

Mi empresa y la Transformación Digital



3w2
Proyectos
Digitales

ÍNDICE

Introducción	3
¿Por dónde empezar la transformación digital de nuestra empresa?	4
¿Cómo hacer la transformación digital?	5
Presencia y estrategia online	5
El marketing de contenido	7
El SEO y el SEM	8
Las redes sociales	9
Otras formas de anunciarte	10
El E-Commerce, tu tienda online	10
Hacer estadísticas con los datos de la analítica web	11
Conclusión	11

INTRODUCCIÓN

Hemos llegado a la total digitalización de la sociedad a nivel global, se requiere cambios estructurales a nivel tecnológico y humano para la implementación.

Es un cambio estructural en las organizaciones que da un papel esencial a la tecnología.

Después de un largo proceso, hemos llegado al momento de la **implementación de la tecnología digital** y no está de más analizar como hemos llegado hasta aquí, que necesitamos para llevarlo a cabo y con que finalidad.

Nos hemos visto, de forma progresiva, utilizando dispositivos, sitios web y aplicaciones que han facilitado nuestra vida a pesar del esfuerzo y el tiempo que hemos dedicado a aprender a usar las nuevas tecnologías. **Nos hemos dado cuenta de los beneficios y en muchos momentos hemos sopesado los pros y los contras de todo ello.**

Ya estamos acostumbrados al uso de Internet, tanto es así que no sabemos vivir sin nuestros dispositivos.

Es una buena noticia si tenemos en cuenta lo que podemos hacer con la tecnología digital y como nos puede ayudar en nuestra vida, en la familia, el ocio y el negocio.

La finalidad consiste en **vivir de forma digital** muchos de los ámbitos de nuestro día a día, aprendiendo a compaginar, con conocimientos suficientes, el uso de la tecnología digital, cambiando la cultura, cosa que implica cambios en nuestros hábitos personales y profesionales.

Gracias a la transformación digital, nos podemos plantear nuevas estrategias de negocio que nos permiten alcanzar los objetivos que nos marcamos.

¿Por qué las empresas necesitamos una transformación digital? La respuesta es muy sencilla, para **ser más competitivas** necesitamos adaptarnos a las demandas de los clientes, y eso quiere decir que éstos son más exigentes en cuanto a los servicios que ofrecemos y el tiempo en el que consiguen aquello que necesitan.

Nuestra obligación como empresa, es optimizar procesos y ser más competitivos, lo que requiere reorganizar nuestro modelo de negocio creando estrategias y cambiando aquellos aspectos clave, con el fin de **adaptarnos a Internet** implementando nuevas tecnologías.

En estos momentos de cambio constante, nuestra empresa necesita ser más competitiva y con capacidad de adaptación a medida que la tecnología evoluciona.

Actualmente ya podemos hablar de **mundo digital** porque estamos interconectados por dispositivos, y no solo nos referimos a personas, también esa conectividad es de personas a objetos y entre objetos. El internet de las cosas.

Estos cambios sociales nos empujan cada vez más a facilitar a nuestros clientes experiencias con nuestra empresa más allá de la comunicación tradicional, es decir, que nuestros productos o servicios también estén adaptados. Nos referimos a los procesos de creación, fabricación, elaboración, y como no comercialización para **obtener mayores beneficios**.

Ahora que ya sabemos todo esto ¡manos a la obra!

¿POR DÓNDE EMPEZAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE NUESTRA EMPRESA?

1. Definir la cultura de empresa, quiénes somos, cómo hacemos las cosas y a dónde queremos llegar.
2. Establecer equipos de trabajo para mejorar la organización.
3. Buscar el talento de cada persona para ubicarla en el lugar más adecuado dentro de la organización.
4. Departamento TI (Tecnología de la Información), contar con profesionales del sector tecnológico que nos orienten y faciliten la puesta a punto de nuestro negocio en Internet.

