



La digitalización es el cambio más importante de la historia

La explosión de la era digital ha coincidido con la globalización. A diferencia de otras transiciones, esta está sincronizada mundialmente. Las nuevas tecnologías están conduciendo a un cambio fundamental en el trabajo humano, la organización de las empresas, el comercio y los negocios. ¿Estamos preparados?

Según múltiples y diversos estudios, son pocas las empresas que han entrado por completo en la era digital. En cambio, los clientes sí lo han hecho y les llevan una considerable ventaja. Según la compañía de investigación de mercados Forrester, en dos años, el 74% de la población tendrá un smartphone y ya hoy los usuarios utilizan más estas plataformas que su ordenador de sobremesa. Cuando un niño entra en una escuela o un empleado en su oficina, muchas veces sienten que retroceden al pasado. En las casas ya no hay enciclopedias, la nube sustituye a las estanterías, en los coches nuevos no hay mapas y el Instituto Nacional de Estadística (INE) afirma que más de la mitad de los solteros españoles busca pareja en Internet.

Está claro que los avances en tecnología digital están diversificando las posibilidades comunicativas en todos los ámbitos de nuestra sociedad. Se han creado y se están creando numerosos medios o canales que han modificado los modelos existentes, sin posibilidad a la vuelta atrás. La transición de las organizaciones a este entorno digital no es siempre fácil, aunque sí es necesario.

La digitalización es el cambio más importante de la historia desde la invención de la escritura. En España actualmente ya se calculan 3,4 pantallas/persona

(smartphone, tablet, pc, tv,...) donde consultar información. El cliente/consumidor busca información en la red, y no sabe lo que quiere hasta que se lo enseñamos. De ahí la importancia de nuestra presencia y sobretodo de gestionar de forma correcta nuestros contenidos, nuestro mensaje. A día de hoy en Estados Unidos, por ejemplo, más de la mitad de las compras son influenciadas por experiencias digitales. Hay que estar muy atentos, pues, a esta cuestión e integrar y aprovechar los nuevos canales de distribución que nos ofrece la digitalización en nuestra empresa. Las ideas son la base del cambio de los negocios.

La digitalización de la empresa no es un proyecto a futuro, es una realidad y una necesidad vital

Internet para gusto o desgracia de algunos, permite la visibilidad de negocios, clientes, proveedores, consumidores y, en general, de todo aquel que quiere darse a conocer a él mismo, a su actividad o a su producto. Este medio es un arma de doble filo, pues quien no aparece en internet, no existe. Ya no es ne-



La formación es la mejor vacuna contra el miedo a la innovación

Si pudiéramos definir con una forma geométrica al avance de las nuevas tecnologías de la comunicación está claro que lo haríamos con una espiral. La velocidad de avance de las mismas es cada vez mayor. En este contexto, aparece como imprescindible conseguir que esta espiral tecnológica no atropelle a las empresas y que estas puedan al mismo tiempo aprovechar la innovación como palanca que sustente su futuro.

Posiblemente esta sea una de las principales conclusiones obtenidas en las JORNADAS "MARKETING Y CAFÉ", organizadas conjuntamente por el FORUM CULTURAL DEL CAFÉ y ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL y que se celebraron los días 20 y 21 de enero en las instalaciones del Campus de Barcelona de ESIC.

En las jornadas se abordaron temas claves para el futuro de las empresas como la necesaria fidelización de unos clientes y consumidores, que han cambiado sus pautas de comportamiento y a los que hemos de llegar con nuevas estrategias de comunicación. Nuevas estrategias y nuevos modelos en los que el mundo digital adquiere un protagonismo esencial.

Esto obliga a un constante proceso de innovación en las empresas que debe ser transversal y afectar de forma profunda a todos los ámbitos de las organizaciones. Desde la esfera comercial y de relación con los clientes hasta la organización interna.

Pero resulta que la Innovación en las organizaciones es un punto de alta sensibilidad que genera miedos, reticencias, anticuerpos y toda clase de frenos y actitudes de rechazo. Pero es normal. Tener temor a lo desconocido es absolutamente normal. El trabajo gerencial deberá ser el de cambiar estas actitudes y no olvidar que la mayoría de las veces, la resistencia al cambio se vence simplemente a través de la formación. Cuando las personas se ven capaces de afrontar los cambios, su comportamiento frente a ellos varía de forma radical, pasando de generar actitudes de freno a entender el proceso y convirtiéndose incluso en defensoras activas del proceso. La formación es la mejor vacuna contra los miedos a la innovación y el mejor acelerador para su implementación.

Josep Ramon Meseguer Planas

*Director de Programas In Company Executive Education
ESIC Campus Barcelona BUSINESS & MARKETING SCHOOL*

cesario ser una empresa cotizada en bolsa o presidir un gran banco para poder contar con una plataforma desde la que proyectar nuestro negocio a los clientes que conocemos y a los que no.

Internet ofrece la posibilidad de dar a conocer nuestra empresa y nuestra marca. En el primer caso, la compañía debe dar buena imagen con todos los medios y actuaciones que estén a su alcance. En cambio, en el segundo caso, la empresa no puede hacer nada directamente ya que son los clientes quienes provocan la reputación. Conocer sus necesidades, ofrecerles lo que buscan,... es básico para que estos clientes nos ayuden a crearnos una buena reputación, o incluso, si se da el caso, nos ayuden a corregir alguna mala.

