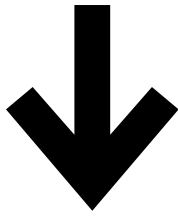


8 lecciones reales de la transformación digital





Contenido

03 /

La transformación digital no va a ninguna parte

04 /

Entonces, ¿dónde comenzar?

05 /

Comience con sueños y detalles

09 /

Para cambiar su empresa, cambie su cultura

12 /

Escuche a los clientes para lograr mejores resultados

15 /

Piense como una empresa de tecnología

18 /

Sus datos son más valiosos que su negocio

21 /

Los pequeños pasos se suman a los grandes cambios

24 /

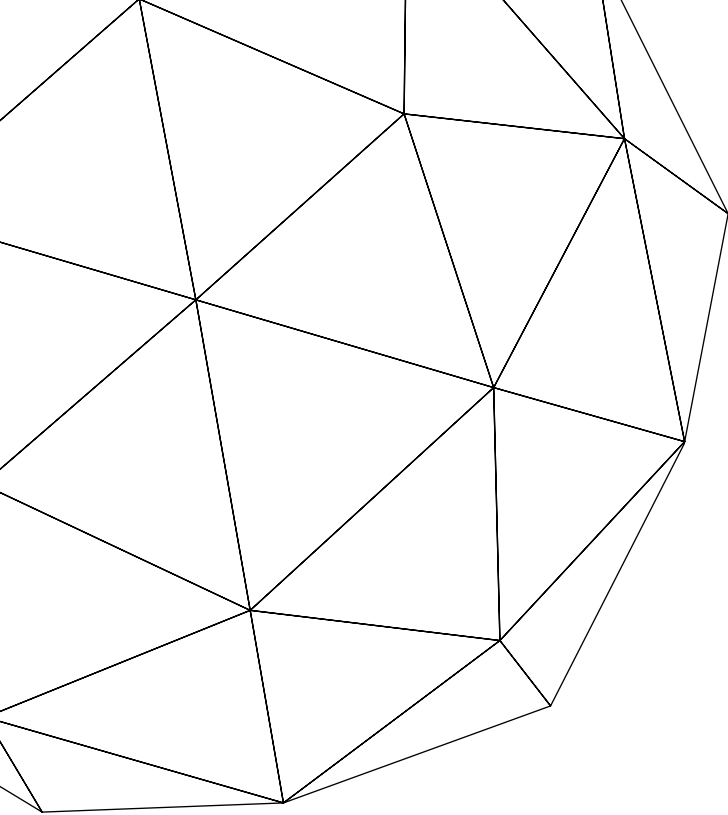
1 + 1 es en realidad 3

27 /

Su transformación se extiende más allá de su organización

30 /

Conclusión



La transformación digital no va a ninguna parte.

Vemos nuevos artículos y blogs publicados sobre el tema y lo escuchamos en conversaciones con ejecutivos de negocios a diario. Es un tema tan frecuente que se ha convertido en una expresión de moda. Y por un buen motivo.

Las organizaciones que han abrazado un viaje de transformación digital se sienten entusiasmadas y cosechan recompensas tangibles. Y aquellas que no lo han hecho, sienten ansiedad y un sentimiento de temor respecto a que deben mantenerse al día o quedar rezagadas.

La idea de la transformación digital puede resultar abrumadora, pero la noción de ejecutar una interrupción masiva en un solo movimiento es parte del problema. Si en su lugar lo considera como un viaje, con pasos incrementales hacia un objetivo a largo plazo, se convierte en una propuesta mucho menos desalentadora.



Entonces, ¿dónde comenzar?

Tal vez la mayor percepción errónea que vemos una y otra vez es que la transformación digital es una historia tecnológica. No lo es. La tecnología es una herramienta, pero las personas son el foco.

Su empresa comenzó con una visión que reunió un grupo de personas para crear algo de valor para sus clientes. Eso no cambia. Ahí es donde empieza.

A partir de ahí, su estrategia de transformación digital puede implementarse a pequeña y gran escala para lograr que partes específicas de su estrategia estén al servicio de esa visión.

A medida que nos embarcamos en nuestra misión de permitir que cada persona y organización logre más, hemos visto que no hay una estrategia de transformación digital única. Se ve diferente para cada organización.

Pero después de ayudar a más de 1000 organizaciones en sus viajes de transformación, hemos recopilado algunas verdades comunes que creemos que lo ayudarán a guiarse en el suyo.

Lección uno

Comience con sueños y detalles

La transformación requiere ambos.

La visión es lo que dirige su organización hacia un norte. Gracias a ella, todo el mundo de su organización, y que trabaja con ella, sabe cuál es el objetivo para el que está trabajando.

Las grandes visiones aprovechan la ambición humana y despiertan la imaginación.

Los sueños son el ancla de las grandes visiones, pero son los detalles lo que las convierten en realidades. Los detalles lo ayudan a establecer hojas de ruta prácticas pero ingeniosas que definen estrategias claras para las futuras innovaciones de su organización.

Y así es como ocurre una transformación real.



