

Potenciando la transformación digital

GXC - AGESIC


La transformación digital, NUNCA es digital



Lorena Veiga

A pair of hands holds a white rectangular sign in the center of the frame. The sign features the words 'TRENDING' and 'TOPICS' in a large, bold, dark red sans-serif font, stacked vertically. The background is a soft-focus bokeh of warm, colorful lights in shades of yellow, orange, and red, with some cooler blue and green tones on the right side. The hands are positioned at the bottom corners of the sign, with fingers visible gripping the edges.

**TRENDING
TOPICS**



Unlocking success in digital transformations

October 29, 2018 | Survey

digital leaders





VISION



BUSINESS CASES

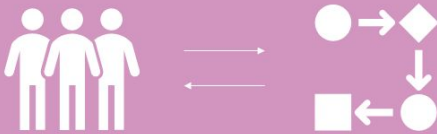
El modelo de negocio

La forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor, entendiendo además que las organizaciones actúan en cadenas o redes de valor en conjunto con otros actores...

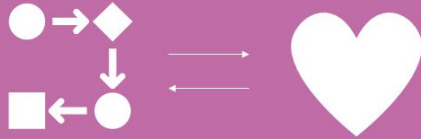
El modelo de negocio

Entender el modelo de negocio supone responder 4 preguntas:

¿QUÉ DEBEMOS TENER PARA
HACER LO QUE SABEMOS HACER?



¿QUÉ DEBEMOS SABER HACER
PARA PRESTAR ESE VALOR?



¿CUÁL ES NUESTRA PROPUESTA
DE VALOR?



¿CUÁL ES LA LÓGICA ECONÓMICA QUE PERMITE SOSTENER ESTE MODELO?

Entonces...

¿Qué es la transformación?

Es la aplicación de tecnologías en la organización, que permitan desarrollar nuevas capacidades organizativas para enriquecer la propuesta de valor y generar modelos de negocio sostenibles...

Impactos de la transformación digital

- Alcanzar nuevos grupos de interés
- Desarrollar nuevos canales
- Establecer un vínculo personalizado con los usuarios
- Enriquecer mi propuesta de valor
- Contar con nuevos recursos
- Cambiar los procesos de negocio
- Desarrollar mecanismos para viabilizar alianzas
- Aportar a la sostenibilidad del modelo

En resumen.

No necesitas otro proyecto de digitalización...

Necesitas un nuevo modelo de negocio que sea sostenible gracias a la tecnología...

El mundo AGILE en la Transformación Digital



Andreia Matonti

MiNDSET



DoAgile



BeAgile

1. Priorice la entrega de **valor** a los procesos y formularios

2. Aprenda y adopte el **liderazgo ágil**



3. Invierta en **entrenamiento** y coaching ágiles



4. No ignore la **transformación** de “Personas y cultura”





Entrenándonos con Design Thinking para la Transformación Digital



Pia Badin

Características principales del Design Thinking



SYSTEM 1

Intuition & instinct

95%

Unconscious
Fast
Associative
Automatic pilot



SYSTEM 2

Rational thinking

5%

Takes effort
Slow
Logical
Lazy
Indecisive

Source: Daniel Kahneman

Source

PENSAR RÁPIDO,
PENSAR DESPACIO



DANIEL
KAHNEMAN

PREMIO NOBEL DE ECONOMÍA

DEBATE



Definición del problema



A nadie le gusta el desayuno en este hotel.

