



@congresohabitat
#congresohabitat2019

2019

CONGRESO HÀBITAT
ESTRATEGIA EMPRESARIAL

17 octubre 2019

Camino de la Industria Conectada
HÀBITAT 4.0
AIDIMME

**Diseño estratégico o2o.
La experiencia de usuario *on/offline*.
Claves prácticas para la transformación digital de
productos y servicios.**

D. Eduard Vandellòs
CEO y Director de Arte en Tecnología de CREATIVITAT
Experto en marketing digital y diseño creativo en procesos de transformación digital.





MOTIVACIÓN Y LIDERAZGO: DISEÑO ESTRATÉGICO o2o

Ponente: Eduard Vandellòs (Creativitat)

- ¿A qué disciplinas y perfiles profesionales deben acercarse las empresas en su proceso de transformación digital?
- En primer lugar hay que ser realista y evaluar, con ayuda de un consultor especializado en procesos organizativos, en qué estado real de implantación digital se encuentra cada parte de la empresa. Podemos determinar cuatro grandes bloques: I+D, producción, ventas y comunicación.
- Cada área tiene elementos susceptibles de digitalizarse, como el uso de bases de conocimiento, CRM's (Customer Relationship Management) o la optimización de los canales de comunicación digital. Una vez determinados los puntos clave de mejora debemos contar con especialistas en cada materia concreta; por ejemplo, un experto en canales digitales si detectamos que necesitamos adaptar nuestra empresa a los nuevos requerimientos de venta o comunicación online para acercarnos a conceptos del marketing 4.0.



MODERNIDAD LÍQUIDA

Estado fluido y volátil de la actual sociedad, sin valores demasiado sólidos, en la que la incertidumbre por la vertiginosa rapidez de los cambios ha debilitado los vínculos humanos y lo que antes eran nexos potentes ahora se han convertido en lazos provisionales y frágiles.



ZYGMUNT BAUMAN

wellbeing
collaborative

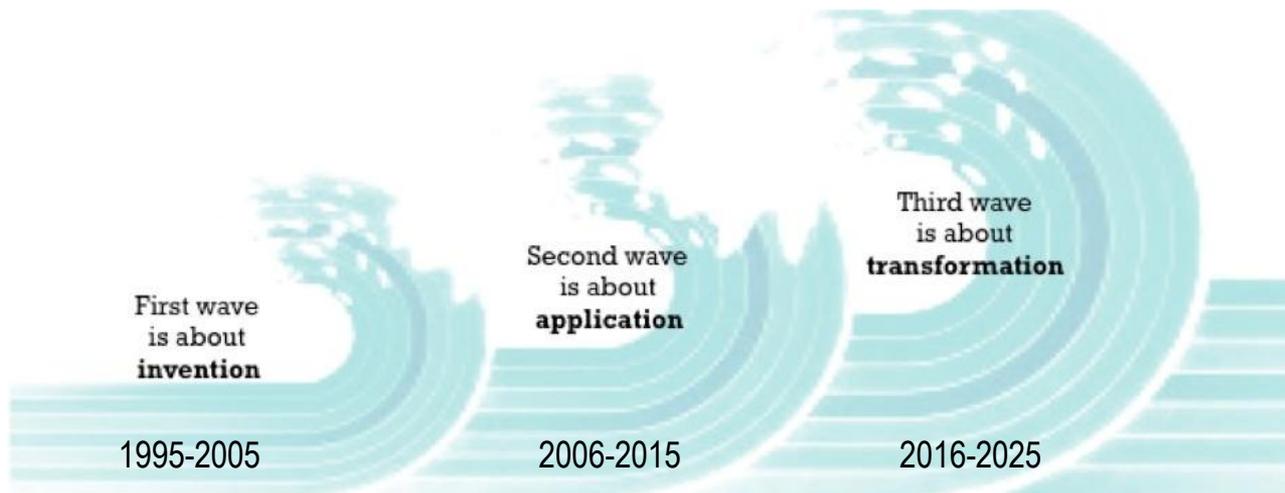
industry
4.0

S M A R T

Gen Z



SUSTAINABILITY



PIONEROS EN
DESARROLLO
TECNOLÓGICO

INNOVACIÓN EN
CONTENIDO Y
MOBILIDAD DIGITAL

DESBLOQUEO DE
CONECTIVIDAD GLOBAL
E INTELIGENCIA
COLECTIVA



Gartner Hype Cycle for Digital Marketing and Advertising, 2019



Plateau will be reached:



