

DIGITAL MINDSET (Watch Out)

Por Gustavo Flores B.



Estamos sin lugar a dudas en un mundo que aceleradamente se mueve hacia la digitalización de todos los procesos, y en medio de esa inevitable ola las organizaciones la están en muchos casos surfeando de manera magistral logrando dominar y destacar en esa vorágine, con resultados sobresalientes creando valor para sus organizaciones, sus consumidores y sus entornos. Bien por ellos, aprendamos y copiemos sus buenas prácticas.

Pero también existen las compañías que, en medio de esta ola, solo han logrado que las arrastre de manera casi grosera, sumergiéndolas, volviéndolas a sacar a flote, llevándolas sin rumbo y sin la posibilidad de ver ni entender dónde están y mucho menos donde terminarán.

¿Cuál es la razón para que compañías de todos los tamaños, sectores y trayectoria hoy estén atravesando por la situación descrita anteriormente; abrumados y sobrellevados por la ola? En mi opinión se debe a que no entendieron el por qué del cambio, si vieron la necesidad del cambio, pero no entendieron el ¿por qué? y cómo me decía un viejo mentor. *“Entiende el POR QUÉ y descubrirás el Cómo”*

Hace algún tiempo se viene hablando de metodologías para adaptarse y hacer la transición a este nuevo mundo digital y así aparecieron los conceptos de: DIGITAL MINDSET, DESIGN THINKING, METODOLOGIAS AGILES, todos orientados a optimizar recursos (sobre todo tiempo apalancados en soluciones digitales) para maximizar la experiencia de los usuarios y entregar lo antes posible las soluciones a las expectativas del consumidor, en común tienen todas que la base y el **POR QUÉ** se centra en la experiencia del consumidor el famoso **“El Consumidor en el Centro”**

Aquellas compañías que entendieron este “por qué” son las que hoy nos están deleitando con aprendizajes de Managmet y casos de éxito que validan y confirma que el cambio a lo digital no solo es inevitable, sino que además es positivo para todos los actores del ecosistema.

Las otras, las que están a los tumbos, perdieron el foco y creyeron que todo este paquete de conceptos se trataba de un kit orientado a optimizar costos a partir de achicar estructuras y transferir competencias a los share services e inundar sus help desk o call centers de Bots, hoy están sufriendo el no haber entendido de manera acertada, la razón detrás de la digitalización.

El mundo de hoy es altamente paradójico y cada vez más, gestionar resulta un arte. Mientras las herramientas tecnológicas nos acercan a un mundo de Inteligencia Artificial, por otro lado, los consumidores esperan de las compañías mayor compromiso y acercamiento. Humanizar las relaciones.

El mundo de hoy es altamente paradójico. Mientras las herramientas tecnológicas nos acercan a un mundo de Inteligencia Artificial, los consumidores esperan de las compañías mayor compromiso y acercamiento. Humanizar las relaciones.

Por lo tanto, la fórmula para la transición exitosa es **poner a las personas cerca de las personas** y a las soluciones digitales cerca de los procesos rutinarios y las máquinas.

DIGITAL MINDSET no es eliminar la interacción de las personas o reemplazar las estructuras por tecnología o el famoso "SELF SERVICE" donde dejamos a nuestro consumidor perdido y confundido, nada aleja más a un consumidor que sentirse desplazado o desatendido, en la primera oportunidad te cambia.

DIGITAL MINDSET es pensar como consumidor y poner a su servicio las alternativas más simples y amigables usando como soporte la tecnología sin perder nunca de vista que el objetivo es SATISFACER AL CLIENTE y una última reflexión, no olvidemos que **nuestros colaboradores son también consumidores** probablemente los primeros y más leales no los descuidemos en medio de la ola.