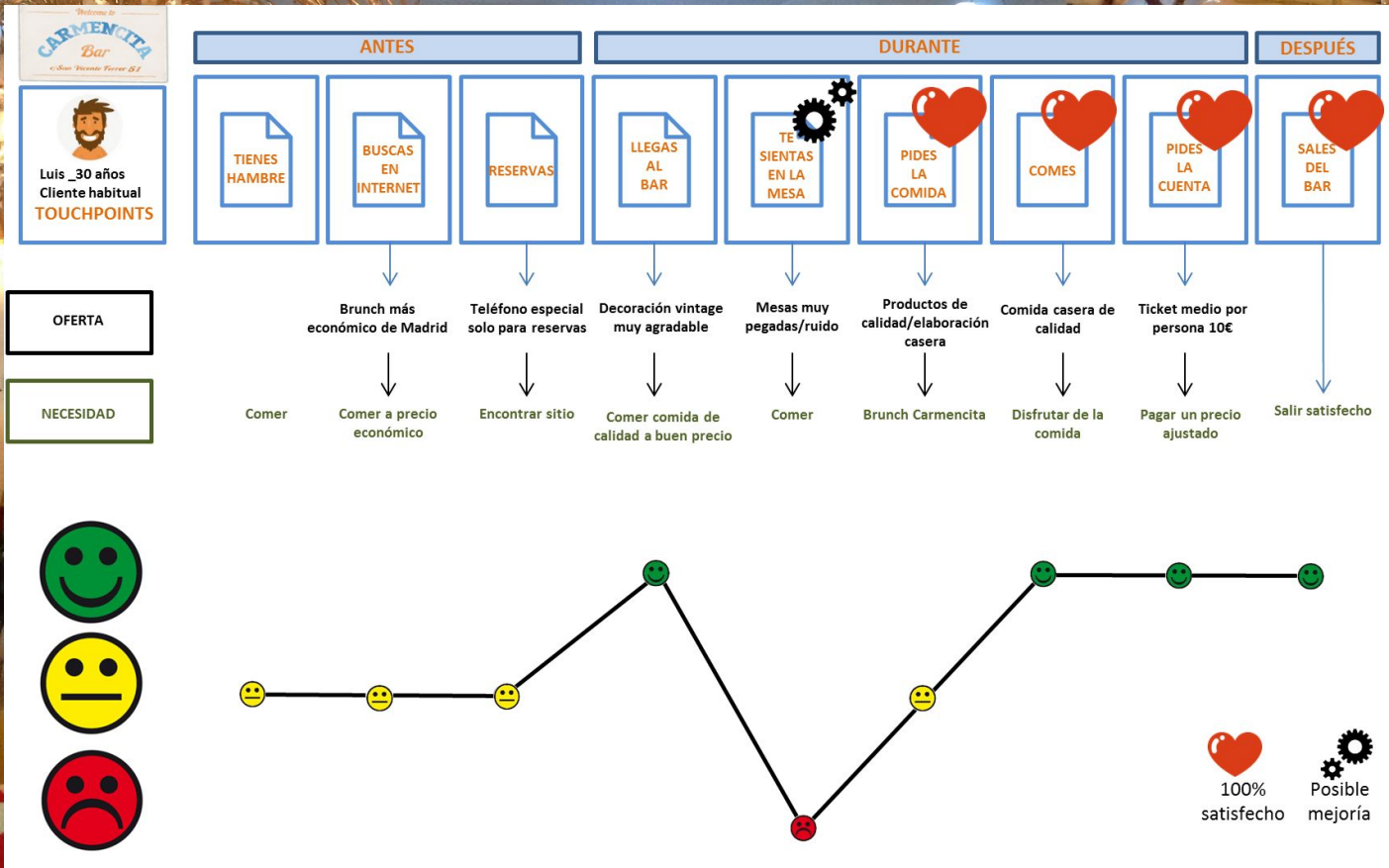


Los huéspedes no quieren recibir tostadas quemadas.

La forma en que se plantea y se comprende un problema tiene un impacto en la cantidad, la calidad y el tipo de soluciones propuestas.



Centrarse en el usuario



Customer Journey Map – Bar Carmencita, Madrid



**DESCRIPCIÓN
DEL CLIENTE**

- Datos descriptivos, sociales, familiares.
- Estilo de vida: cómo es su día a día.
- Valores de vida.
- Relación con el servicio o producto en genérico.
- Relación con mi empresa, producto o servicio.
- OBJETIVO QUE TIENE EN RELACIÓN A NOSOTROS.

FASES Describe por el cliente	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
NECESIDADES Del cliente en cada momento de las fases	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
ACTIVIDADES Del cliente para satisfacer necesidad	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
CANALES, PUNTOS DE CONTACTO, EMPRESAS IMPLICADAS	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
EXPECTATIVA Del cliente en cada una de las fases	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
EXPERIENCIA Percepción del cliente real positiva, negativa o neutra	<div style="border-bottom: 1px solid white; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border-bottom: 1px solid white; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border-bottom: 1px solid white; height: 20px;"></div>				
EXPERIENCIA MEMORABLE Experiencia perfecta	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
OPORTUNIDADES Derivadas de este análisis	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí

Un template de Customer Journey Map

4 Razones para comenzar a utilizarlo



Pone al cliente en el centro de atención



Muestra con quién, dónde, cuándo y cómo, el cliente interactúa con la organización



Identifica oportunidades de **Innovación y Mejoras**



Ayuda a alinear la estrategia del negocio y su comunicación hacia afuera

Gestión del cambio en tiempos de transformación digital



Graciela Albornoz

Cambio organizacional

Originado por factores económicos, tecnológicos, sociales, políticos, sanitarios, del cliente, del proveedor

Estado “**permanente**”

