

Guía práctica para la digitalización de las PYMES

easycommerce[®]
TECH

infogestión

INTRODUCCIÓN

La pandemia sirvió como catalizador de cambio, obligando a las empresas, incluso a aquellas que no eran nativas digitales, a replantear sus operaciones y estrategias, poniendo en evidencia la necesidad de romper con los viejos formatos y procesos para explorar la escalabilidad y el potencial de negocio que la digitalización ofrece.

Esta guía ofrece información clave y consejos prácticos para ayudarte a transformar tu PYME. Te mostraremos cómo implementar una estrategia omnicanal y aprovechar al máximo las tecnologías disponibles para mejorar tu negocio. Prepárate para explorar cómo la digitalización puede optimizar tu modelo de negocio y facilitar un crecimiento sostenido.

01

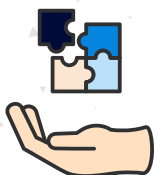
¿QUÉ ES LA OMNISCANALIDAD?

La **omniscanalidad** en la digitalización de las empresas es una estrategia que integra todos los canales de venta y comunicación (como tiendas físicas, sitios web, redes sociales, aplicaciones móviles, y más) para ofrecer una experiencia coherente y fluida al cliente. En lugar de operar de manera aislada, todos los puntos de contacto con el cliente están interconectados, permitiendo que la información y el comportamiento del cliente se compartan en tiempo real entre los canales.

Por ejemplo, un cliente puede comenzar a investigar un producto en la tienda online, recibir una recomendación personalizada a través de un correo electrónico, y luego decidir comprar el producto en una tienda física, todo mientras la empresa mantiene un seguimiento continuo del recorrido del cliente.

La omniscanalidad busca maximizar la conveniencia y la satisfacción del cliente, a la vez que proporciona a la empresa una visión más integral del comportamiento y preferencias de los consumidores. Esto se logra mediante la implementación de tecnologías y sistemas que permiten la sincronización de datos y la coordinación de todas las interacciones con el cliente.

Beneficios clave:



Experiencia del cliente:

Hoy en día, los usuarios no solo buscan completar una compra, están en busca de una experiencia que puede ser decisiva para que finalicen o no un pedido y decidan volver a tu sitio web en un futuro. Ofrecer una experiencia de compra donde todos los puntos de contacto con el cliente estén perfectamente integrados es crucial para las empresas. Comprender las necesidades y proporcionar la información adecuada en cada etapa del proceso de compra no solo facilitará la transacción, sino que también aumentará la probabilidad de recibir un feedback positivo.



Aumento de ventas:

Las preferencias de canales entre los usuarios son tan variadas como sus gustos de helados. Contar con la flexibilidad de que un cliente pueda descubrir un producto en redes sociales, comprarlo en la página web y luego retirarlo en la tienda más cercana, le otorga al usuario el poder de decisión sobre cómo, dónde y cuándo completar su compra. Esta capacidad de elegir su canal favorito para ver, comparar, comprar y recibir su pedido, incrementa exponencialmente las oportunidades de venta.



Visión integral del cliente:

Centralizar y acceder a toda la información y el recorrido de tus clientes te permitirá automatizar tareas, generar informes detallados sobre su comportamiento y el rendimiento de cada canal. Esta comprensión profunda del cliente, a través de datos centralizados, te ayudará a tomar decisiones más informadas y a optimizar tu estrategia de manera efectiva.

Ejemplos:

Una empresa de muebles lanza una nueva línea de sofás. Los clientes pueden ver los sofás en el sitio web, recibir sugerencias a través de una app móvil y probarlos en la tienda. Ofrecen personalización online con opciones de recogida en tienda o entrega a domicilio, y descuentos para compras en ambos canales, además de promociones para quienes compartan su experiencia en redes sociales. Utilizan un ERP y CRM integrados a los canales de venta online para consolidar datos de ventas y preferencias, ajustando ofertas y promociones según las tendencias del cliente.

