

DESARROLLO DEL PLAN DE TRANSFORMACION DIGITAL

Objetivos

1. Identificar los pasos a seguir en la elaboración y puesta en marcha del plan de transformación digital de la empresa, partiendo del análisis de situación y de la reflexión estratégica sobre los objetivos a alcanzar.
2. Elaborar el lienzo de negocio y el mapa de experiencia de cliente del Plan de Transformación Digital de la pyme.
3. Elaborar el lienzo de transformación digital de la empresa.
4. Elaborar el Plan de Gestión del Cambio.

Parámetros de evaluación

1. Realizar el diagnóstico de la situación de partida de la empresa para el desarrollo del Plan de Transformación Digital.
2. Hacer el mapa de experiencia del cliente.
3. Elaborar el lienzo de negocio y el mapa de experiencia de cliente del Plan de Transformación Digital de la pyme.
4. Desarrollar el plan de acción de la empresa.

Programa

Unidad 1. Plan de transformación digital I: Diagnóstico y objetivos estratégicos

1. El plan de transformación digital I: Diagnóstico y objetivos estratégicos.
2. ¿Por qué transformar mi organización?
 - 2.1.Eficiencia operativa - sector industrial
 - 2.2.Alcance y conexión - sector agroalimentario
3. ¿Cómo hacerlo? Descripción del plan de transformación a trabajar durante el programa
 - 3.1.Cómo hacerlo I. Diagnóstico y reflexión estratégica
 - 3.2.Cómo hacerlo II-A. Enfoque en la experiencia de cliente
 - 3.3.Cómo hacerlo II-B. Enfoque en el liderazgo en costes
 - 3.4.Cómo hacerlo III. Habilitando el cambio
 - 3.5.Cómo hacerlo IV. Gestionando el cambio
 - 3.6.Cómo hacerlo V. Ejecución y seguimiento del plan
 - 3.7.Complejidad y desafíos del Plan de transformación digital
4. Herramientas para el análisis interno y externo de la organización
5. Definición de objetivos estratégicos

Unidad 2. Plan de transformación digital II: la experiencia de cliente

1. El Plan de transformación digital II: el mapa de experiencia el cliente
2. Business Model Canvas
3. Interrelación entre los componentes del BMC
 - 3.1.Experimentación e iteración
 - 3.2.Rápida adaptación a los cambios
 - 3.3.Exploración de diferentes ideas
 - 3.4.Comunicación y alineación
 - 3.5.Adaptación a nuevos datos y aprendizaje
4. Del Buyer persona al Mapa de empatía
 - 4.1.¿Quién soy desde el mapa de empatía?
 - 4.2.¿Qué necesito hacer o resolver desde el mapa de empatía?
 - 4.3.¿Qué veo desde el Mapa de empatía?

- 4.4.¿Qué escucho desde el Mapa de empatía?
- 4.5.¿Qué pienso y siento desde el Mapa de empatía?
- 4.6.¿Qué digo y hago desde el Mapa de Empatía?
- 4.7.¿Qué necesito y deseo desde el Mapa de empatía?
- 5. Mapa de Experiencia del Cliente
 - 5.1.Paso 1: Comprender el viaje del cliente
 - 5.2.Paso 2: Profundizar en la empatía con el cliente
 - 5.3.Paso 3: Alinear los objetivos de la empresa

Unidad 3. Plan de transformación digital III: el lienzo de transformación digital

- 1. El Lienzo de transformación digital
- 2. Iniciativas a desarrollar: los Campos de acción estratégica
- 3. Objetivos de transformación
 - 3.1.SAF 1.- Centralidad del Cliente
 - 3.2.SAF 2 – Tecnologías
 - 3.3.SAF 3 – Nube y datos
 - 3.4.SAF 4 – Negocio digital
 - 3.5.SAF 5 - Ingeniería de procesos
 - 3.6.SAF 6 - Liderazgo y Cultura Digital
 - 3.7.SAF 7 - Marketing Digital

Unidad 4. Plan de transformación digital IV: el plan de acción

- 1. Introducción
- 2. Objetivos e Indicadores para medir el alcance de la transformación digital
- 3. Diferencia entre objetivos a corto plazo y medio plazo
- 4. La matriz de priorización para la transformación digital
- 5. Constitución y preparación del equipo líder del cambio
- 6. Los Pecados Capitales del Liderazgo para el Cambio Digital
- 7. Equilibrio de liderazgo I: patrones de comportamiento
- 8. Equilibrio de liderazgo II: estilos de toma de decisión

Material desarrollado por

Carlos Ojeda Sánchez

MENTOR DE STARTUPS EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Experiencia profesional

CMO (NMKaleidoscope) 2022 - Actualidad.

Mentor de Startups en Transformación Digital (Andalucía Open Future) 2015 - Actualidad.

Coordinador Equipo Mentor y Mentor en T. Digital (Ideas Melilla) 2020 - Actualidad.

Mentor en Marketing Digital (Ceuta Open Future) 2022 - Actualidad.

Socio Fundador (BizDigital) 2015 - 2017.

Socio Fundador (Walnuters) 2011-2015.

Competencia docente

Docente de Marketing Digital y Tutor de Proyectos Emprendedores (ESIC).

Coordinador Académico de Posgrado en Social Media Marketing (Universidad de Sevilla).

Profesor en Formación Profesional y Tutor prácticas sector Tech y Videojuegos (FESAC).

Coordinador Académico Máster Sistema de Capacitación Emprendedora (Universidad de Sevilla).

Responsable de Formación In Company (Compass Orientación y Desarrollo).

Formación académica

Licenciado, Investigación y técnicas de mercado, Márketing (Universidad de Sevilla).

Licenciado, Derecho (Universidad de Sevilla).