less than 2 years



2 to 5 years



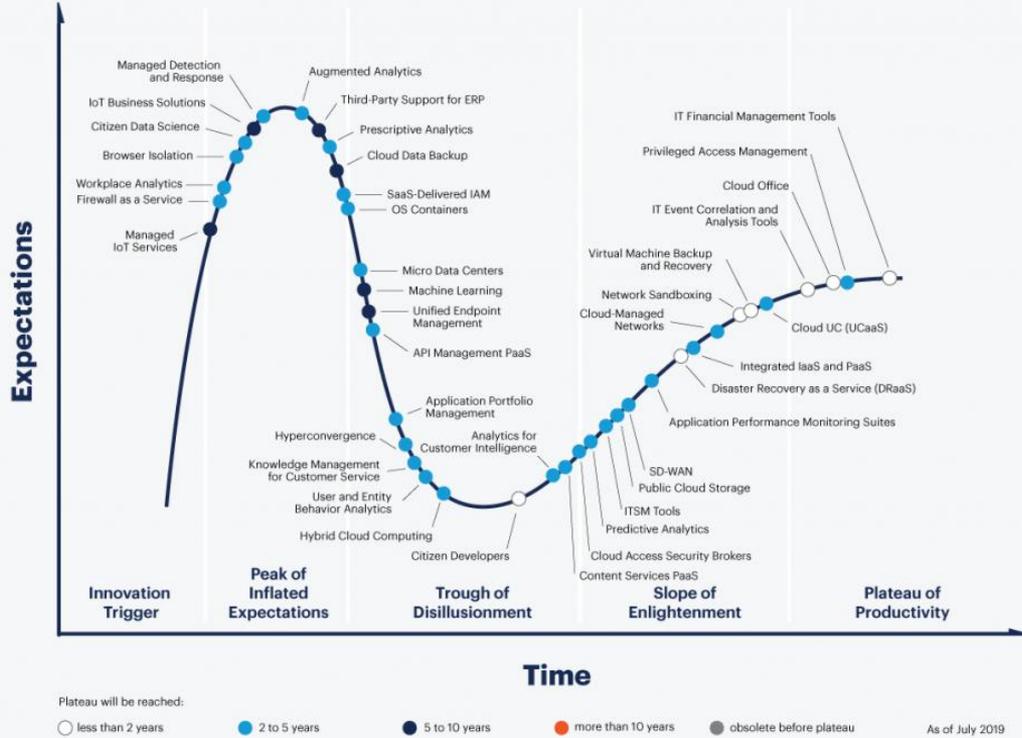
5 to 10 years

Source: Gartner
 © 2019 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

Gartner[®]

@evandellos / www.creativitat.com

Gartner Hype Cycle for Midsize Enterprises, 2019



gartner.com/SmarterWithGartner

Source: Gartner
© 2019 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.



 UBER World's largest taxi company Owns NO Taxis	 airbnb World's largest Accommodation provider Owns NO Real estate	 skype WeChat World's largest Phone companies Owns NO Telco infra	 Alibaba Group World's most Valuable retailer Owns NO Inventory
 facebook. Most popular Media owner Owns NO Content	 SocietyOne World's fastest Growing bank Owns NO Actual money	 NETFLIX World's largest movie house Owns NO Cinemas	 Apple Google World's largest Software vendors Owns NO Apps

- LAS TECNOLOGÍAS FACILITADORAS PERMITEN LA INTEGRACIÓN ENTRE EL MUNDO FÍSICO Y EL DIGITAL.
- EL OBJETIVO ES VINCULAR EL MUNDO FÍSICO AL VIRTUAL PARA QUE LA INDUSTRIA SEA INTELIGENTE, EFICIENTE Y SOSTENIBLE.

