

ACTION TANK 2 – TRANSFORMACIÓN

Jornada 3 – Transformación del negocio

Conclusiones

Equipo *Action Tank*

Nombre	Apellido	Título	Empresa
Alejandra	García	Técnico de Calidad	UCJC
Antonio	Lozoya	Responsable Evaluación de Calidad	METRO DE MADRID
Elena	Alconchel	Responsable Estrategia Corporativa	IBERCAJA
Jara	Sepúlveda	Responsable de Proyectos	TELFÓNICA EDUCACIÓN DIGITAL.
Julio	Plaza	Responsable Trasnformación	METRO DE MADRID
Maria	Gonzalez	Digital Transformation Manager	ENAGÁS
Miguel Ángel	Diaz	Responsbale de Calidad	TELFÓNICA EDUCACIÓN DIGITAL.
Miquel	Grane	Director	CLUB EXCELENCIA EN GESTIÓN
Monica	Nájera	Dirección	QUALITAS MANAGEMENT
Pilar	Romero	Estrategia Corporativa	IBERCAJA
Raquel	Aranguren	Asociado en Sostenibilidad, RSC e Innovación	RESULTA2
Sergi	Artigas	Directo de Estrategia en Innovación	LEITAT
Silvia	Pascual	Consultor Senior EFQM	QUALITAS MANAGEMENT

Identificadas inicialmente 20 claves con impacto en la transformación del negocio

1. Innovación abierta
2. EL cliente en el centro de la estrategia
3. Desarrollar un modelo de plataforma
4. Pensar en grande
5. Empezar por definir y comunicar(relatar) el viaje de la transformación
6. Promover la participación de los equipos interdisciplinar
7. Alinear tecnología y negocio
8. Incorporar de talento interno y externo
9. Formación
10. Establecer mapa de procesos, objetivos y pauta para la Transformación
11. Agilidad en prototipado y testing con el cliente
12. Incubadora de ideas
13. Quick Wins
14. Diseñar muy bien la propuesta de valor para el cliente (C,E,P)
15. Alianzas con terceros para mejorar y ampliar la oferta
16. Cultura: Todos implicados/preparados en el proceso de cambio
17. La gestión inteligente de los datos
18. Riesgos de transformarse y los de no transformarse
19. Identificación y eliminación frenos para la transformación
20. Garantizar sentido de urgencia y compromiso de la Dirección

