Transformación digital: Cinco tendencias que nos dejó la pandemia

En el Perú, hace tan solo 3 años atrás, solo el 5% de las empresas, en su mayoría, líderes en cada sector de la industria, invertían de forma regular en el desarrollo de aplicaciones o tecnologías orientadas a comercializar sus productos y servicios o mejorar sus procesos. Sin embargo, durante la pandemia este escenario cambió radicalmente, pues la transformación digital se convirtió en un factor imprescindible para sobrevivir en esta nueva normalidad.

Adrián Asallas, Business Development Manager de Moventi, consultora digital especializada en desarrollos a medida, la automatización, inteligencia artificial y servicios de innovación, asegura que la principal lección que las empresas deben tomar en cuenta después de esta crisis mundial es que vivimos en un mundo (VUCA) lleno de incertidumbre y que todo puede cambiar en instantes por lo que más empresas deben anticiparse y estar preparadas para operar lo más eficiente y ágil posible.

El especialista de Moventi, señala cinco tendencias digitales que nos dejó la pandemia:

1. Aumento exponencial del consumo

online

La pandemia ha acelerado de forma exponencial el ingreso de consumidores al comercio electrónico por lo que las empresas se han visto exigidas a contar con tecnología para que sus clientes realicen el proceso de compra de forma más sencilla e interactiva. La conducta del consumidor ha cambiado y el consumo online vino para quedarse.

2. Desarrollo en la atención al cliente

Utilizando herramientas de inteligencia artificial, chatbots, automatización de procesos (RPA). La realidad nos dice que cada vez más las empresas buscan atender mejor a sus clientes frente a los competidores, estas herramientas permiten personalizar las interacciones entre las empresas y sus clientes, contribuyendo a que su experiencia sea más eficiente y ágil.

3. Consultorías en transformación digital

Una empresa que no está adaptada al mercado online a través de la tecnología debe buscar consultorías en transformación digital. Las empresas reorganizarán sus estrategias y métodos de trabajo con el objetivo de obtener mayores beneficios mediante la optimización de la experiencia del cliente, la digitalización de los procesos y la implantación de las nuevas tecnologías.

En ese sentido, será necesario recurrir a consultoras digitales para elegir la tecnología más adecuada al negocio como la inteligencia artificial (AI), internet de las cosas (IoT), robots, servicios en la nube, ciberseguridad, impresión en 3D, big data, entre otros.

4. Aplicaciones enfocadas al cliente

Las aplicaciones deben estar enfocadas en el cliente mediante la fuerte utilización de UX y UI. Es importante el desarrollo de aplicaciones móviles con mucho foco en la interfaz de usuario (UI) y la experiencia de usuario (UX) para no pasar desapercibidos en la industria.

Las apps que se desarrollen deben estar enfocadas en el cliente y orientadas al consumo. Esto aplica principalmente en sectores como banca, seguros, gastronomía, entretenimiento, educación y salud.

5. Plan de marketing

A través de un buen plan de marketing digital las empresas pueden orientar a sus clientes de manera efectiva. Hoy no basta con crear las campañas de marketing más creativas de la historia. Es imprescindible hacer una mudanza hacia el marketing orientado al cliente, pues la era digital ha construido un consumidor mejor informado, que está expuesto a nuevas experiencias y que exige cada vez más.

Las empresas tendrán que crear estrategias digitales integrales que tengan en cuenta los hábitos de consumo de los

clientes como qué redes sociales utilizan, qué productos consumen y cuándo los consumen. Utilizando software de analítica, las empresas hoy pueden analizar data y contar con información muy útil para poder desarrollar estratégicas digitales efectivas.

‘La pandemia ha acelerado ciertos procesos de transformación digital y ahora toca reflexionar sobre qué otros elementos físicos pueden desaparecer presencialmente de las vidas de las personas mediante su digitalización y cómo esto podría cambiar a las empresas a fin de estar mejor preparadas’ finaliza Adrián Asallas de Moventi.