Si tenemos en cuenta estos factores, empezamos a ser competitivos, aunque no te confíes, aún queda un largo trabajo por hacer.

Una buena estrategia y la planificación **mejoran la eficacia del modelo de negocio**, se evalúan las cosas positivas en clave digital, se valora lo urgente y lo importante y se contempla la sostenibilidad del negocio teniendo en cuenta que pueda ser diferente al que nos habíamos planteado en un principio

Hay que tener en cuenta que la transformación digital requiere ser más eficaces y eso incluye como nos relacionamos con lo externo: Clientes, proveedores y distribuidores.

¿CÓMO HACER LA TRANSFORMACION DIGITAL?

Lo primero de todo es contar con el **compromiso de todos** los que trabajamos en la empresa, empezando por los directivos.

Es importante tener **formación**, conocer aquellas **herramientas digitales** que utilizamos y actualmente, gracias a que todos usamos de forma habitual diferentes dispositivos, ya tenemos hecho gran parte del trabajo.

Hablamos de **cultura de empresa**, ¿a qué nos referimos? Es importante conocernos a nosotros mismos y saber que imagen estamos transmitiendo al exterior. Nos referimos al concepto de marca, **lo que nos diferencia de los demás**.

Tener capacidad para **inventar, crear, innovar**. Hay empresas que han logrado combinar diferentes actividades logrando tener éxito con constancia y buen asesoramiento.

Utilizar todas las herramientas que nos sean favorables para **obtener información sobre clientes**, competencia y resultados de lo que vamos haciendo en Internet.

En este EBook te proporcionamos una guía estratégica para iniciar tu camino hacia el trabajo y la transformación digital.

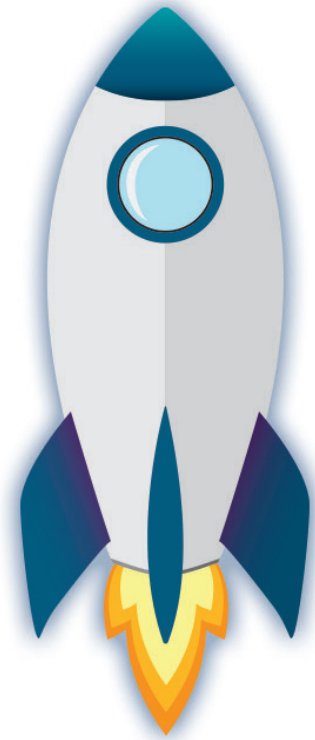
¡Empezamos!

PRESENCIA Y ESTRATEGIA ONLINE

Existen muchos recursos para tener presencia en Internet y sin duda la más recomendable es tener una **web optimizada**. También puedes usar otras alternativas que favorecen ser visible y que son compatibles y muy recomendables como son los directorios locales, las redes sociales o las aplicaciones para móviles.

La usabilidad y un buen diseño permiten ofrecer la imagen exacta de tu empresa y una experiencia satisfactoria para tus clientes.

Es necesario tener claros los objetivos y saber como está evolucionando tu estrategia siguiendo los procesos que te has marcado. **Destacar te hace más competitivo**. Observa a la competencia y ofrece a tus clientes lo mejor de ti mismo.



Las redes sociales facilitan mucho las cosas, un buen contacto con los clientes es indispensable para tu negocio, además tener una aplicación a través de la cual aparecerás en sus móviles para informarles de tus novedades, acaba por establecer la **credibilidad y confianza** que necesitas ofrecer a tus clientes.

Para una correcta presencia online, necesitas tener un sitio web y para ello un **servidor**, un **nombre de dominio** y saber usarla.

Tener un alojamiento en un buen servidor de pago te permite tomar todo tipo de decisiones y actuaciones que no dependen de terceros. La gestión de tu empresa online es sumamente importante como para dedicarle todas las atenciones necesarias para un buen funcionamiento.

Elige un buen nombre de dominio, lo más recomendable es que sea corto, que defina bien tu marca.