“A menudo hay una visión y una estrategia, luego un salto directo a las tácticas. Lo que falta es la planificación operativa y difícil necesaria para crear una hoja de ruta para las capacidades deseadas. Una vez que esta planificación operativa se convierte en parte de su cultura, también dicta cómo trabaja la empresa. Y así es como obtiene una transformación real en lugar de un evento episódico único que no tiene impacto”.

Sally Gilligan

Director de informática de Gap



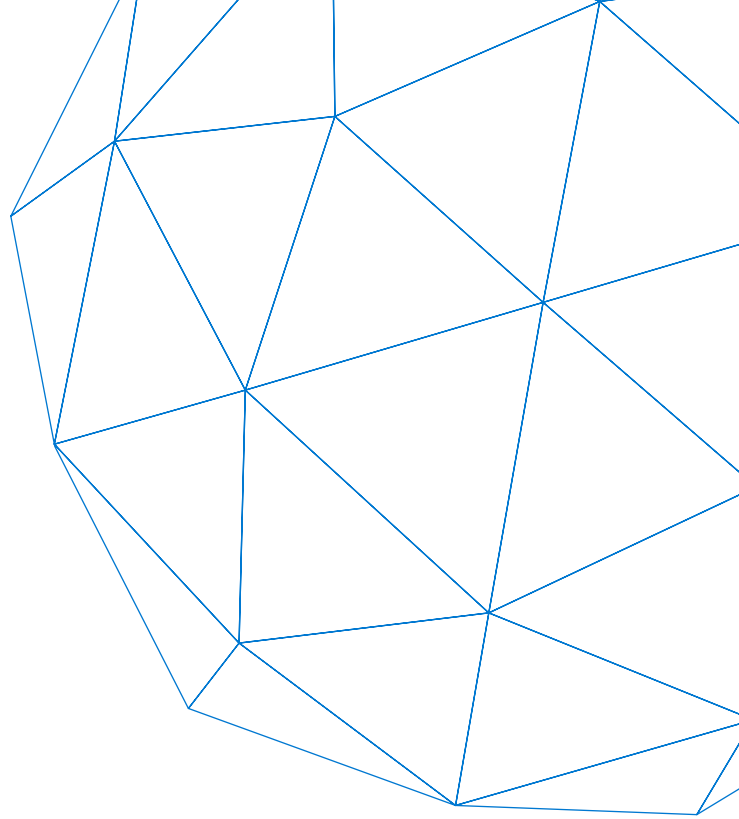
Caso de éxito

El viaje de Gap comenzó con una gran visión empresarial y un plan de ejecución creativa.

El sueño de este minorista internacional de varias marcas era crear una experiencia fluida para el cliente. Para ello, quería que las compras en línea fueran más fáciles, que se pudiera cambiar entre los sitios de las marcas y que el sistema de pago de pedidos fuera universal. Al reconocer que los patrones de compras están cambiando en toda la industria minorista, Gap sabía que era el momento adecuado para centrarse en su creciente negocio en línea y asegurarse de que su plataforma sea rápida, receptiva y con capacidad de escalar.

Gap desarrolló un plan detallado para optimizar sus procesos digitalmente, lo que remodeló la forma en que la organización hace negocios. Ahora, aproximadamente el 50 % de sus ventas de marca se basa en la demanda de los clientes, lo que resulta en personas más felices y mejores resultados.

[Lea el caso completo](#)



Aportes clave

Enfóquese intencionalmente en sus puntos ciegos

La transformación es un viaje, no un destino.

La primera piedra de paso para su transformación digital es volver a visitar los objetivos a largo plazo para ver lo que pudo haber perdido. Esto no sucederá una sola vez; recuerde, el viaje es un proceso iterativo que aplica las lecciones aprendidas para optimizar el rendimiento. Así que no importa dónde lo lleve este viaje, al transformar a su personal, sus plataformas y sus procesos, tendrá las herramientas necesarias para ayudarse en cada paso del camino.

Dedique tiempo y recursos. Usted pone esfuerzo en todo lo que hace, así que ponga esfuerzo en esto también. Su viaje requiere planificación, paciencia, colaboración y fondos.

Para cambiar su empresa, cambie su cultura

Nunca subestime lo que la gente puede hacer.

Su organización funciona mejor cuando su personal está unido. Cuando todos los departamentos y niveles se implican de verdad, desaparece la ansiedad que supone la transformación y el cambio se puede introducir de forma orgánica.

Para lograr una cultura digital duradera es fundamental adoptar una mentalidad de crecimiento, es decir, un enfoque en el que el fracaso se afronte siempre mediante la evaluación y el aprendizaje. Pero lo que realmente sucede no está escrito en una hoja de cálculo.

Cada viaje que hemos apoyado fue único, pero una clara coincidencia fue la obsesión por el cliente, la agilidad y las culturas colaborativas. Parte de este proceso es saber que usted no lo sabe todo, así que aprenda todo lo que pueda y apoye a sus empleados con una cultura tranquilizadora para hacer lo mismo.





