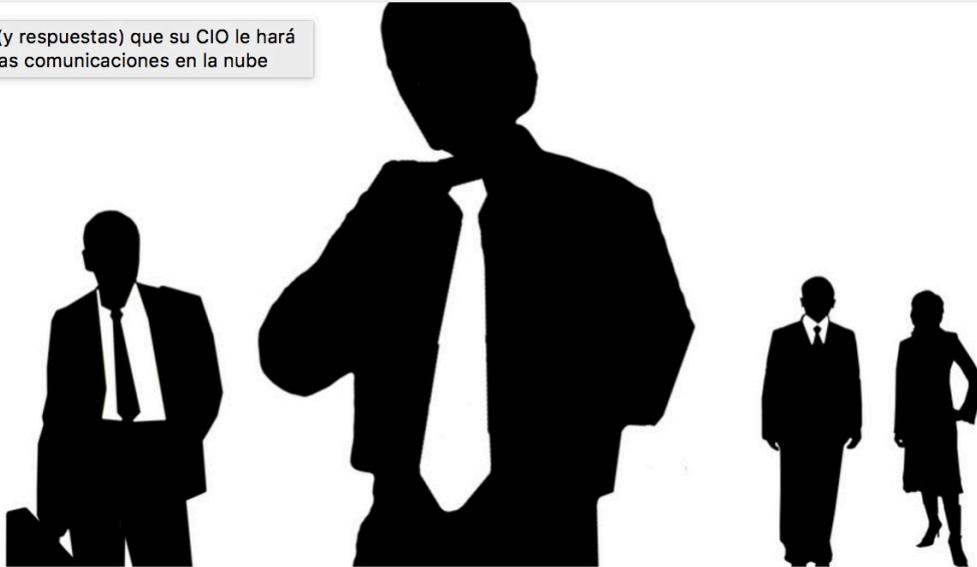


Preguntas (y respuestas) que su CIO le hará acerca de las comunicaciones en la nube



Transformación digital o transformación de puestos de trabajo

🕒 26 Enero, 2017 📁 Estrategia IT 💬 Deja un comentario 👁 765 Views

Sobra decir que la transformación digital es algo que está a día de hoy en boca de todas las empresas, pequeñas, medianas y grandes, pero ¿han entendido estas realmente lo que supone una transformación digital?

Más allá de digital o no, la realidad es que la transformación digital obliga a una reestructuración de los organigramas de las empresas, de los puestos de trabajo, de los roles, de los procesos internos, en definitiva, tenemos que ver la empresas con un prisma totalmente diferente, borrarnos gran parte de lo que hemos hecho y hemos estructurado las empresas en los últimos años, y como si de un niño se tratase construir de cero, pensando en la realidad del mercado de hoy: la realidad de nuestros clientes.

Una de las primeras preguntas que nos debemos hacer, es si el director de marketing debe seguir asumiendo las mismas funciones o, por el contrario, debe diversificarse. Aunque no hay una única opción válida y los planteamientos pueden ser muchos, yo os quiero transmitir mi visión y realidad de esta situación y cómo aconsejo a las empresas que actúen. El planteamiento que hago, poco a poco lo veo a más empresas y los resultados son más que notorios.

No creo que un director de marketing a día de hoy deba llevar el 100 % del peso del marketing de una compañía. La razón principal es que el marketing cada día es más amplio y completo y una única persona no puede ser buena en todos sus ámbitos.

Por ello, mi recomendación es que las empresas deben jugar con varias personas, de tal manera que la suma de todas ellas cubra las necesidades de la empresa en un marketing efectivo, ya sea de manera interna o externa.

Nos encontramos muchas empresas a lo largo del mundo que tienen excelentes directores de marketing, con un gran conocimiento pero que la parte digital, en su amplio sentido estratégico, no es su fuerte y tienen a día de hoy las habilidades, formación y experiencia necesaria para hacerlo a un nivel de excelencia.

Es por ello que deben recurrir a un profesional que complemente sus carencias digitales. Donde debemos hablar de una persona con años de experiencia en estrategia e implementación digital y en diferentes sectores. ¿Tu actual director de marketing cumple esta condición? Si la respuesta es no, es que necesitas replantearte esta figura si quieres sacar el máximo provecho al mundo digital, el cual nos rodea más, a nosotros y a nuestros clientes.

Otras opciones

Esta figura puede ser un consultor externo que actúe como consejero de la empresa y que trabaje de la mano y alineado del actual director de marketing para la parte estratégica. La implicación de este consultor puede definirse en distintos niveles, según el tipo de empresa, necesidades y recursos.



Otra opción que me gusta especialmente es la un CDO externo (Chief Digital Officer), donde podemos verlo como una evolución de la primera fase de consultoría y que trabaje alineado del actual director de marketing para, no solo apoyar la parte estratégica, sino para dirigir al equipo y toda la operativa necesaria para un exitoso desempeño.

Esta es una figura que personalmente he comprobado su alto grado de eficacia y rentabilidad, ya que actualmente trabajo como tal en algunas empresas en distintos países y, aunque al principio genera cierto miedo (como todo lo que es nuevo y distinto), la realidad es que pocos meses después se dan cuenta que fue la mejor opción, ya que no solo les permite reforzar las debilidades digitales que tenían sino que a nivel de costes, la externalización produce en la empresa ahorro de costes en distintas partidas y una mejorar de la rentabilidad.

En resumen, transformarnos significa cambiar muchas cosas, empezando desde dentro de la empresa. Por lo que si quieres hacerlo de manera efectiva, no tengas miedo a probar cosas que nunca probaste, quizás te sorprendan.

Juan Merodio

International advisor en marketing, innovación, management & transformación digital