

PERSPECTIVA TECNICA DE IMPLEMENTACION EN LA TRANSFORMACION DIGITAL

Objetivos

1. Identificar adecuadamente los conceptos claves de la transformación digital, y cuales los pilares del cambio.
2. Como conocer a tu cliente, como gestionar la información y el significado de tener al cliente en el centro.
3. Saber realizar adecuadamente la modificación, creación y gestión de nuevos procesos, usando metodologías ágiles, para la automatización y la integración de proveedores.
4. Analizar la importancia que tienen las personas en la transformación de las organizaciones, la estructura de la empresa, analizar su resistencia al cambio, como potenciar el trabajo el equipo para disminuir los riesgos y mejorar el rendimiento.
5. Cómo los cambios organizativos afectan a la comunicación y a los proyectos, y la gestión de proyectos nos ayuda a identificar riesgos y gestionar problemas.
6. Desarrollar el plan de acción que consiga comenzar a transformar digitalmente tu negocio.

Parámetros de evaluación

1. Conocer como el mundo digital rodea a la empresa.
2. Saber cómo se están cambiando los negocios por la transformación digital.
3. Identificar que tecnologías son el motor de la transformación en el mundo en la actualidad.
4. Analizar qué papel juegan las personas en la transformación digital.
5. Comprender que están surgiendo nuevos modelos de negocios.
6. Conocer como las tareas rutinarias y operaciones se ven afectadas por las nuevas tecnologías.
7. Conocer a tu cliente y saber utilizar la información que nos proporcionan.
8. Aprender el cambio de paradigma, que significa tener al cliente en el centro.
9. Conocer la evolución del marketing digital y su evolución a la personalización.
10. Conocer los conceptos de Omnicanaliada, Control impacto, Visión unificada.
11. Identificar las tareas que son replicables en los procesos.
12. Identificar y desarrollar adecuadamente los procesos, cambiando el enfoque hacia el cliente.
13. Aprender técnicas ágiles que ayuden a cambiar los procesos.
14. Aprender a los conceptos básicos de SCRUM.
15. Aprender a sintetizar el modelo de negocio, con la metodología CANVAS.
16. Aprender a realizar procesos y prototipos a partir del diseño final.
17. Aprender a diseñar contratos con proveedores a partir de los KPI establecidos.
18. Desarrollar habilidades para comunicar dependiendo del interlocutor.
19. Analizar como las personas reaccionan frente a los cambios.
20. Potenciar y gestionar la resistencia al cambio, para convertirla en motor.
21. Conocer como el modo de colaboración por proyectos ayuda a identificar riesgos y gestión de problemas.
22. Conocer la importancia de los cambios organizacionales, y como afectan a la comunicación y los proyectos.
23. Conocer cuáles son los pasos para crear el plan de transformación digital de tu empresa.
24. Conocer cómo realizar el diagnóstico y análisis de tu entorno para comenzar a mejorar.
25. Aprende a definir tu Estrategia Digital.
26. Conocer realizar un Digital Transformation Canvas, para reflejar tu estrategia de transformación.
27. Conocer cómo capacitar digitalmente a tus empleados para afrontar la transformación digital.
28. Conocer cómo desarrollar tu plan de acción de marketing online.

29. Conocer cómo desarrollar tu plan datos.
30. Identificar los procesos candidatos para su Digitalización.
31. Conocer el grado de adecuación de nuestro modelo de Negocio para mejorarlo.
32. Desarrolla tu Digital Transformation Roapmap.

Programa

Unidad 1. Conceptos claves

1. El mundo digital que rodea a la empresa
 - 1.1 Evolución de la tecnología, evolución del mundo
2. La transformación digital en los negocios
 - 2.1 ¿Qué es un modelo de negocio?
 - 2.2 ¿Qué beneficios nos aporta la transformación digital?
3. Las tecnologías de la transformación digital
 - 3.1 Tecnologías disruptivas.
4. Las personas en la transformación digital
5. Modelos de negocio
 - 5.1 Oportunidades que nos brinda la digitalización.
6. Gestión de Operaciones

Unidad 2. El Cliente

1. Conocer a nuestros clientes y saber utilizar la información que nos proporcionan
 - 1.1 Técnica de Marketing. Segmentación
 - 1.2 Pasos para entender a nuestros clientes
2. Aprender el cambio de paradigma, que significa tener al cliente en el centro
3. ¿Qué es el marketing?
 - 3.1 ¿Cómo ha evolucionado?
 - 3.2 El marketing orientado a empresas y a clientes
4. Conocer los conceptos de Omnicanalidad, Control impacto, Visión unificada
 - 4.1 ¿Qué es omnicanalidad?