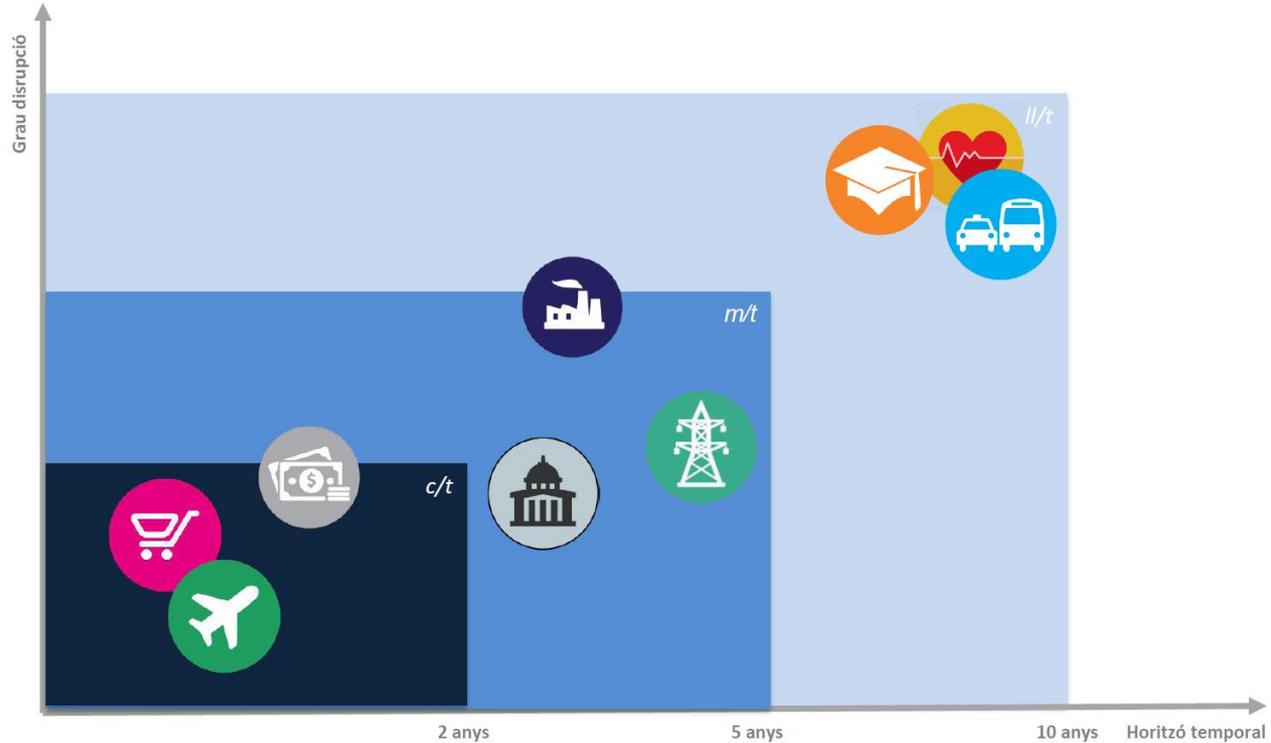




Image Source: Gartner (2013)
"Digitization" added by author

- El 90% del crecimiento en el mercado IT durante el periodo 2016-2025 se concentrará en el Nexus de Fuerzas.
- 2020: el gasto en las 4 tecnologías supondrá 1/3 de los beneficios de la industria IT.
- El Nexus de Fuerzas **impulsa el crecimiento de tecnologías anexas** que resultarán claves, como por ejemplo la ciberseguridad.
- Vigencia de la fase: 2016-2025

DISRUPCIÓN POR SECTORES



VIVIMOS EN UNA CULTURA DE EXPECTATIVAS LÍQUIDAS

DONDE CADA EXPERIENCIA DESTACADA
SE CONVIERTE EN UN NUEVO ESTÁNDAR

Si puedo reservar y pagar tan fácilmente cuando viajo con UBER,
¿esperaré lo mismo cuando compro un mueble?