Una empresa de asesoría financiera lanza un nuevo servicio de planificación de inversiones. Los clientes pueden informarse sobre este servicio a través de webinars, un chat en vivo en el sitio web y consultas personales en oficinas físicas, garantizando una experiencia fluida y coherente en todos los canales. Para aumentar las ventas, la empresa ofrece consultas gratuitas por videollamada o en persona, y promociones especiales para quienes se registren en línea. La posibilidad de agendar citas y acceder a material educativo online fomenta el interés y la conversión. Utilizando un sistema CRM, la empresa rastrea interacciones con clientes y prospectos, permitiendo personalizar ofertas y seguir el progreso de cada cliente en su camino hacia la inversión.

En definitiva, ofrecer un recorrido dinámico y fluido en todo el customer journey no solo garantiza una experiencia increíble para tus clientes, sino que también te permite ajustar y optimizar tu estrategia a medida que el negocio crece. Se trata de aprovechar toda la información disponible para mejorar continuamente tu modelo de negocio y mantenerte competitivo en un mercado en constante evolución.



02

CONSEJOS PARA IMPLEMENTAR LA DIGITALIZACIÓN Y LA OMNICANALIDAD EN TU NEGOCIO



Evalúa la dimensión y el alcance de tu empresa:

Identifica tu posición actual, comprendiendo cuál es el tamaño y la estructura de tu empresa. ¿Eres una PYME que opera principalmente en línea o tienes tiendas físicas también? Evalúa tu capacidad para manejar múltiples canales y cómo están actualmente integrados.

Mapea tus canales de venta y realiza un inventario de todos los canales de venta y comunicación que utilizas. Incluye tiendas físicas, sitios web, aplicaciones móviles, redes sociales, marketplaces, etc. Identifica cuáles son más efectivos y cómo se están utilizando.



Establece una visión clara de cómo la digitalización beneficiará a la empresa:

Para que la transformación digital tenga éxito, es crucial que la cultura empresarial apoye el cambio y la innovación. La transformación digital no solo se trata de tecnología, sino también de cómo las personas dentro de la empresa se adaptan a nuevas formas de trabajar.

- Define metas, recursos y plazos para la implementación de nuevas tecnologías.
- Ofrece formación y desarrollo profesional para tu equipo en nuevas tecnologías y procesos.
- Asegúrate de que todos en la empresa entiendan los beneficios y la importancia de la transformación digital.



Sincroniza tus canales y mensajes de marca:

Asegúrate de que el mensaje de tu marca, la identidad visual, y la experiencia del usuario sean consistentes en todos los canales. Esto ayuda a construir una imagen de marca sólida y evita confusiones entre los clientes.

Implementa una estrategia de contenido que se adapte a cada canal, pero que mantenga un tono y mensaje uniforme. Por ejemplo, las promociones y campañas deben estar alineadas en redes sociales, email marketing y en tu sitio web.



Utiliza sistemas integrados para la gestión eficiente

Implementa un sistema de gestión (ERP) integrado a tus canales de venta online que abarque administración, finanzas, stock y logística. Esto asegura que toda la información se actualice en tiempo real, lo que es crucial para un flujo de trabajo sin problemas.

Utiliza herramientas que automaticen tareas repetitivas y sincronicen datos entre canales. Esto no solo mejora la eficiencia, sino que también reduce errores y agiliza la respuesta a las solicitudes de los clientes.



Implementa un Sistema de Gestión de Relaciones con Clientes (CRM)

Un CRM te permite centralizar toda la información sobre tus clientes en un solo lugar. Esto incluye historial de compras, interacciones previas y preferencias, proporcionando una visión completa y detallada del comportamiento del cliente.

Conecta el CRM con tu ecommerce para actualizar en tiempo real datos de ventas y preferencias de compra, permitiendo un seguimiento detallado del cliente y aprovechando insights para mejorar estrategias de marketing y ventas.

03

HERRAMIENTAS ESENCIALES PARA PYMES

Sistemas de Gestión Empresarial (ERP): son plataformas integrales que centralizan y gestionan todos los aspectos clave del negocio, desde finanzas y recursos humanos hasta logística e inventario. Estos sistemas permiten la sincronización de datos en tiempo real entre todos los departamentos, optimizando procesos y reduciendo la duplicidad de datos. La implementación de un ERP ofrece una visión unificada del negocio, facilitando la toma de decisiones informadas y mejorando la eficiencia operativa. Antes de elegir un ERP, es crucial evaluar las necesidades específicas de la empresa, asegurar una adecuada capacitación del equipo y seleccionar una solución escalable que pueda adaptarse al crecimiento del negocio.