Concreción en las 7 Claves para la transformación del negocio

20 claves iniciales

Identificación por los participantes de las 7 claves más relevantes

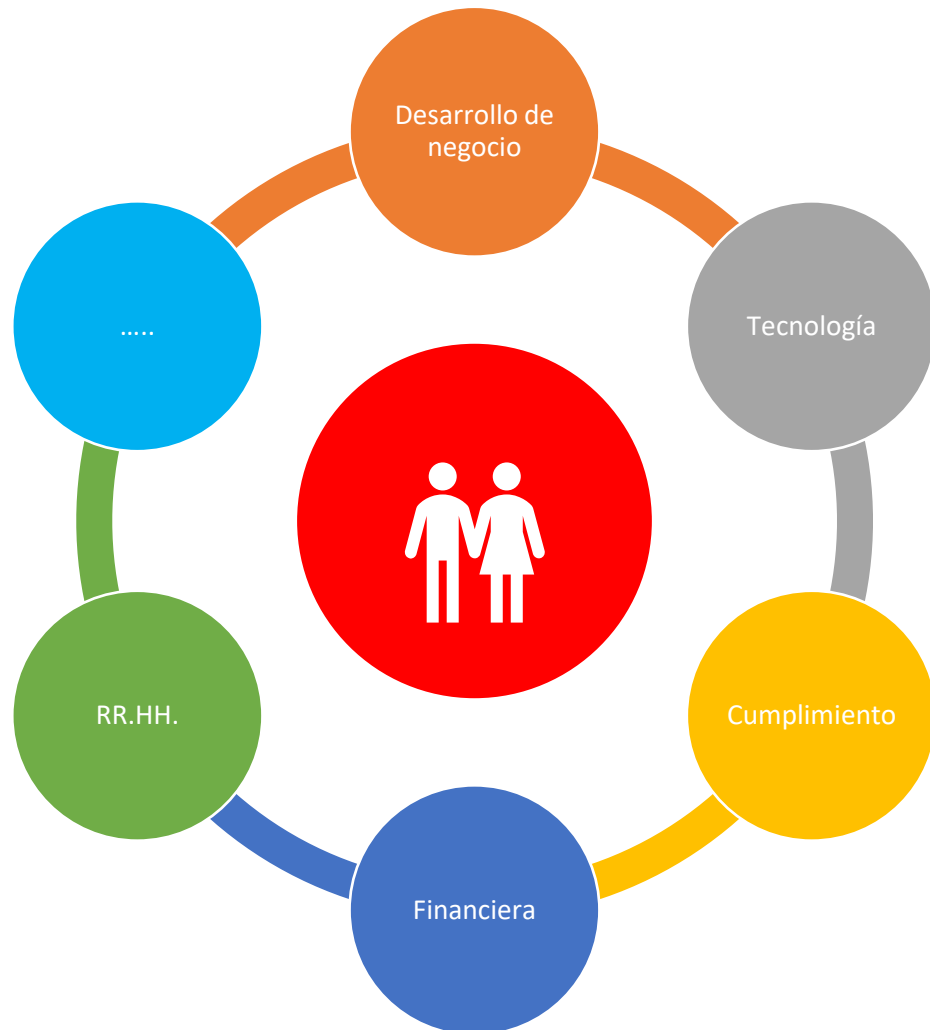
- 1. Empezar por definir y relatar el viaje de la transformación**
- 2. Innovación abierta**
- 3. El cliente en el centro de la estrategia**
- 4. La tecnología facilitadora de la transformación y alinead con el negocio**
- 5. Incorporar el talento interno y externo**
- 6. Promover una cultura participativa y resiliente**
- 7. Garantizar el sentido de urgencia y compromiso de la Dirección**

1. Empezar por definir y relatar el viaje de la transformación

- La transformación es un eje esencial de la estrategia de las organizaciones.
- El proceso (el camino) de la transformación tiene que estar definido con precisión y trasladar la visión del futuro de la compañía.
- La comunicación tienen como objetivo que todos los profesionales de la organización, entiendan los motivos y objetivos de la transformación y se movilicen al cambio.
- Comunicación: clara, sistemática (no cuando los jefes tienen algo que comunicar) y bidireccional (escuchando las opiniones de los equipos).
- “Nunca olvides tu meta, pero disfruta el recorrido” (del viaje a Itaca) es necesario trasladar un mensaje de desarrollo y aprendizaje.

2. Situar al cliente en el centro de la Transformación del negocio

Todas las funciones de la organización orientadas al cliente y colaborando para generar la mejor experiencia



2. Situar al cliente en el centro de la Transformación del negocio



3. Innovación abierta

Principios

No toda la gente talentosa trabaja para nosotros

Una combinación de I+D interna y externa generar un enorme valor

En las prácticas tradicionales de I+D, ganan las empresas que crean más y tienen las mejores ideas

La innovación abierta consiste en aprovechar al máximo las ideas internas y externas

La complejidad actual convierte la colaboración en un valor diferencial

3. Innovación abierta

Impacto en la empresa

Apertura a nuevas ideas

Aumentan las redes y las fuentes de información

Mejora la experiencia de los clientes

Identificación de nuevos modelos de negocio

Atrae y desarrolla el talento interno y externo

3. Innovación abierta: la colaboración en acción



4. La tecnología como facilitadora de la transformación y alineada con el negocio

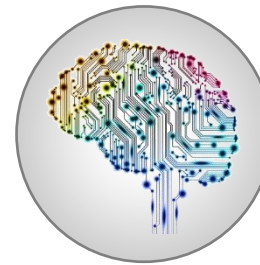
1. Incorpora las nuevas capacidades digitales



