



ÚLTIMAS NOTICIAS: Países de la región deben fortalecer su institucionalidad: Cepal



Share

Share

ALTA GERENCIA Martes, Mayo 28, 2013 to

# Transición del mundo físico al mundo digital (IV)

**Bogotá\_** En los anteriores tres artículos, he hablado de las bases principales que deben tomar las empresas cuando deseen hacer una transición exitosa y estratégica al mundo digital, puntualmente a Internet. Hoy hablo del último eslabón de este proceso, que es pasar de la estrategia a la táctica.

Antes de continuar quiero anotar que este proceso de definición estratégica yo lo abordé con mis clientes en procesos de consultorías que duran desde un par de meses hasta más de un año, dependiendo del tipo y tamaño de empresa. Hago esta aclaración, por que estos 4 artículos han aparecido en menos de un mes y no quiero crear la impresión que este es el tiempo que toma este proceso. Una estrategia en Internet bien definida toma su tiempo y mi recomendación es tomar esto con calma y es mejor actuar con cabeza fría para lograr los mejores resultados.

Retomando con la ejecución, existen varios prerrequisitos que debemos tomar en cuenta. El primero es que la estrategia esté lo suficientemente desarrollada e incluso “madura” para poderla aplicar en Internet. Debemos entender que esta estrategia es un lineamiento general, pero que dadas las condiciones cambiantes de Internet, debemos estar preparados a acomodarnos y aplicar cambios.

La segunda condición es que debemos definir el mejor equipo técnico que desarrolle la estrategia. Es muy relativo definir qué es el “mejor equipo”, pero usualmente lo que buscamos es personas idóneas en temas de Internet, que además entiendan de temas administrativos, como ventas y mercadeo. Esto puede ser un equipo interno de la empresa o una empresa o individuo externo.

En el mercado de soluciones de Internet, encontrará todo tipo de ofertas. Las hay económicas y costosas, así como excelentes, buenas y muy malas. Hay algunas que se enfocan en el aspecto gráfico y otras en el técnico. Algunas buscan ofrecer soluciones estandarizadas y otras soluciones a la medida de los clientes. Con los criterios definidos en la estrategia, debe definir quién o quiénes son las personas o empresas más idóneas para ejecutar esta solución. Si está siendo asesorado por una persona o empresa externa, esta le podrá ayudar a tomar la decisión más acertada.

Independientemente de quién o quiénes contrate, este grupo debe permearse de la estrategia definida. Entre otros, tienen que entender las justificaciones de la estrategia, lo que esperan de esta y las métricas. También deben entender que la solución tiene que ser única, memorable y ajustarse a las necesidades puntuales de su organización. En este punto, es recomendable alejarse de las soluciones por planes. Es mejor opción una solución que fue diseñada para los requerimientos de su organización.



## Lo + Leído

1. Colombina entra al nicho de bebidas con Livsmart
2. Sancho BBDO y Lippincott renuevan la imagen de Avianca
3. Colombia respaldará la entrada de EE.UU. a la Alianza del Pacífico
4. Hasta 9 años de cárcel pagarían los responsables del caso Interbolsa
5. El dólar alcanza los \$1.900, la meta del ministro Cárdenas



En este punto seguramente usted recibirá muchas propuestas, algunas por varios millones de pesos. La solución más costosa por sí sola no garantiza que es la mejor, pero tome en cuenta que usted está buscando soluciones y que está buscando un retorno sobre la misma. Si selecciona la opción más económica, es posible que está no se ajuste a los requerimientos estratégicos que ha planteado. Dude mucho, en especial si entre las opciones cotizadas, hay una que se resalta por su bajo valor.

Junto con el diseño gráfico, se debe analizar el tema de usabilidad. Este es un tema que usualmente es ignorado por las empresas pero que es vital para los usuarios. Este término, en el caso de Internet, se refiere a que tan fácil y lógico es navegar y encontrar información en la página web. En la definición estratégica se debe abordar este tema, pero igualmente es importante que quien ejecute, lo maneje. Por ejemplo, con frecuencia veo páginas que gráficamente son muy agradables, pero son difíciles de navegar.

En el proceso de diseño de la página (o presencia en redes sociales o lista de correo electrónico), involucre en lo posible a usuarios finales para ver cómo se comportan. Analice sus reacciones y sugiera mejoras basado en sus recomendaciones.

Los anteriores elementos le ayudarán a tener una estrategia y táctica coherente. Esto por si solo no le garantizará el éxito, pero minimiza los riesgos. Finalmente recuerde que deberá mantener la presencia, evolucionarla, crecerla e interactuar con los usuarios, entre otros.

#### Andrés Julián Gómez Montes

Consultor en Innovación y Estrategias Empresariales



Add a comment...

Post to Facebook

Posting as Andrés Julián Gómez (Change)

Comment

Facebook social plugin

© 2013, Editorial EL GLOBO. Todos los derechos reservados. | Calle 25D Bis 102A-63 | 4227600

Términos y Condiciones | Política de Privacidad | Superintendencia de Industria y Comercio

Comercio Exterior Alta Gerencia Finanzas Responsabilidad Social Infraestructura Consumo

Automotores Finanzas Personales Tecnología Multimedia Twitter Financiero

Agronegocios Asuntos Legales Foros LR

Contacto Suscripciones Pate con Nosotros

Aviso Legal Quienes Somos

imaginamos.com

Aplicación Blackberry