Estructura bien la web, con un buen menú que facilite la navegación y usa textos e imágenes de calidad. Usa las palabras adecuadas para explicar lo que haces, esto facilita las **búsquedas en los navegadores**.

Lo siguiente es planificar como lo vas a hacer para **conseguir conversiones**, es decir, ganar dinero, o como mínimo lograr obtener un correo electrónico de contacto para volver a contactar con los clientes potenciales. Piensa que cliente tipo es el objetivo de tu estrategia y por último, **organiza una campaña de marketing**.

Existen diferentes formas de llegar a tus clientes, tienes que saber donde están y como ir a buscarlos. A esto le llamamos **segmentación**.

No por ofrecer precios más baratos vas a conseguir más clientes online, se recomienda tener los mismos precios en tu negocio físico que en Internet.

La **analítica web** te permite constatar si tus estrategias van por buen camino.



EL MARKETING DE CONTENIDO

Una vez ya tienes tu sitio web en marcha, es momento de ocuparte de los contenidos.

Anteriormente hemos mencionado el uso de las palabras adecuadas (**keywords**) que tenemos que utilizar en los textos de nuestro sitio web, por lo tanto es positivo usar bien el blog.



El blog es el espacio donde vas a poder explicarlo todo, **publicar un buen post con las palabras clave**, facilita que te encuentren en los buscadores.

Y no solo eso, además puedes demostrar que sabes de lo que hablas, que entiendes a tu público y que tus clientes están comprando en el sitio apropiado.

Destacas, generas confianza y aumenta de valor tu empresa.

Esto requiere planificar bien como vas a explicarlo para lograr tus objetivos, desarrollando una buena imagen y potenciar tu marca en el mercado.

Publica lo correcto para el público adecuado en el momento preciso y conecta con los clientes mediante el correo electrónico y las redes sociales planificando bien tu campaña de marketing.

Los cuatro **pilares básicos del marketing** de contenido son, el **entretenimiento**, la **inspiración**, la **educación** y por último, **convencer**.

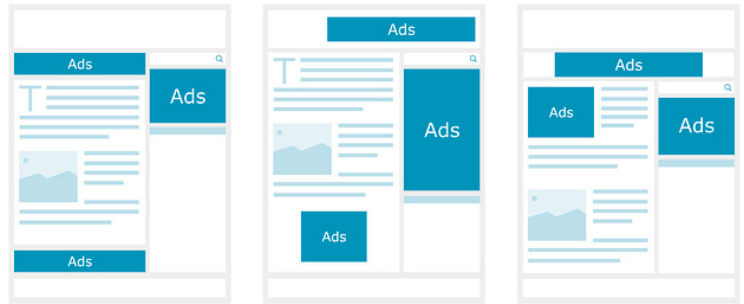
Si consigues captar la atención del público, cubriendo sus necesidades y de forma que les sorprenda, lograrás que los clientes interactúen con tu marca así como conseguir atraer de nuevos.

Para conocer el impacto de tus contenidos puedes utilizar herramientas de analítica web, que te irán orientando hacia donde y como dirigir tus acciones online.

EL SEO Y EL SEM

Con el SEO (la **optimización en buscadores**), logramos posicionar nuestro sitio web, es la forma de conseguir buenos resultados de **posicionamiento de forma orgánica** (natural y sin coste) a través de las palabras clave (*keywords*).

El SEM, son las **herramientas de publicidad de pago** para publicar anuncios en buscadores que permiten que tus contenidos se vean los primeros, que destaquen entre los demás y están sujetos a subasta. El diseño de un buen anuncio con las **palabras clave adecuadas consigue más clics**.