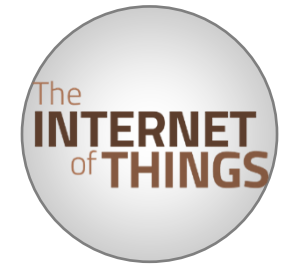
Gestión masiva de información



Eficiencia, movilidad y rapidez



Automatización y personalización



Dataficación de lo físico



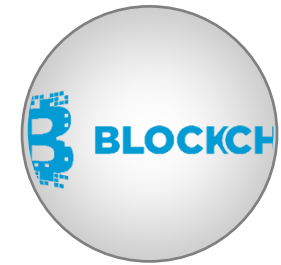
Confianza



Rendimiento
Latencia
Seguridad



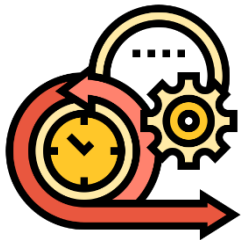
Experiencia de cliente



Identidad y transparencia

4. La tecnología como facilitadora de la transformación y alineada con el negocio

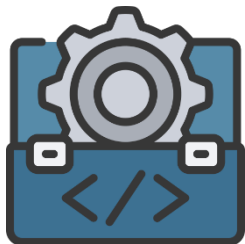
2. Impulsa las nuevas formas de trabajar



Agile



Lean



Devops



Design
Thinking

- Experiencia de cliente
- Time to market
- Eficiencia

5. Atracción del talento (interno y externo)

- Es una oportunidad para “rescatar” el talento interno
 - Capacidades ocultas en la organización realizando actividades rutinarias (p.e. ingenieros, matemáticos, ...), cuyo perfil es de gran valor en la nueva economía.
 - Personas proactivas a los cambios que se pueden convertir en líderes informales del cambio
- Incorporación a la organización del talento externo imprescindible que, además de sus capacidades técnicas, incorpore nuevas ideas en la compañía.
- Identificar talento externo de valor para proyectos concretos. “Capacidades on demand”

6. Transformación Cultural

El cambio cultura también tiene su hoja de ruta.

1. Definir los rasgos culturales de la organización de acuerdo con su propósito
2. Mapa de la cultura. Diagnóstico del nivel de adopción de esa cultura en la compañía. Cual es la situación, por ejemplo, respecto a:
 - Orientación el cliente
 - Espíritu innovador
 - Colaboración
 - Aprendizaje continuo
 - Ética
 - Desarrollo Sostenible
 - ...
- Plan concreto (personalizado) para avanzar hacia la cultura deseada.

El cambio cultural se produce cuando se genera el cambio de hábitos en las personas que trabajan en la organización.

7. Sentido de urgencia y compromiso de la dirección

“Las empresas, y especialmente su dirección, tienen que vigilar el mundo digital y ser plenamente conscientes de las oportunidades, sí, pero también de las amenazas que trae consigo. Y, alcanzada esa certeza, deben reaccionar y rápido”

Digital Scale

“Independientemente de cuán bien posicionada esté una empresa, si la gerencia subestima el potencial de cambio que la digitalización plantea a su modelo de negocio, corre el riesgo final. Y aquellos que ven el cambio pero retrasan su respuesta para no poner en peligro sus ingresos actuales están adoptando una postura prácticamente suicida”

Del caso Blockbuster vs Netflix

¡MUCHAS GRACIAS!
www.clubexcelencia.org

Compartiendo y mejorando juntos



Club Excelencia
en Gestión



Club Excelencia
en Gestión



@Club_Excelencia



Canal Club
Excelencia en Gestión

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

