6 Claves para que las pymes acierten en su digitalización

Noticias 24hs | 28/08/2019

Las pymes deben apostar por la digitalización en sus procesos de trabajo para poder incrementar su productividad

Casi se puede afirmar que las pymes están obligadas a absorber la digitalización, pero, antes de esto, deben enfrentarse a una serie de retos.

Estos son los retos que los llevarán a incrementar las ventas y mejorar su productividad y beneficios y, para ello, muchas de las empresas optan por buscar como partner a una agencia de marketing especialista en el desarrollo de estrategias digitales, expertos en el sector y en la fórmula de éxito.

1. DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS

Las pymes deben apostar por la digitalización en sus procesos de trabajo para poder incrementar su productividad. Con esta y la inteligencia artificial, los negocios podrán ahorrar costes y hasta conocer los deseos de sus clientes para conseguir fidelizar y personalizar el servicio o producto que ofrecen, clave para poder crecer en un mercado donde no solo la calidad pesa sino cada vez más la eficiencia y la experiencia. De ahí que aliarse con empresas especializadas en consultoría estratégica podría ser un gran punto a su favor en la implementación de las TIC.

2. MOVILIDAD PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD

El cliente escoge cómo, cuándo, dónde y para qué quiere interactuar con la empresa. Y no sólo eso, sino que además espera un servicio contextualizado y personalizado. La capacidad de entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los nuevos clientes está siendo clave para mantener y asegurar la competitividad en el sector. De ahí la apuesta por el talento para retener y también para aumentar la productividad. Gracias a la interconectividad, Internet y las nuevas tecnologías las compañías dan más flexibilidad a sus empleados para trabajar desde casa y compatibilizar vida laboral y familiar.

3. OMNICANALIDAD Y PERSONALIZACIÓN

Entendemos por omnicanalidad la intención de crear sinergias y conexiones – tanto de comunicación interna como externa - entre todos los canales en los que está presente una marca o un negocio de tal manera que el cliente no aprecia diferencias entre ellos, sino que se suman. Se persigue una relación duradera y que pueda ir adaptándose al medio que mejor convenga al cliente, beneficiando su experiencia con la marca.

La estrategia omnicanal trae consigo toda una serie de ventajas para muchos de los procesos de venta y gestión de cualquier marca. Pero, también tiene entre otros muchos, retos que las empresas deberán superar y dominar para sobrevivir a esta transformación.

4. INTERNACIONALIZACIÓN

Los mercados están tomando un camino que tarde o temprano llevará a las pymes a internacionalizarse y no solo vender en el mercado nacional. Pero antes de dar ese paso se debe analizar bien la capacidad de la empresa y si es capaz de afrontarlo. Puede que aún no sea el momento. Y si esto es así, la idea de internacionalización no puede caer en el olvido y debe ser retomada cuanto antes.

5. SEGURIDAD

Una correcta ciberseguridad que vele por la integridad de activos físicos y digitales, la comunicación segura entre todos los actores, la privacidad de los datos empleados y el uso que se hace de ellos (desde el posicionamiento de un trabajador en las instalaciones, hasta los signos de fatiga en un conductor de maquinaria pesada).

6. BIG DATA E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El Big Data en la transformación digital es una gran cantidad de datos que, una vez analizados, permiten explotar oportunidades de negocio o mejorar la productividad de una organización gracias a un mejor conocimiento de los clientes, a la fidelización de los mismos, a buscar liderar el mercado, o incluso a conocer vías de negocio y oportunidades. Una buena gestión de todos estos datos lleva a reducir incluso costes al hacer más eficiente los procesos.

Este tipo de tecnología, sumada a la automatización, conseguirán que la experiencia cliente sea cada vez más personalizada y única. “La Inteligencia Artificial sumada a la automatización,

conseguirán que la experiencia cliente sea cada vez más personalizada y única.”

Es por ello que contar con una consultoría estratégica es de gran ayuda para poder hacer frente a estos retos con mayores garantías.

Autor: Redacción