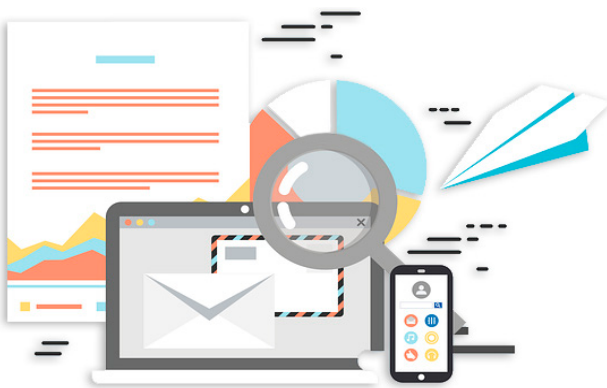


Como los **buscadores rastrean Internet**, siguen unas pautas lógicas que les permiten ordenar todo lo que encuentran a su paso.

Esa es la razón por la que hacer buenos títulos, descripciones, nombres de los archivos, tanto si son imágenes, audios, pdf, etc., para que esos motores de búsqueda nos encuentren y nos enseñen cuando un usuario busca mediante una palabra o frase.

Si tu público objetivo está en otros países, ten en cuenta factores como el idioma, la localización o la fiscalidad, todos tienen que tener una buena experiencia al visitar tu sitio web.

Necesitas que tu web esté en **diferentes idiomas**, no te recomendamos los traductores automáticos, ya que no van a interpretar tus intenciones, así como tampoco sabrán utilizar las expresiones autóctonas.



Si tenemos en cuenta los **móviles**, nuestra estrategia de marketing de contenidos irá encaminada a estos dispositivos que van de la mano con el cliente a todas horas y en todas partes.

El contenido relevante, la carga rápida, una navegación sencilla, la localización mediante el GPS y las aplicaciones son tu mejor aliado en la publicidad de tu negocio.

No te olvides del **Email marketing**, llevamos el correo electrónico en el móvil. Una buena plantilla **responsive** hará que el mensaje llegue limpio y claro a los clientes.

LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales son el espacio que utilizamos para estar **conectados con los clientes**. Conversamos con ellos y nos conocemos. Siempre con una actitud natural y moderada para no saturar. Es el lugar ideal para darte a conocer y ofrecer lo mejor de tu empresa.

Es necesario saber moderar los comentarios y ser pulcros en la gestión. Cualquier acción deja impresa una sensación y ésta necesita ser bien gestionada. Procuremos evitar los comentarios en las publicaciones personales de los clientes.

Investiga que red social es la más adecuada a tu negocio. Si buscas profesionales, si utilizas fotos, si es un evento, etc.



Ten claros los objetivos creando un plan de acción para definir tu estrategia en redes sociales para mejorar la marca de empresa y consigue que tus contenidos sean compartidos con la finalidad de conseguir más clientes.

Hay **herramientas de gestión** que te ayudan a gestionar las publicaciones en redes sociales, ésto siempre lleva tiempo y automatizar procesos **nos ahorran trabajo**.

Para conseguir llegar a la audiencia, la publicidad en las redes sociales es una opción de inversión, haciendo presupuestos concisos y estratégicos, ya que puedes dirigir los mensajes al lugar y personas que estás buscando.

Una vez más, utiliza la **analítica** para averiguar si tus acciones publicitarias están dando los frutos deseados.

OTRAS FORMAS DE ANUNCIARTE



Otras formas de anunciarte es con la publicidad de **display**. Estas campañas publicitarias se basan en la conexión entre tu y las empresas que venden espacios para la publicidad.

Una vez has conseguido visitantes a tu sitio web, con el **retargeting** puedes conseguir que visiten nuevamente tu espacio, pasar por el “embudo” y que hagan conversiones.

El **vídeo** es actualmente muy utilizado ya que logras una agradable experiencia online. En muy poco tiempo puedes decir mucho, pueden hacerse virales y también pueden incluir anuncios para llevar a tus seguidores a comprar.

EL E-COMMERCE, TU TIENDA ONLINE

Los factores imprescindibles para **aumentar tus ventas mediante la tienda online** son: la **optimización del sitio web**, los **métodos de pago** y la **gestión de los pedidos**.