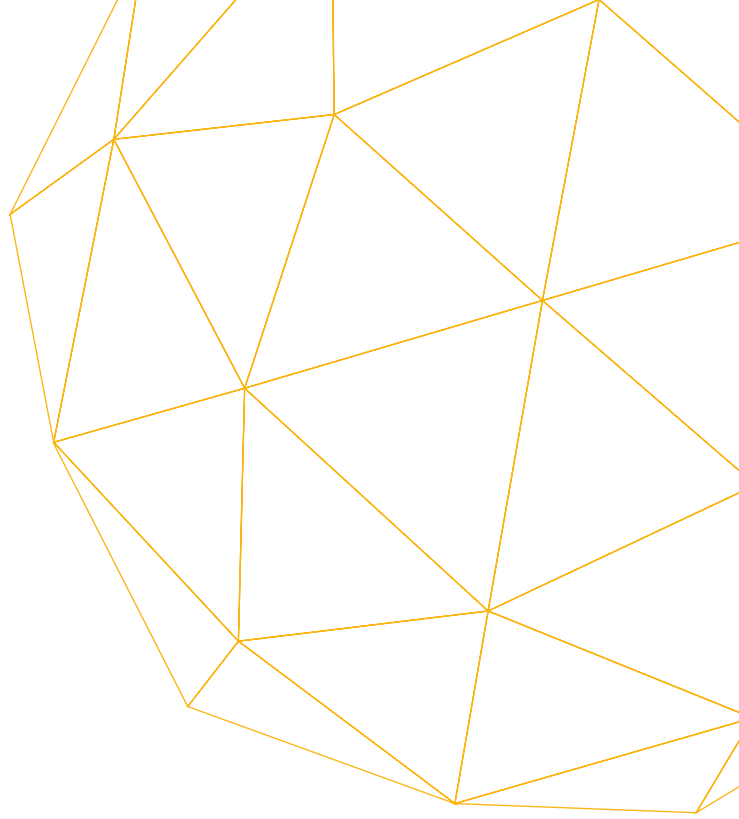
Caso de éxito

Fruit of the Loom es una empresa que fomenta una cultura de innovación no solo en las prendas de vestir que vende, sino también en la forma en que los empleados resuelven los retos empresariales y colaboran como equipos.

Cuando la investigación demostró que los consumidores empiezan a comprar más lana cuando las temperaturas descienden 12 grados en 6 días, la empresa vio una oportunidad para optimizar sus proyecciones de ventas para el inventario de invierno. Para afrontar el desafío que supone cambiar rápidamente los planes de venta minorista, la organización utiliza ahora una plataforma de productividad que convierte los datos en conocimientos procesables y ayuda a los equipos a tomar decisiones más rápidas sobre los tipos de productos y los ciclos de ventas.

Esta transformación dio a Fruit of the Loom una cadena de suministro ágil, lo que asegura que sus socios cuenten con un inventario completo de productos de lana antes de que llegue el frío.

[Lea el caso completo](#)



Aportes clave

No puede controlar el futuro, pero puede crear una base que admita e invite al cambio

El fracaso conduce a la innovación. Fomente una cultura que invite a la experimentación y premie a los empleados por probar ideas, aunque fracasen. Las transformaciones digitales ocurren más rápido con una mentalidad de crecimiento que considera los fracasos como oportunidades de aprendizaje. En este tipo de cultura, cuando se desafía a los empleados, están listos para volver a evaluar, ajustar e intentarlo de nuevo.

Hay que querer aprenderlo todo, no saberlo todo. Saber no es suficiente, su organización necesita aplicar ese conocimiento. Ya no estamos en una era donde nos preguntamos si deberíamos o podríamos hacer algo. Debemos hacerlo. No podemos esperar hasta que lo sepamos todo; es el momento de tomar estos pasos y confiar en los datos para guiar el resto del camino.

Escuche a los clientes para lograr mejores resultados

Las grandes experiencias de los clientes son clave para el éxito.

Crear valor para los clientes es fundamental para cada organización y cada transformación. Las transformaciones reales empiezan al centrarse en la intención del cliente.

Los clientes le dicen lo que valoran a través de compromisos directos e indirectos con su empresa y otras empresas. Prestar mucha atención a las señales que apuntan a las necesidades reales de los clientes puede ayudarle a desbloquear experiencias más significativas.

La tecnología ha transformado la forma en que los clientes interactúan con las empresas. Si está al tanto de las tendencias digitales, puedes prever lo que quieren los clientes e imaginar nuevas formas de interactuar con ellos. Muchas de las organizaciones más revolucionarias y populares de la actualidad se inspiraron en compromisos de otras industrias para identificar tendencias y prever las necesidades de sus propios clientes.