**JA NO ES SUFICIENTE
CREAR ALGUNA COSA
QUE GUSTE A LA GENTE**

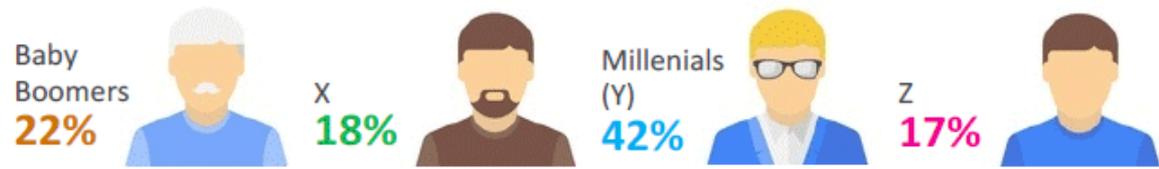
HEMOS DE CREAR EXPERIENCIAS
QUE LA GENTE ADORE

“

La gente olvidará lo que dijiste,
olvidará lo que hiciste,
pero nunca olvidará como
les hiciste sentir.

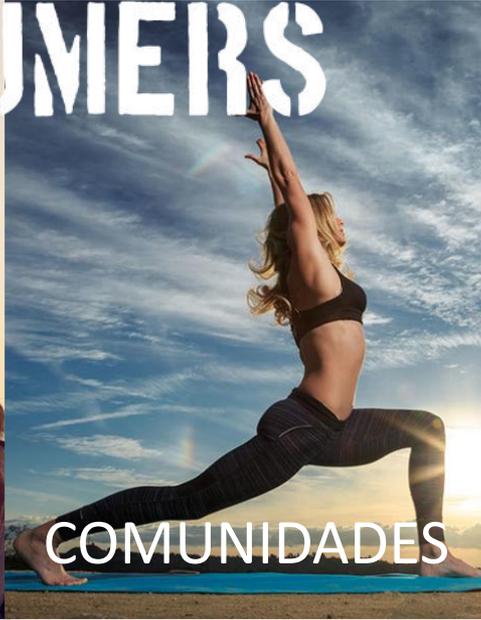
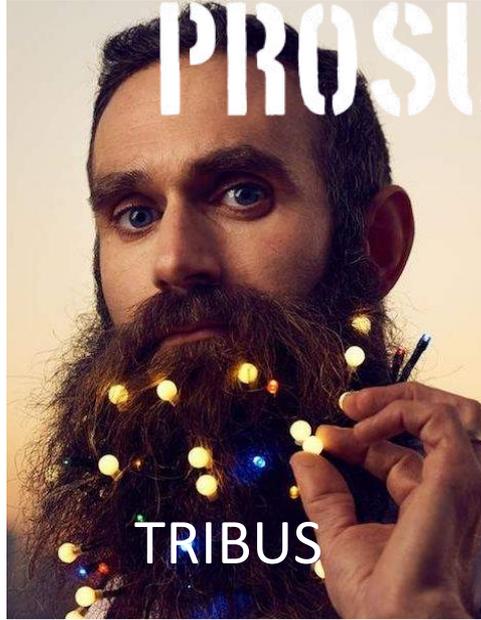
MAYA ANGELOU



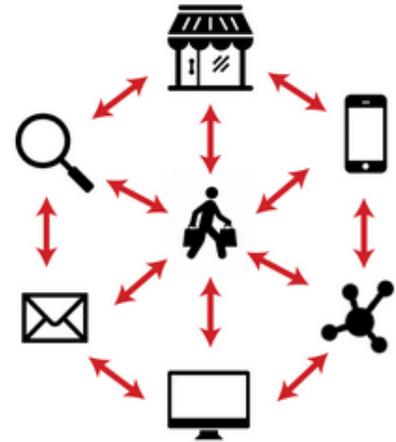
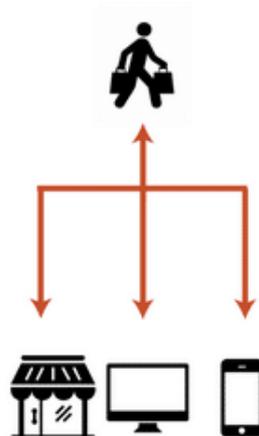
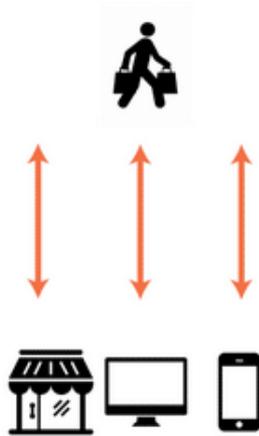