Modifica **comportamientos**, procesos, estructura, cultura

Generador de **iniciativas estratégicas**



Transformación digital

Cambio que transforma la organización e innova

Hace **foco** en eficiencia, experiencia de cliente, oportunidades de negocio

Utiliza la **tecnología** como **instrumento**

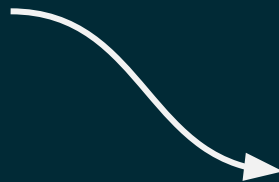
Es **disruptiva** por excelencia



Fracasos en Proyectos de Transformación Digital

70-85%

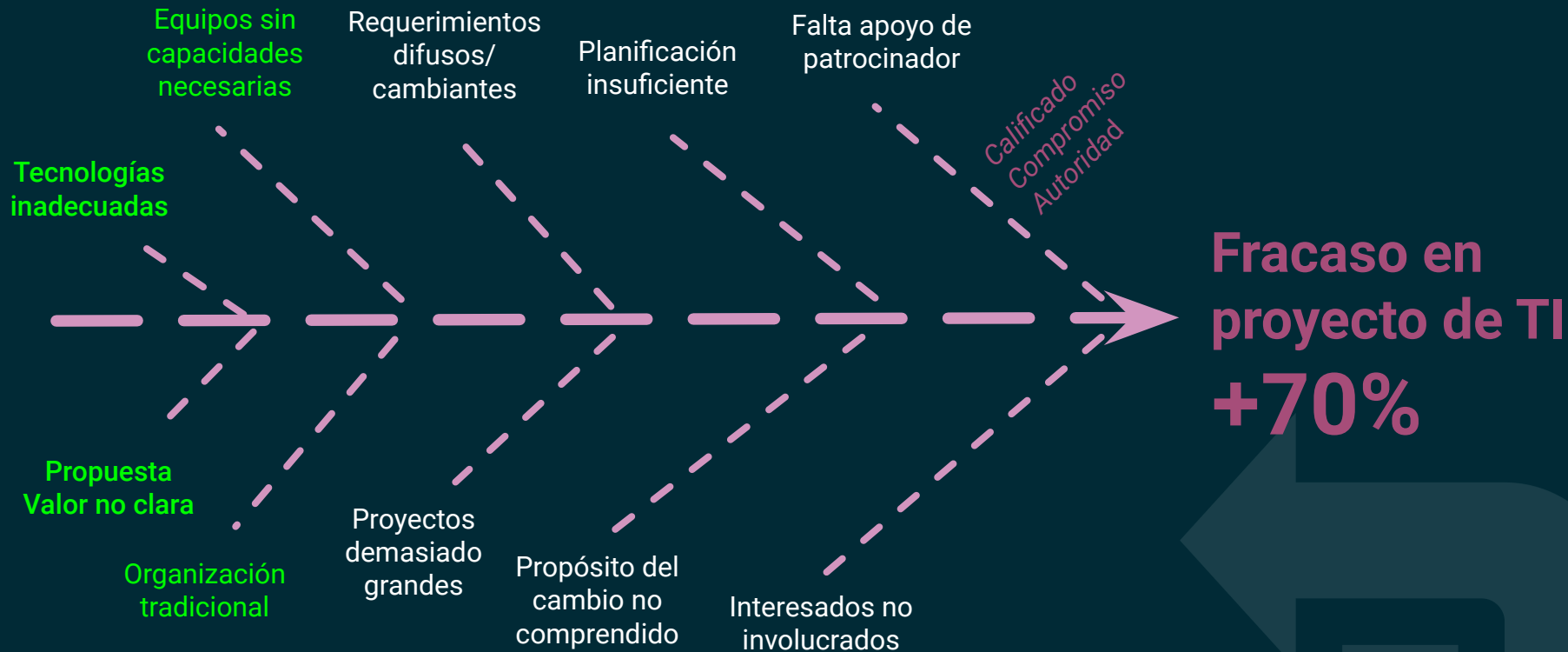
de las transformaciones
digitales fracasan



70%

de las causas de fracaso
están asociadas al factor
humano

Causas más frecuentes



Gestión del cambio organizacional

¿QUÉ ES?

Es un **conjunto de estrategias** que preparan a las personas (y por ende a sus organizaciones) para transitar de una forma de pensar/ actuar en otra

Es un proceso sistemático, de **mejora continua**



MUCHAS GRACIAS

Lorena Veiga - lveiga@genexusconsulting.com

Andréia Matonti - amatonti@genexusconsulting.com

Pía Badin - pbadin@genexusconsulting.com

Graciela Albornoz - galbornoz@genexusconsulting.com