TOYOTA

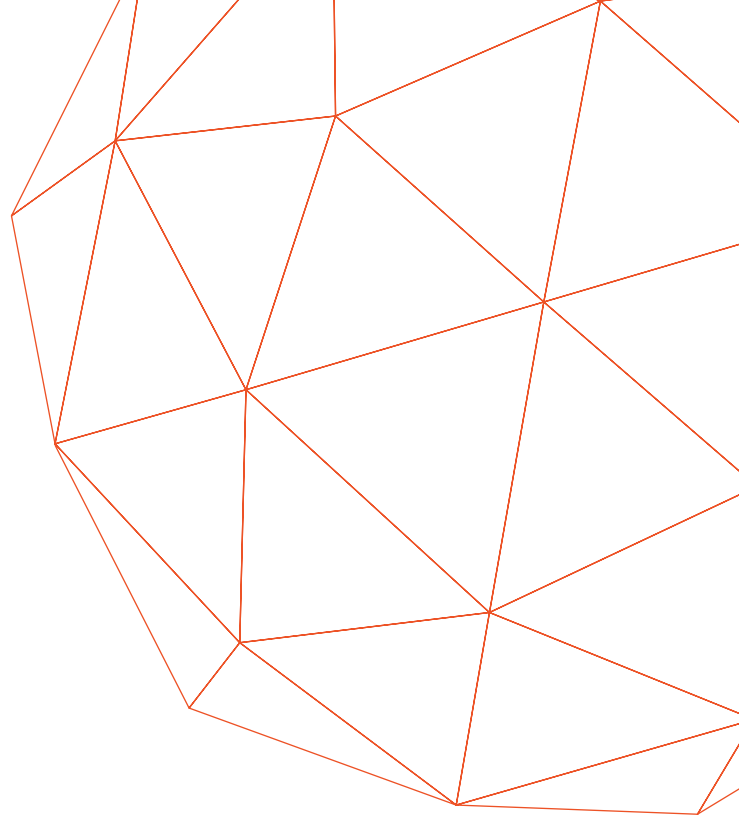
Caso de éxito

Toyota Material Handling Europe, que proporciona equipos y servicios de almacén a las industrias de toda Europa, quería usar la tecnología para aumentar el valor que ofrece a los clientes durante las visitas al servicio de campo.

Aunque los técnicos ya usaban un sistema móvil como ayuda en estas visitas, el servicio seguía siendo planificado y reactivo. La empresa vio aquí la oportunidad de crear un servicio de campo proactivo y, finalmente, predictivo y contempló la posibilidad de usar los datos de los equipos conectados de los clientes para programar las visitas antes incluso de que los clientes supiesen que necesitaban mantenimiento.

Con esta oportunidad estratégica, Toyota Material Handling está ayudando a sus empleados a aumentar el valor y la satisfacción del cliente. También permite a un fabricante de automóviles convertirse en el principal proveedor de servicios de campo en el mercado europeo.

[Lea el caso completo](#)



Aportes clave

Sepa lo que sus clientes quieren y prediga lo que van a buscar a continuación

Preste atención a los comentarios de los clientes. Al considerar las tendencias de consumo mientras se diseñan soluciones, no solo mejora las experiencias de los clientes, sino que también crea nuevas oportunidades para hacer crecer su negocio. Los clientes proporcionan comentarios durante cada interacción con su organización. ¿Está escuchando? Asegúrese de que tiene una manera de extraer información de esos comentarios para que pueda idear planes de acción claros, mejorar la forma de satisfacer las necesidades de los clientes y prever lo que querrán a continuación.

Revolicione su proceso. Adopte un enfoque externo para inspirarse al aprender cómo los clientes usan las herramientas para interactuar con otras organizaciones. Luego, aplique esas tendencias mediante nuevas tecnologías que aumenten su potencial único para desbloquear experiencias más significativas para sus clientes.

Piense como una empresa de tecnología

Reflejar, mejorar y modernizar digitalmente va más allá de la TI.

Las transformaciones reales requieren que los equipos tecnológicos y empresariales trabajen y reflexionen en conjunto para crear estrategias que generen un impulso. Las empresas están evolucionando con los tiempos, y en esta era digital, las nuevas tecnologías están transformando la forma en que innovan, operan y atienden a los clientes. Si su organización tiene una mentalidad digital, podría ser capaz de lograr algo que no podía antes. Esta es una invitación a reinventar modelos de negocio revolucionarios y nuevas capacidades como oportunidades, y a revisar los procesos de negocio a través de una transformación tecnológica.

El potencial único de su organización incluye capacidades humanas (las personas correctas con las habilidades adecuadas) junto con capacidades operativas, que ejecutan y extienden las habilidades humanas en el momento justo. Igualmente importantes son las capacidades técnicas: la forma en que su organización garantiza que se implementen las herramientas adecuadas por las razones correctas. Estas habilidades humanas, operativas y técnicas son las que alimentan las transformaciones sostenibles impulsadas por soluciones tecnológicas apropiadas.