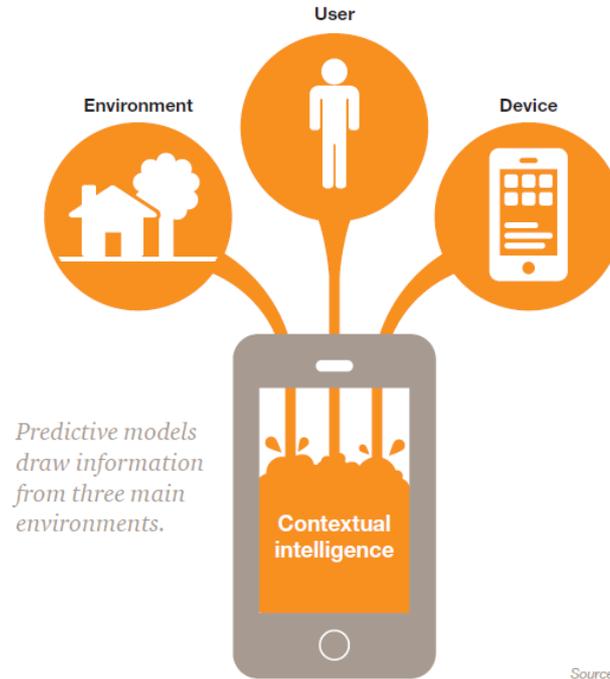
Año	1946-1964 (49-57 años)	1965-1979 (35-48 años)	1980-1999 (15-34 años)	2000 (0-14 años)
Hitos	Guerra fría, Woodstock	Muro de Berlín, Early mobile	Globalización, 9/11	Calentamiento global
TIC				
Comm.				
Shop	Son reflexivos y lentos	Son reflexivos y lentos	Toman decisiones inmediatas	Inmediatez y Switch
Motivación	Orden Estructura	Logros Metas	Socialización Disfrute	Contribución Movilidad

PRESUMERS



SON GENERADORES Y DIFUSORES DE TENDENCIAS.
HAY QUE HACERLES PARTICIPES Y CO-CREADORES: **EMPODERARLOS**





EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN NO ES MÓVIL, ES CONTEXTUAL.

EL MOVIMIENTO ONLINE TO OFFLINE SE CONSOLIDA.

La búsqueda de información es cada vez más online, mientras que las ventas del offline resisten.

¿Cómo se informan?



¿Dónde se compra?