Unidad 3. Creación de Nuevos Procesos

1. Identificar las tareas que son replicables en los procesos
 - 1.1 Las partes funcionales de la automatización
2. Identificar y desarrollar adecuadamente los procesos, cambiando el enfoque hacia el cliente
3. Aprender técnicas ágiles que ayuden a cambiar los procesos
 - 3.1 Las metodologías ágiles
 - 3.2 ¿Cuáles son los tipos de metodologías ágiles más utilizados en las empresas actuales?
4. Aprender a los conceptos básicos de SCRUM
 - 4.1 ¿Cuáles son los rituales o eventos que caracterizan a la metodología SCRUM?
 - 4.2 ¿Quién forma parte del equipo scrum?
 - 4.3 ¿Cómo es el flujo de trabajo en SCRUM?
5. Aprender a sintetizar el modelo de negocio, con la metodología CANVAS
6. Aprender a realizar procesos y prototipos a partir del diseño final. Desing thinking
 - 6.1 Fases del proceso de Desing Thinking
 - 6.2 ¿Cuáles son los roles en esta herramienta?
7. Aprender a diseñar contratos con proveedores a partir de los KPI establecidos

Unidad 4. Las Personas

1. Formas de comunicar
2. Adaptación al cambio
3. Los empleados, motor del cambio

4. Colaboración multiproyectos
5. Cambios organizacionales

Unidad 5. Cambios organizacionales

1. Colaboración por proyectos: identificar riesgos y gestión de problemas
 - 1.1 ¿Qué es un proyecto?
 - 1.2 ¿Qué es el riesgo?
 - 1.3 ¿Qué es un problema?
2. Los cambios organizacionales: cómo afectan a la comunicación y los proyectos
 - 2.1 ¿Cuáles son las diferentes categorías o grupos de cambios organizacionales?
 - 2.2 ¿Cómo afectan estos cambios a la comunicación y a los proyectos?

Unidad 6. Plan de Transformación

1. Pasos para crear el plan de transformación digital de tu empresa
 - 1.1. Objetivo. ¿Cómo abordarlos?
2. Diagnóstico y análisis de tu entorno para comenzar a mejorar
 - 2.1. ¿Conoces a tu cliente? Análisis de la competencia
 - 2.2. ¿Qué debo tener en cuenta en un análisis de datos?
 - 2.3. ¿Cómo hacer una auditoria de innovación?
3. Aprender a definir tu Estrategia Digital. ¿Qué es la estrategia digital y que horizontes marcarnos?
4. ¿Qué es un Digital Transformation Canvas?
 - 4.1. Ventajas del Digital Transformation Canvas
5. ¿Cómo capacitar digitalmente a tus empleados para afrontar la transformación digital?
 - 5.1. Tipos de formaciones internas que pueden plantear
6. Plan de acción de marketing online
7. ¿Cómo desarrollar tu Plan de Datos?
8. Procesos candidatos para su digitalización
9. Adecuación del modelo de Negocio para mejorarlo
10. Desarrolla tu Digital Transformation Roadmap

Material desarrollado por

José Antonio Pérez

TRANSFORMACIÓN DIGITAL (PMO)

Experiencia profesional

Director Comité Málaga (itSMF España) 2021 - actualidad.

Presidente GT Digitalización (Instituto de la Ingeniería de España) 2020 - Actualidad.

Experto externo en la COMISIÓN EUROPEA para evaluación de proyectos en programas europeos. 2020 - Actualidad.

Consultor en Transformación Digital / Director de Proyectos de Transformación Digital (Innova Consulting Solutions) 2016 - Actualidad.

Open Networker (LION -The Autentic & Original Open Networker) 2015 - 2018.

Service Manager PMO Service Center (Dominion Tecnologías) 2012 - 2015.

Technical Health Coordinator PMO (Compusof S.A) 2010-2012.

Competencia docente

Mentor en Transformación Digital e Intraemprendimiento (Aceleradora MentorDay).

Mentor en Transformación Digital (Amces).

Formador en Transformación Digital (Innova Consulting Solutions).

Profesor (Grupo Aralance).

Formación académica

Ingeniero Técnico en Telecomunicaciones, Sistemas de Telecomunicaciones, Radiocomunicaciones, Señal y Telemática (U. Politécnica de Valencia).



Ingeniero en Telecomunicaciones, Radiocomunicaciones, Electrónica y Telemática (Universidad de Málaga).
Máster en Gestión Integral (Universitat de les Illes Balears).
Máster en Business Administration MBA (Universidad de Deusto).
Programa de desarrollo Directivo para la Transformación Digital (MAINFOR).