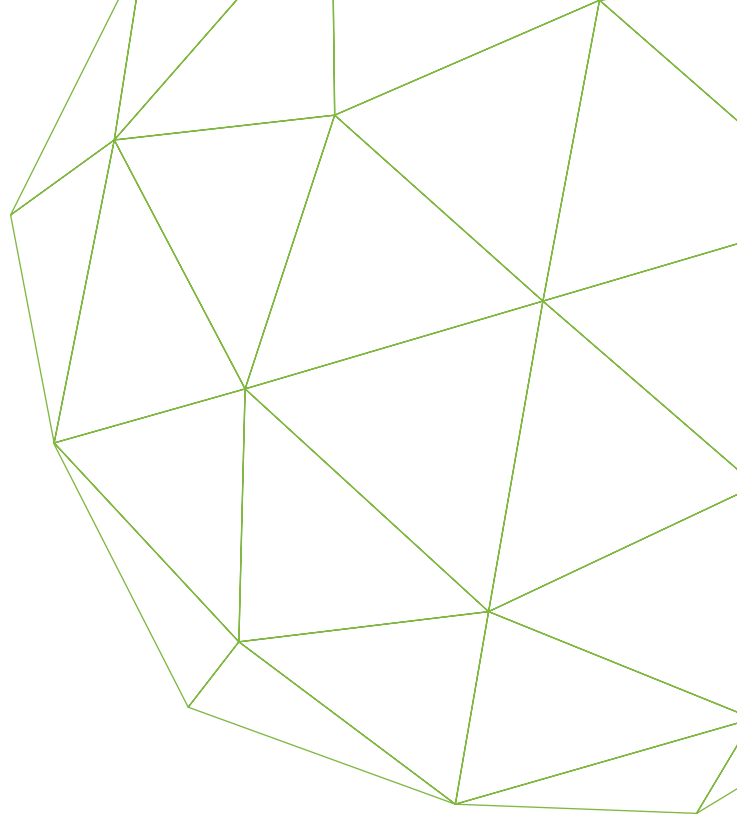


Caso de éxito

La compañía cervecera danesa Carlsberg lidera el camino para llevar la inteligencia artificial (IA) a una de las industrias más antiguas del mundo.

En algunos de sus últimos trabajos, los investigadores de Carlsberg están utilizando sensores y análisis avanzados para identificar y predecir más rápidamente los sabores. El objetivo es asignar una huella de sabor para cada muestra de cerveza y reducir el tiempo necesario para investigar combinaciones de gustos y procesos lo que, en última instancia, ayuda a la empresa a comercializar más cervezas distintas más rápido. Los investigadores de Carlsberg, sin perder de vista nunca el elemento humano en este trabajo, ven en el entorno digital una herramienta ideal para crear conexiones nuevas y más sólidas entre empleados, clientes y consumidores.

[Lea el caso completo](#)



Aportes clave

Capacite a sus empleados con tecnología

Acelere. Acelere su estrategia de comercialización usando tecnología para crear productos que sean rápidos de adoptar, escalables y administrables.

Organice lluvias de ideas. Cree equipos interdisciplinarios de tecnólogos y estrategias de negocios para abordar los problemas rápidamente y busque nuevas oportunidades que solían estar fuera de su alcance.

Ejecute. Integre sus productos y servicios con herramientas digitales que puedan satisfacer las demandas y llegar a nuevos mercados y clientes en todo el mundo.

Lección cinco

Sus datos son más valiosos que su negocio

Antes de que comience este viaje, asegúrese de que sus datos estén en orden.

Los datos que obtenga, que utilice para razonar y que sirvan para actuar mientras realiza la transformación le proporcionarán valiosa información que le permitirá conseguir cosas que antes no podía. Sus datos son la clave para mejorar cada aspecto de su negocio: optimizar las operaciones, facultar a los empleados, interactuar con sus clientes y transformar sus productos.

Así es como se consigue nuevo valor.





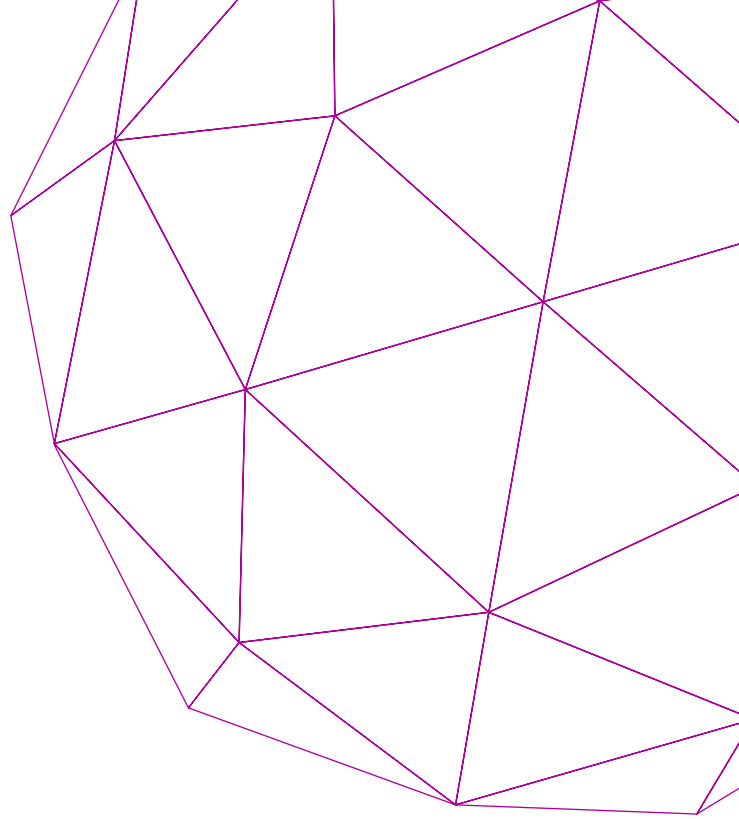
Caso de éxito

Sean StratMan, propietario de Dancing Crow Farm, utiliza drones y el perímetro inteligente para recopilar datos sobre sus campos.