La efectividad de las fuerzas móviles de venta está ya contrastada

Los medios que nos ofrece la digitalización y más concretamente la red para ser visibles al mundo son muchos

y variados, siendo, la página web, las redes sociales, los blogs y los newsletter algunas de los más efectivos.

La página Web es el principal medio para ser visible, una puerta abierta en internet a nuestra compañía, en el que encontrar información válida y útil para quienes estén buscando una empresa o un producto como el nuestro. Además de un diseño atractivo, la web también debe tener en cuenta la facilidad de lectura, la facilidad de búsqueda de información y un buen posicionamiento.

Los blogs, por su parte, son los "hermanos pequeños" de las páginas web. Más fáciles de crear y de utilizar, permiten tener el máximo contenido posible actualizado a un bajo coste y con mucha interactividad. Su inconveniente son los posibles comentarios negativos que puedan dejar algunos usuarios, su imprevisibilidad y posible pérdida de control del mensaje y la necesaria frecuencia de actualización.

Un medio que no para de crecer es el de las redes sociales, un canal que sobresale por su bajo coste y facilidad para llegar a un público muy concreto e interesado, favoreciendo de este modo la máxima interacción y el efecto multiplicador del mensaje. Gracias a la creación de un grupo concreto

de contactos directos con el negocio, podremos informar de novedades, promociones, descuentos, concursos, opiniones,... Esta afinidad y cercanía, sin embargo, nos obligan a la vez a marcar una periodicidad continuada de publicación con el fin de mantener el perfil vivo y activo, lo cual implica a la vez, una inversión importante en tiempo siguiendo las conversaciones o los diferentes grupos que surgen.

En España actualmente ya se calculan 3,4 pantallas/persona (smartphone, tablet, pc, tv,...) donde consultar información

Otros canales efectivos son por ejemplo, los foros de discusión temáticos. Estos permiten recibir el feedback de los clientes, ya que se trata de foros especializados en ámbitos concretos de interés. Como en el caso de los blogs o de las redes sociales, requieren de constancia y también de dedicación para estar al corriente de las novedades y para ganarse la confianza de los usuarios, miembros...clientes. La honestidad es muy importante en este medio, ya que es aquí donde podremos modificar la reputación del negocio, respondiendo a las críticas negativas y originando críticas y respuestas positivas. En los foros, el punto más importante es el de los clientes. Gracias a este tipo de medio, podemos conocer su satisfacción, los aspectos susceptibles de ser modificados, mejorados, los puntos fuertes,... y a la vez motivar a futuros clientes. También podremos controlar las opiniones negativas, de manera que podremos contestar e intentar solucionar los inconvenientes.

Comunicación - digitalización interna

A nivel interno, las nuevas herramientas digitales permiten optimizar los procesos de la empresa, facilitando desde la gestión de pedidos, por ejemplo, a la comunicación con el personal y colaboradores. La efectividad de las fuerzas móviles de venta está ya contrastada.

La digitalización de la empresa no es un proyecto a futuro, es una realidad y una necesidad vital para todas aquellas compañías que quieran tener posibilidades de competir. En el mundo digital la tipología de la empresa, pequeña, mediana o grande no es impedimento para desarrollarse. El único riesgo que existe en el proceso de digitalización de nuestra empresa es no intentarlo!

Estos son algunos de los conceptos que se abordaron en las dos jornadas "Márketing Café" Fórum Café - ESIC, organizadas en Barcelona hace unas semanas y en las que seis profesores de esta prestigiosa escuela de negocios y 12 profesionales de diferentes ámbitos aportaron su experiencia y estrategia en la digitalización empresarial. Enric Jové, Managing Director de McCann, Jesús Oliver de Wow time Media o Albert Rof, entre otros, estuvieron al frente de "Marketing Café".

El seminario, que contó con una participación de 26 alumnos, todos relacionados con la industria del café y afines, forma parte del programa de formación específica de Fórum Café para este 2015, en el que se incluyen otros cursos monográficos sobre aspectos concretos del mundo del café como "Coffee Process", programado para el 25 y 26 de Marzo en Sant Boi de Llobregat (Barcelona).

S.C.



Azúcar

Bolsita
Tubo
Piramidal
Con agitador
Terrón




Tipos de azúcar:

- Blanco
- Moreno
- De colores
- Ecológico
- Comercio Justo
- Con Aromas
- Funcionales




Envasado en polipropileno blanco, transparente o biodegradable, y papeles obtenidos de madera sostenible con certificado FSC.



Edulcorantes tradicionales y de Stevia



* Todos los productos están fabricados con las máximas exigencias de Seguridad Alimentaria bajo la certificación internacional IFS.

Cafés gourmet

Maquinaria para hostelería

Servicio técnico propio




Calle Castelar, 62.
50.013 Zaragoza
Tlf. 976 411 937 - Fax 976 411 447
cafes-ays@cafes-ays.com
www.cafesays.es



Promerca
T. 902 12 21 12

comercial@promerca.com
www.promerca.com

Sigue a Promerca en:

