

5 claves para abordar definitivamente la transformación digital y seguir siendo competitivo

Capacitación continua para los empleados, integración de tecnologías en los procesos de trabajo, transformación de la cultura corporativa e implementación de metodologías de trabajo ágiles, entre los consejos de los expertos de The Valley

El 2020 ha sido un año de cambios en todos los aspectos. La llegada de la pandemia ha revolucionado radicalmente los hábitos de la sociedad y, con ello, ha traído nuevos modelos y formatos para la comunicación, la formación, el trabajo y el entretenimiento, que han sido posibles, en gran medida, gracias a la tecnología.

Los usuarios son ahora aún más digitales, si cabe, y tanto profesionales como empresas han comprobado los beneficios que aporta la tecnología en el día a día. Si bien el 2020 fue, para muchos, el año de abordar la transformación digital de forma urgente o espontánea, todo parece indicar que el 2021 será el año de la consolidación digital.

Pero la digitalización de las empresas va mucho más allá de utilizar herramientas de videoconferencia o trabajar de forma colaborativa. La formación continua de los profesionales, la implementación de metodologías de trabajo innovadoras o una cultura corporativa ágil son algunos de los retos que supone. Los expertos de The Valley proponen algunos consejos para abordar de forma exitosa la transformación digital y seguir siendo competitivo:

Capacitación digital para los profesionales del equipo. La formación continua en materia digital es clave para que los profesionales puedan mejorar sus habilidades y competencias, además de garantizar una cultura corporativa eficiente e innovadora. Pero para garantizar estos conocimientos, las compañías deben ofrecer a sus empleados la posibilidad de formarse en materias como el marketing digital, la metodología de trabajo agile o la transformación digital, básicas para una empresa que quiera tener éxito en la economía digital. Para ello, las empresas pueden aprovechar opciones muy ventajosas de formación como pueden ser los Hero Programs de The Valley, programas 100% bonificables que no implican ningún gasto para la misma.

La cultura corporativa también debe transformarse. Es imprescindible que las empresas aprovechen las herramientas digitales para seguir impulsando la comunicación interna, el trabajo colaborativo, la motivación del equipo y el sentido de pertenencia y engagement con la compañía. Y es que contar con una cultura corporativa innovadora, eficiente y ágil es una de las bases fundamentales necesarias para el proceso de transformación digital en la empresa.

Trabajo más eficiente, flexible y ágil. Si bien desde hace años las empresas han ido implementando nuevas metodologías de trabajo como el Agile, Lean Startup o Design Thinking, el momento actual demanda una metodología adaptada al nuevo modelo trabajo, que es mayoritariamente un híbrido entre el remoto y el presencial. Las compañías deben poner sus esfuerzos en analizar las nuevas

metodologías de trabajo y escoger la que mejor se amolde a sus circunstancias y permita el mejor desempeño del equipo en cada momento. Para ello, la clave es contar con especialistas que acompañen a las empresas a través de las distintas fases del proceso de adaptación al entorno digital y que les guíen en esta toma de decisiones.

La integración de tecnologías en el ámbito laboral ya no es una opción sino una obligación. Lo que antes podía suponer un valor añadido para las empresas en sus procesos de facilitar, optimizar y automatizar procesos de trabajo, hoy en día es casi una obligación. La integración de tecnologías disruptivas como el Cloud, la Inteligencia Artificial o el Big Data en los procesos de trabajo es un paso más en el camino hacia la transformación digital. Entre sus beneficios se incluye: el aumento de la productividad de los equipos, la toma de decisiones basada en datos reales o incluso, la mejor experiencia del cliente.

Quien no esté online, no existe. La presencia online es imprescindible para cualquier empresa que quiera tener un hueco en el panorama económico actual. Ya sean compañías que se dediquen al B2B o B2C, mientras más puntos digitales de contacto con el cliente tengan, mayor será su capacidad de atraer a otros nuevos. Pero la presencia online no es suficiente. Aquellas empresas que se dediquen a la venta de productos o servicios deben contar con un canal de venta online que responda ante las necesidades de los usuarios digitales. Tal es la importancia del comercio electrónico que, en el segundo trimestre del 2020, su volumen de negocio registró un crecimiento del 143% con respecto al mismo período del 2015, según los datos ofrecidos por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

Datos de contacto:

Redacción

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing Emprendedores E-Commerce Recursos humanos Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>