Utiliza estos datos para abordar temas como mantener la humedad del suelo, controlar las plagas y aumentar la producción. Cuantos más datos consigue, más capacidad tiene para correlacionarlos con lo que está pasando en el campo, lo que le permite tomar decisiones mejores y más rápidas.

Microsoft y el fabricante de drones líder DJI se basan en el trabajo que ambas empresas están realizando con los datos y la agricultura para que a los agricultores, como Sean, les resulte más fácil y asequible obtener rápidamente la información que necesitan.

[Lea el caso completo](#)



Aportes clave

Utilice sus datos para generar más valor

Convierta los datos en conocimientos.

Los datos continúan creciendo a medida que las organizaciones desarrollan, diversifican, conectan e intercambian información en todo el mundo. Convertir esos datos en información procesable puede aportar más valor a su organización. Analice el comportamiento del mercado para predecir las necesidades futuras y conseguir mejores soluciones y servicios para el cliente.

Recuerde al ser humano detrás de los números. Utilice los datos para ampliar las capacidades humanas dentro de su organización. Los datos solo pueden llegar hasta cierto punto: las personas son las que profundizan y descubren conocimientos valiosos. Utilice datos inteligentes para localizar oportunidades en nuevos mercados.

Protégase y sea transparente. Controle mejor los datos empresariales críticos y manténgase al día con los estándares de privacidad y seguridad. Los datos son un recurso valioso, pero para monetizarlos, no puede dejarlos guardados en un servidor. Todos los días, consigue cada vez más datos de más y más fuentes y, en un mundo conectado y digital, es un blanco perfecto para los ciberdelincuentes.

Los pequeños pasos se suman a los grandes cambios

Cada viaje comienza con un primer paso.

La transformación no sucede de una sola vez. Comience con microtransformaciones. Enfóquese en objetivos pequeños y accesibles, y en proyectos rápidos que ofrezcan resultados positivos para la empresa. Una constantemente estas pequeñas transformaciones entre sí y luego con la empresa, siempre de acuerdo con su visión. Antes de que se dé cuenta, estos pequeños éxitos generarán un impulso y producirán un efecto dominó, que impulsará su negocio hacia una transformación mayor.



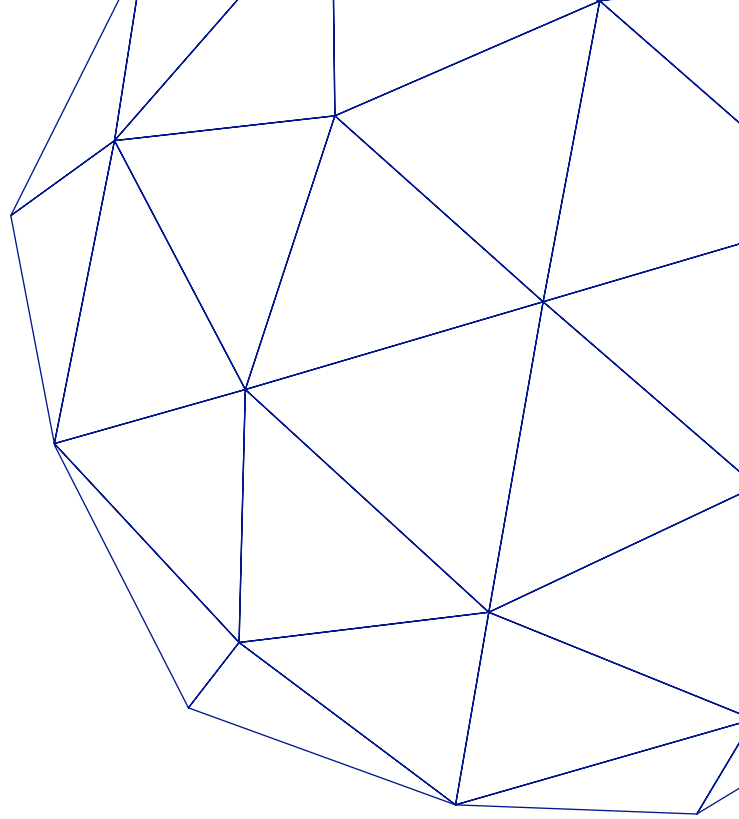


Caso de éxito

Para obtener información de inteligencia de negocios y acercarse a los clientes, el minorista de artículos electrónicos Dixons Carphone comenzó a buscar una solución que ayudara tanto a los clientes como a los empleados a encontrar productos y comprobar el inventario.

La empresa comenzó su transformación digital con un pequeño proyecto interactivo de IA, al desarrollar un bot conversacional llamado Cami. Dixons Carphone ahora espera que Cami sea una fuente continua de datos e información, lo que permite a la empresa interactuar con los clientes y revelar oportunidades basadas en sus hábitos de compra.

[Lea el caso completo](#)



Aportes clave

Los pequeños cambios incrementales son estrategias eficaces para evolucionar

Avance un día a la vez. Evalúe su nivel de madurez digital y defina una hoja de ruta para impulsar el progreso mediante microtransformaciones: hitos alcanzables a corto plazo. Avanzar con pequeños pasos ayudará a infundir confianza en este proceso en toda la organización.

Prepárese para asumir riesgos.

