. 41020 Sevilla	Carrer d'Aribau 168. 1º Despacho 1. 08036 Barcelona	Carrera 50, nº 95 -94 Barrio la Castellana

O si lo desea puede contactar con nosotros a través de:

e-Mail: info@solucionesc2.com

Tfno: 902 22 22 30

Fax: 902 22 22 31