34%
Tiendas
físicas



31%
Grandes
almacenes



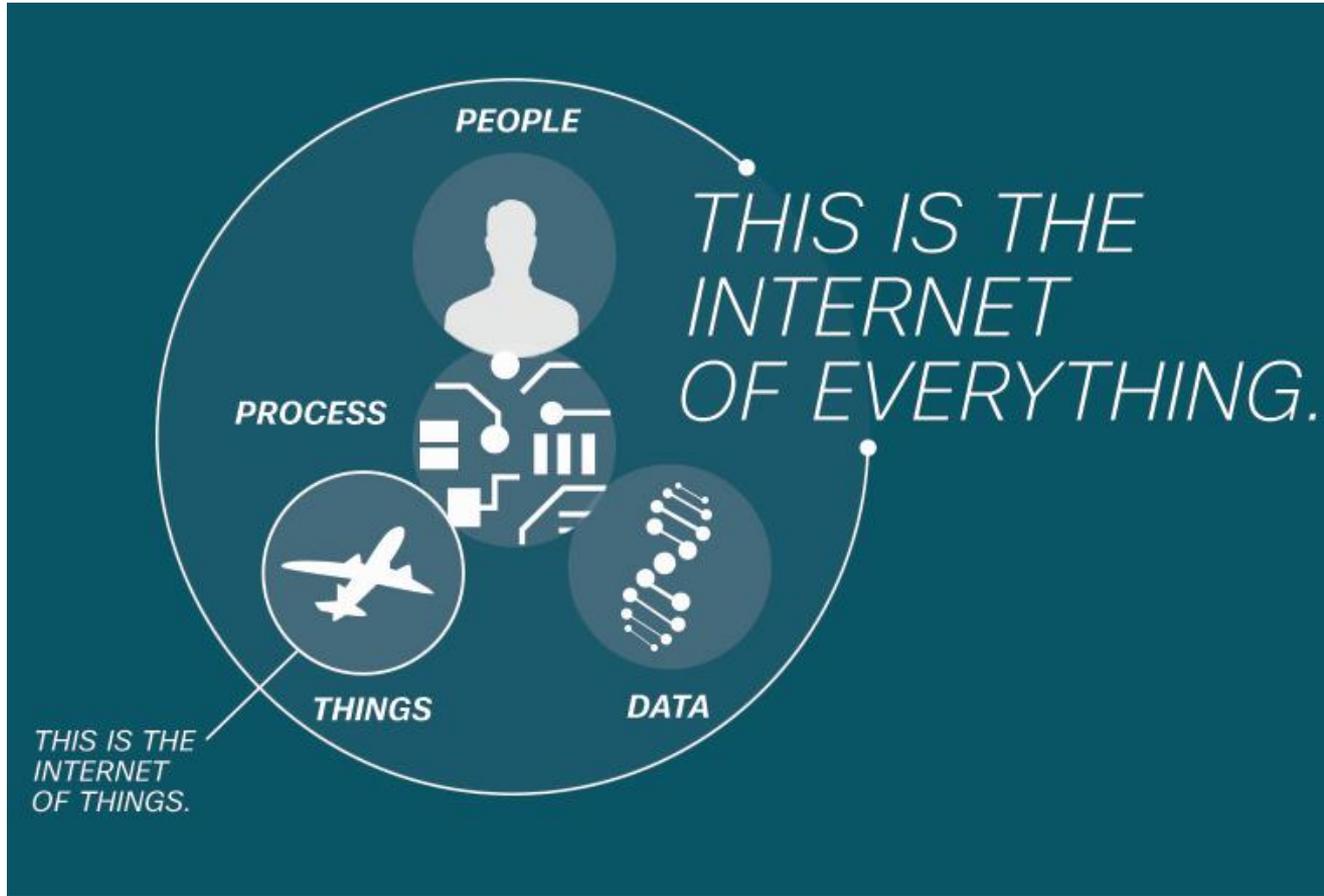
29%
Amazon



18%
Tienda online
multimarca



17%
Web de
la marca



R TOS

1

- DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO (IPO)

2

- TECNIFICACIÓN DEL CLIENTE

3

- SUPERACIÓN DEL PARADIGMA DEL DIGITAL MARKETING

4

- GESTIÓN DE LA SOBREFERTA

5

- CASA COMO NUEVO ESCENARIO DE COMPRA (CONNECTED HOME)

6

- COHABITAR EL PLAYER TRADICIONAL CON LA ECONOMÍA COLABORATIVA



Beta is Better!

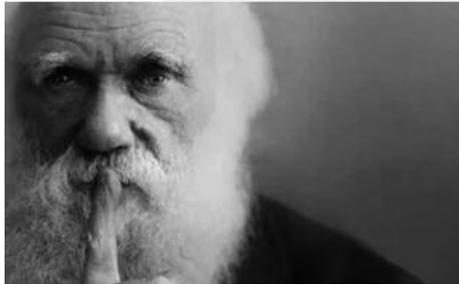
“Work in progress permanente.”

BETA THINKING



No es la especie más fuerte la que sobrevive, tampoco la más inteligente, si no la que mejor se adapta al cambio.

CHARLES DARWIN



17 octubre 2019

Organiza:



Con el apoyo de:



Patrocina:



Colabora:



Nos vemos en

2020



@congresohabitat

#congresohabitat2020