Asumir riesgos revela oportunidades que pueden transformar su metodología de negocio tradicional. Está bien empezar de a poco y cometer errores. No complique excesivamente su estrategia y recuerde tomar riesgos y despertar algo de creatividad.

Mantenga su norte como guía.

Este viaje no se trata de cambiar porque haya que hacerlo; aún está enfocado en su norte. No se encierre en un solo punto de entrada o salida; dé pasos más pequeños que le permitan cambiar, iterar y volver a mejorar. A través de este proceso, su organización aprenderá que lo que no era posible ayer todavía puede cambiar su red, la cultura y las capacidades de mañana.

1 + 1 es en realidad 3

La innovación ocurre en la intersección de distintas perspectivas.

En cualquier viaje, es más difícil llegar lejos si vamos por nuestra cuenta. Hemos visto esto en los viajes de transformación que hemos realizado con nuestros clientes. Ya sea que se esté inspirando en otras industrias o asociándose con organizaciones cuyas fortalezas se complementan con las suyas, en esta intersección se obtiene el mayor potencial.

Puede empezar por mirar más allá de su industria actual para obtener nuevas ideas. Este enfoque no convencional condujo al éxito de algunos de los negocios más revolucionarios de los que hablamos hoy.

La asociación empresarial adecuada también puede ayudarle a trascender lo que es posible hoy. Los socios pueden aumentar sus capacidades al proporcionar acceso a conocimientos, verticales y soluciones de otros sectores.





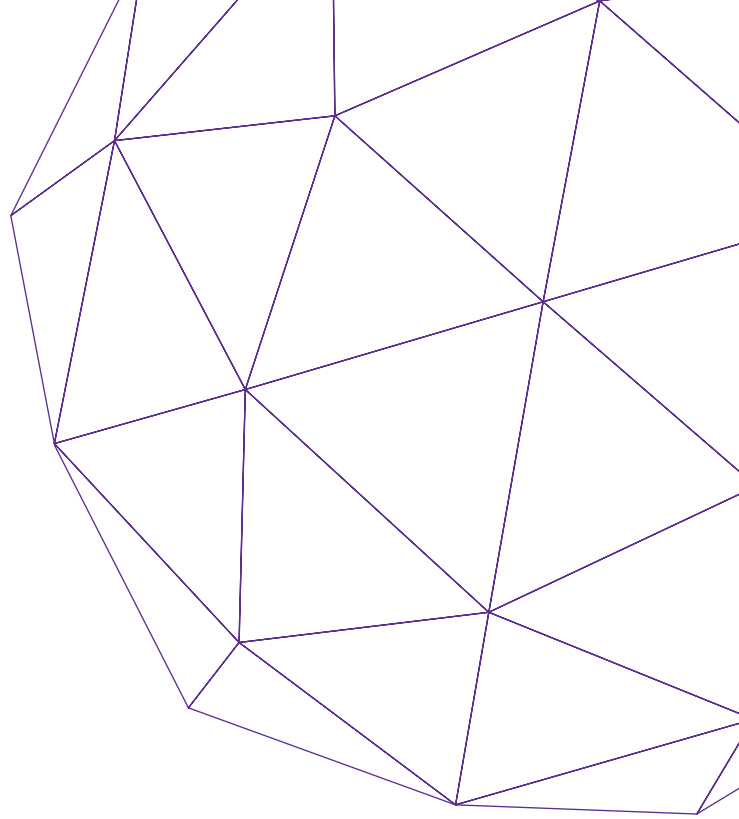
SEQUENCE

Caso de éxito

Ariela Suster fundó Sequence, un negocio de joyería y accesorios, para proporcionar a los hombres jóvenes alternativas positivas a las pandillas.

Después de un éxito inicial, Suster quiso llevar su programa al siguiente nivel. Lo hizo a través de alianzas estratégicas fuera de su industria, lo que le permitió expandir la influencia y el impacto del programa. Además de ofrecer caminos alternativos en la vida al impartir clases de arte e informática, Suster se asoció con universidades para promover un programa embajador para llegar a los estudiantes y difundir su mensaje de #NoViolence (No violencia) entre las nuevas generaciones.

[Lea el caso completo](#)



Aportes clave

Aproveche esta oportunidad para tomar un riesgo y recibir recompensas inesperadas

Asóciase. ¿Qué pasaría si trae gente con diversas experiencias de diferentes sectores? En el mundo digital actual, donde la tecnología cambia rápidamente, ser un experto en todo puede ser un reto. Deje que los especialistas de otras industrias hagan algo de trabajo pesado mientras aprende y cambia su enfoque.

Cree, innove y asuma riesgos. Imagine cómo puede mejorar su conocimiento del sector mediante estas relaciones e impulsar procedimientos recomendados en diferentes sectores. Aunque la experiencia en transformación es vital para el éxito, los conocimientos entre sectores pueden dar lugar a soluciones nuevas e inesperadas que no son posibles por sí solas.

Su transformación se extiende más allá de su organización

Ética, confianza y sostenibilidad: no solo es bueno, es bueno para los negocios.

Su organización existe en un contexto más amplio que engloba a sus clientes, comunidades y entorno, incluidos los recursos en los que confía todos los días.

Sus clientes confían en su organización para almacenar su información personal y profesional.