Cuando un cliente entra en tu tienda online, necesita sentir una experiencia tan real como estar en una tienda física, que todo vaya fluido y que pagar sea sencillo. La gestión de los pedidos y el seguimiento del envío facilita fidelizar a los clientes.

Debes tener en cuenta y mejorar en la medida de lo posible, la **usabilidad en los diferentes dispositivos**, una navegación cómoda que facilite la búsqueda de productos o servicios, unas páginas de producto con **buenas imágenes y textos**, la comodidad de los procesos de compra con la **cuenta de cliente** y una clara y sencilla **forma de pago**.

En este caso, **volvemos a recomendar la analítica web**. Puedes observar el comportamiento de los visitantes a tu tienda online, lo que te ayuda a mejorar, sobretodo si no obtienes ventas.

Pon en marcha la creatividad para promocionar tus productos o servicios y consigue esas ventas tan deseadas.

En el comercio electrónico también se utiliza el retargeting. Piensa en un cliente que ha visitado la página de un producto y no ha finalizado el **proceso de compra**, puedes conseguir aparecer, mediante la publicidad en cualquier sitio web que esté visitando.



HACER ESTADÍSTICAS CON LOS DATOS DE LA ANALÍTICA WEB

Si hay algo valioso, es la información. Internet es infinitamente grande y **conocer como actúan tus clientes** te permite no ir a ciegas en las acciones que realizas para **trabajar de forma eficiente logrando tus objetivos**.

Con herramientas de analítica web, **mides los datos de las búsquedas orgánicas**, sabes como están funcionando las **campañas de publicidad pago**, te ayudan a **planificar mejor la segmentación y conseguir mejores datos en futuras estrategias**.

CONCLUSIÓN

La crisis sanitaria ha puesto en jaque a las empresas de todo el mundo, es imprescindible para la continuidad de nuestros negocios, hacer la transformación digital para que el trabajo de décadas no se hunda de un día para otro.

La transformación digital de tu negocio pasa por la adaptación a la tecnología digital.

Es necesario tomar conciencia que hay que trabajar con equipos de personas capacitadas tecnológicamente.

Hemos explicado que la implementación nos hace más eficientes, llegamos de forma adecuada a nuestros clientes lo que hace aumentar los ingresos de la empresa.

La flexibilidad para adaptarnos a los cambios del mercado nos hace mejorar en la innovación y la colaboración que, junto con el análisis de los datos nos permite conseguir una buena organización empresarial que nos haga alcanzar los objetivos de negocio deseados: aumentar los ingresos.

Hemos pasado de lo analógico a lo digital, siguiendo un proceso hasta llegar a la total digitalización en todos los aspectos de la sociedad, primero en ámbitos empresariales y después en lo público. Saltando las barreras culturales para tener más oportunidades de negocio y transformar los sistemas socio-económicos manteniendo la presencia en lo físico y en línea.

Los gobiernos electrónicos harán más accesible a las personas los recursos, siendo más eficientes, transparentes, justos e igualitarios, generando más equidad, confianza y respeto en los procesos digitales.

Es necesario un cambio de mentalidad por parte de todos para favorecer una nueva cultura hacia la Transformación Digital.

Aceptemos el cambio aplicando el uso de la tecnología digital necesaria en nuestras empresas. La dirección de los proyectos tienen la responsabilidad de usar formas de gestión adecuadas a los tiempos, mediante software o hardware apropiados que permitan analizar en todo momento la marcha del negocio.

La implementación requiere de equipos de IT, como 3w2.

Te ofrecemos los planes más completos enfocados para marcar los objetivos mediante los procesos necesarios en el tiempo.



info@3w2.eu | www.3w2.eu

 [@3w2.eu](https://www.facebook.com/3w2.eu)  [@3w2_eu](https://www.instagram.com/3w2_eu)  [3w2](https://www.youtube.com/3w2)

“Mi Empresa y la Transformación Digital” por 3w2 | 2020