

Las fases de la transformación digital ¿Cuáles son?

Ya vimos en otros contenidos anteriores, [qué es la transformación digital y su estrategia](#), así como la [aplicación del concepto a la televisión](#). Hay expertos que hablan de 3,4 y aun 6 fases o etapas para lograr este propósito, que no es tanto cambiar de un estado a otro sino de un proceso de mejora continua y evolutivo, apelando a la tecnología actual y a la que se avizora en el futuro mediato.

Es lo que llama los entendidos el re-cableado digital de empresas para que se vuelvan ágiles y que no depende solamente de la [tecnología](#), está es solo una variable más dentro del ecosistema, como lo son las personas y la cultura.

Propulsores digitales clave como Internet (como una plataforma de accesibilidad ubicua), aplicaciones y competencia de código abierto (como una plataforma de conjunto de habilidades), la nube (como una plataforma de datos e informática omnipresente) y, últimamente, AI / ML (como un plataforma de descubrimiento de conocimientos) ayudan a las empresas a mejorar la productividad empresarial y las experiencias de los clientes. En este post vamos a registrar 6 etapas a desarrollar .

Negocios tradicionales

Empresas que siguen operando como siempre lo han hecho porque esto les funcionó en el pasado, sin tener en cuenta el cambio generacional ni la perspectiva de los consumidores que quieren agilidad, ahorro de tiempos y desplazamientos, facilidad de

compra y múltiples canales por ejemplo.

Netflix y Blockbuster son una buena representación de esto que estamos diciendo; Netflix le apostó al modelo como servicio mientras que la tradicional compañía de alquiler y venta de películas físicas declinó de manera notoria, no supo reaccionar ni prever.

Habilitación digital

Antes de la etapa de habilitación digital, muchas organizaciones sienten que se están ahogando y necesitan un cambio. Los procesos tardan demasiado y suelen depender del papel; la experiencia del cliente es mala; y los empleados se sienten estancados. Los problemas empujan a las organizaciones a entrar en preparar un esquema de una estrategia de digitalización con una misión y un objetivo claros.

Las Compañías están moviéndose poco a poco en procesos de digitalización y de automatización más que en términos de transformación digital; no obstante sus esfuerzos aún son dispares, poco coordinados, cada área o sección busca desordenadamente herramientas y métodos para lograrlo. Procuran optimizar procesos sencillos y sueltos.

La implementación de la mayoría de los sistemas de gestión de recursos empresariales, como SAP u Oracle, o la creación de un portal en línea para aceptar pedidos son ejemplos de esto. Estos esfuerzos están aislados y no existe una estrategia general de la empresa que impulse la transformación. El cambio está restringido a áreas en las que los líderes apasionados están impulsando un cambio disruptivo.

Algunos entendidos llaman a esto “sustitución”, a la modernización básica de TI para aprovechar nuevos modelos de consumo. En esta etapa, la digitalización lleva a las empresas a convertir las tareas comerciales orientadas al ser humano en diversas formas de «automatización», lo que significa que se

introducen o crean más aplicaciones como parte del flujo comercial. Esto comenzó con la automatización de tareas individuales bien definidas para mejorar la eficiencia.

Un ejemplo común son los sistemas IVR que responden preguntas comunes sobre un producto o servicio, pero es posible que deban entregarse a un representante humano. Las tareas individuales están automatizadas, pero no integradas de manera consistente.

Gartner define la optimización digital como «el proceso de utilizar tecnología digital para mejorar los procesos operativos o modelos comerciales existentes».

Formalización

Una vez que una empresa pasa a la etapa formalizada, comienza a ver la experimentación intencional de nuevas tecnologías, con visionarios clave y agentes de cambio dentro de la empresa que buscan la aceptación de los ejecutivos.

Es en esta etapa cuando es más probable que las empresas se encuentren con obstáculos puestos por la empresa. cultura. Para que una empresa vaya más allá de esto, debe realizar cambios en la cultura de la empresa para tener éxito.

Nivel estratégico



NIVEL ESTRATÉGICO

Cuando la institución ha logrado avanzar hasta este nivel, es porque ha logrado sortear los obstáculos de una cultura laboral arraigada y la aceptación de los ejecutivos y ha avanzado hacia la creación de una hoja de ruta estratégica.

Cuando la institución ha logrado avanzar hasta este nivel, es porque ha logrado sortear los obstáculos de una cultura laboral arraigada y la aceptación de los ejecutivos y ha avanzado hacia la creación de una hoja de ruta estratégica. Los grupos y departamentos individuales han reconocido el poder y la fuerza de la colaboración digital y están avanzando hacia inversiones en tecnologías que transformarán el negocio.

La empresa todavía está a solo un cambio de tecnología (o modelo de negocio) de ser interrumpida. La única forma de sobrevivir a las continuas amenazas de interrupción es hacer de las capacidades digitales y una cultura innovadora ágil una parte integral y continua de la empresa, no un cambio momentáneo. No es suficiente estar optimizado digitalmente por el momento.

Convergencia

La definición general de convergente es un par de líneas que se encuentran en un punto. Las empresas que han llegado al paso convergente de la transformación digital han desarrollado

un equipo de innovadores específico y dirigido para guiar a la empresa por un camino estratégico hacia la transformación. Estas empresas han superado los obstáculos culturales que tradicionalmente se ven cuando las empresas emprenden el viaje hacia la transformación y están bien encaminadas hacia el éxito.

ADN estructural

En la etapa del ADN vivo, la transformación se vuelve completamente sincronizada y continua. La compañía mantiene un liderazgo continuo en las tendencias de la industria porque es disciplinada en la innovación constante y en establecer las tendencias de la industria.

No es solo un líder del mercado; es un innovador disciplinado que aprovecha constantemente la tecnología digital: opera de forma totalmente digital, con una fuerza laboral con conocimientos digitales, la capacidad de proporcionar un valor creativo enormemente personalizado a los clientes y el modelo de negocio más innovador del mercado. Aquí es cuando lo digital se convierte en parte del ADN de la empresa.

Netflix es el mejor ejemplo de la transformación digital de esta etapa. Reinventó su modelo de negocio, desde los DVD enviados por correo hasta la transmisión de medios, el contenido original y la personalización global, todo en un período de 20 años.

Conclusión

Para posicionarse para el éxito a medida que el ritmo del cambio digital continúa acelerándose, las empresas deben moverse rápidamente con equipos más pequeños, aprovechar la nube y las API para empoderar a esos equipos, adoptar ecosistemas para acceder a nuevos mercados e invertir en inteligencia artificial para agregar más características que

harán las delicias de los clientes.

Leer también: [¿Por qué estamos cambiando a la nube y las tecnologías definidas por software?](#) ; [Finalmente, todo se conecta: el impacto comercial de la conectividad](#)