Plataformas de comercio electrónico: el ecommerce permite a las empresas vender productos o servicios en línea, gestionando desde la presentación de productos hasta el procesamiento de pagos y la logística de envío. No solo actúan como un canal de venta, sino que también son herramientas clave para optimizar la experiencia del cliente y expandir el alcance internacional. Estas plataformas facilitan una experiencia de compra fluida y personalizada, automatizan procesos operativos y permiten acceder a mercados globales mediante la integración de múltiples monedas y opciones de envío.

Es esencial seleccionar una plataforma que soporte las funcionalidades necesarias, permita un crecimiento escalable y ofrezca robustas características de seguridad para proteger la información de los clientes.

Herramientas de marketing digital: las herramientas de marketing digital ayudan a gestionar y optimizar campañas publicitarias, analizar el rendimiento en línea y mejorar la visibilidad de la marca en motores de búsqueda y redes sociales. Estas herramientas son esenciales para atraer y convertir clientes en el entorno digital. Permiten planificar, ejecutar y medir la efectividad de las campañas, proporcionando insights detallados sobre el comportamiento del usuario y la efectividad de las estrategias. Además, mejoran el posicionamiento en buscadores (SEO) y gestionan la presencia en redes sociales.



04

RECOMENDACIONES PARA ELEGIR HERRAMIENTAS

Identifica necesidades

La clave es identificar cuáles de estas herramientas se pueden conectar y ayudarán a mejorar la eficiencia, diferenciar la propuesta de valor y proyectar el crecimiento de la empresa en los próximos años.

Por ejemplo, implementar diferentes canales de venta de manera aislada o utilizar un ERP en la nube junto con plataformas independientes para la visualización de datos, sin una integración adecuada, puede llevar a problemas significativos en la gestión de la información. La consistencia en los datos es crucial para la toma de decisiones informadas y precisas. No solo se trata de tener acceso rápido a la información, sino de asegurarse de que esta sea consistente en todas las plataformas y sistemas utilizados por la empresa.

Compara opciones

Investiga y compara diferentes herramientas y plataformas que se alineen con tus necesidades. La implementación de herramientas digitales en PYMES requiere un enfoque integral y estratégico, que considere la interconexión entre todos los departamentos de la empresa y las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías como la inteligencia artificial. Además, es esencial evaluar cuidadosamente el costo total de propiedad para asegurar que la inversión sea rentable.

Gestiona integralmente el Customer Experience (CX)

Las empresas deben estar preparadas para interactuar con clientes que compran online, se comunican a través de WhatsApp, llaman por teléfono, envían correos electrónicos o utilizan redes sociales. La capacidad de gestionar eficientemente estas interacciones te ayudará a mejorar la satisfacción del cliente y a fortalecer el posicionamiento de la empresa.

Implementa y capacita

La implementación de una arquitectura digital coherente no es solo una cuestión tecnológica, sino que también implica un cambio interno que abarca desde los dueños o directores a todo el equipo. La capacitación y formación son fundamentales para asegurar que todos los miembros de la organización entiendan y aprovechen al máximo las herramientas digitales seleccionadas.

CONCLUSIÓN

La digitalización y la omnicanalidad son esenciales para el éxito de las PYMES en el entorno actual. Estas herramientas no solo mejoran la eficiencia y amplían el alcance de tu negocio, sino que también transforman la experiencia del cliente y potencian tus oportunidades de crecimiento.

Esperamos que esta guía te haya proporcionado una visión completa y práctica para desarrollar una estrategia omnicanal sólida y transformar tu negocio digitalmente para enfrentar los desafíos del futuro.



easycommerce[®]
TECH

infogestión

¡MUCHAS GRACIAS!

¿Dudas o consultas? ¡Contáctanos!

easycommerce.tech

infogestion.com.ar