Sus comunidades confían en su organización para proporcionar un crecimiento sostenible, prácticas éticas de empleo y compromiso social.

Pero no termina allí. Las organizaciones tienen un papel más importante que desempeñar en ser buenos administradores del medioambiente al desarrollar prácticas comerciales sostenibles y éticas.

Este viaje no es solo una manera de mantener el negocio, es lo correcto.



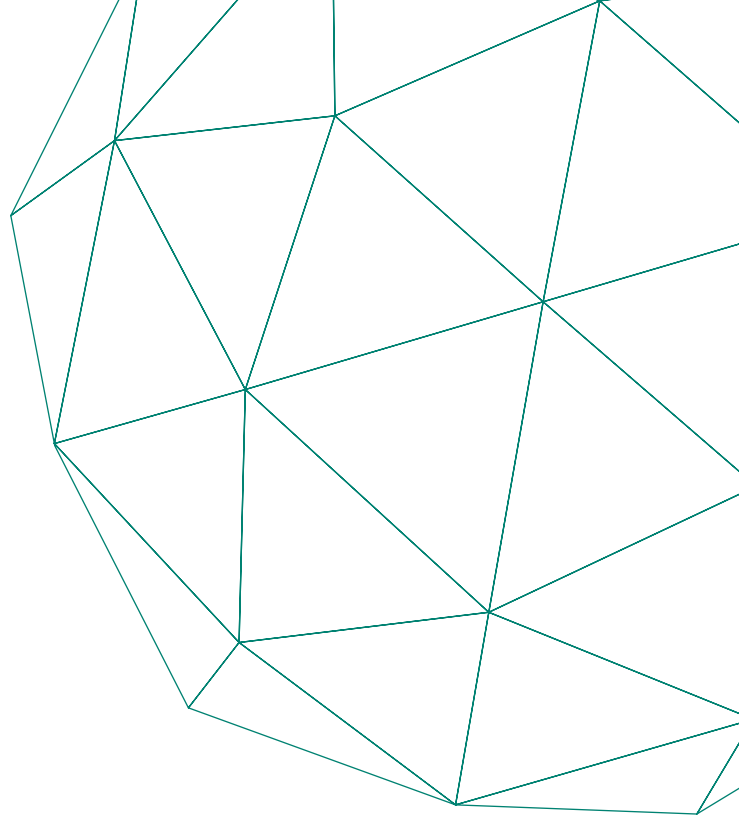


Caso de éxito

Ørsted, con sede en Dinamarca, tomó su próspera empresa basada en el petróleo y el carbón y la cambió a una de turbinas eólicas.

La visión de Ørsted era crear un mundo basado por completo en la energía verde, y su estrategia era liderar el camino al transformarse en una organización completamente ecológica basada en la energía. Ørsted descubrió que los efectos positivos de su viaje se multiplicaron a medida que sus nuevos sistemas ecológicos ayudaron a 5900 empleados a trabajar en conjunto y de manera más eficiente, lo que les ahorró tiempo recursos, y crearon una mayor alineación entre las empresas afines que buscaban hacer del mundo un lugar mejor.

[Lea el caso completo](#)



Aportes clave

Use la ética para guiar el camino hacia la confianza y la sostenibilidad

Honre la confianza que le tienen sus clientes. Sus clientes proporcionan datos valiosos: información confidencial que ellos le confían para que la administre de una forma responsable. Una parte de este viaje consiste en mantener la confianza y la responsabilidad ante los clientes y socios.

Transfórmese para bien. En cada aspecto de la empresa, la ética debe ser la base, ya sea al respetar la confianza que sus clientes y empleados depositaron en usted o al proteger nuestro entorno. Los resultados comerciales positivos se traducen en impactos globales positivos.

Utilice una ética digital. Adopte un proceso basado en la ética digital para regir cada fase de su viaje de transformación. Identifique los marcos éticos adecuados y evalúe sus capacidades de organización.

Contribuya a las comunidades. Su organización no existe de manera aislada; forma parte de un ecosistema más amplio de personas, grupos y comunidades. El valor que libera para su organización se propagará a través de todo el sistema.

Conclusión

La transformación digital con un propósito puede dar lugar a impactos del mundo real en cuatro áreas clave de su organización.

En primer lugar, puede crear experiencias y relaciones más ricas y significativas con los clientes. Luego, puede trabajar para mejorar los resultados al permitir que los empleados con una cultura de apoyo mejoren sus habilidades y capacidades técnicas. A continuación, puede mejorar y optimizar las operaciones, independientemente de la industria, mientras que, por último, reinventa los productos y mejora de forma iterativa las soluciones.

Esta es la esencia de lo que se trata realmente la transformación digital. Sirve siempre y fundamentalmente al objetivo principal de cada organización: la generación de valor constante.

Ya sea que se implemente en pasos pequeños o grandes, el cambio transformacional debe alinearse con su estrategia y tener como objetivo lograr su visión mientras se enfoca en el activo más importante de su organización: su personal.

Su red de personas y capacidades puede, a su vez, aprovechar el potencial único de su organización para agregar valor e innovar.

La tecnología es la herramienta. Las personas con el foco. Y más valor será el resultado.

Comenzar el viaje hoy >



Microsoft