

En ruta hacia la nube:  
ante la oportunidad de la economía digital

---

evolutio

Jacinto Cavestany  
CEO





““

No compramos productos.  
Compramos **soluciones**

Theodore Levitt

””





- El **alto grado de disrupción** actual nos ha hecho centrarnos en ocasiones excesivamente en la tecnología, dejando de lado el impacto **cultural** en las organizaciones y en el **cliente** de dichas transformaciones
- La tecnología es el camino, pero no la meta
- Muchos líderes fracasan irónicamente por **obcecarse en lo que les ha hecho exitosos**, siendo sobrepasados por competidores más pequeños, ágiles y que siguen innovando (Clayton Christensen, "El dilema de los innovadores")



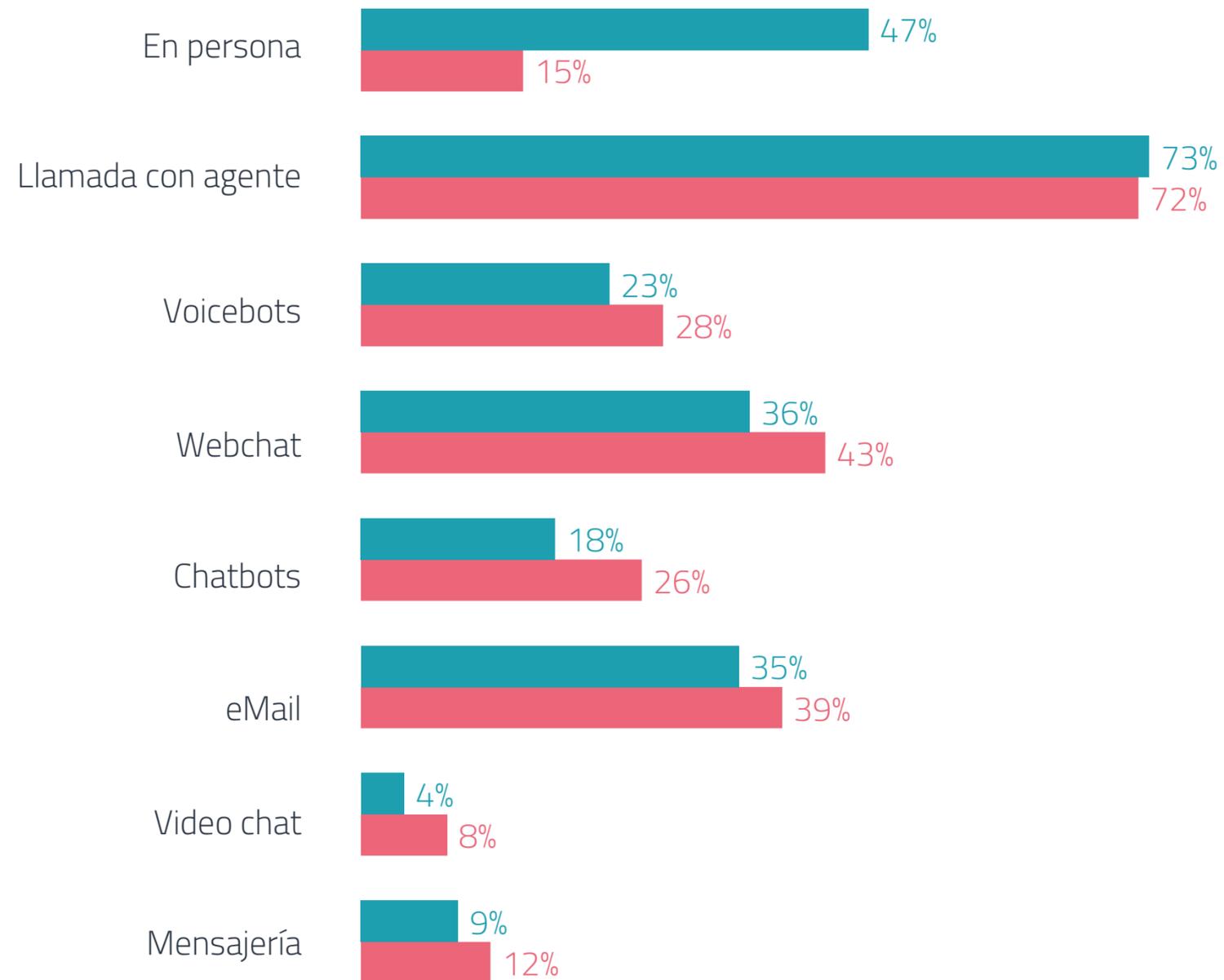
# I: La compleja relación con el cliente de hoy

- La cultura del “**todo como servicio**” nos obliga a satisfacer a un consumidor:
  - Más exigente
  - Más empoderado
  - Con más canales a su disposición
- Los plazos se acortan, se exige más flexibilidad y un grado de **hiperpersonalización** en la oferta y la experiencia del cliente
- ¿Hacia dónde nos dirigimos? **La nube y la innovación** como bases para la **omnicanalidad** y la **experiencia total**



# II: El rol de la innovación y la tecnología: cambio en las interacciones

Servicio al cliente: uso de canales pre y postpandemia



*Prepandemia*

*Postpandemia*

**19%**

de los consumidores han comenzado a usar **chatbots** desde el comienzo de la pandemia

**45%**

de los consumidores usan **webchat** para interactuar con el servicio al cliente

**100%**

incremento en el uso de **videochat**



## II: El rol de la innovación y la tecnología

- Las capacidades tecnológicas se popularizan y **comoditizan**: no vale solo con tener una plataforma tecnológica adecuada al paradigma de la nube (**Enabling the cloud**)
- Hay que ir un paso más allá para ser competitivos y ofrecer valor añadido mediante tecnologías disruptivas – y la comprensión de cómo impactan en las organizaciones y el cliente (**Empowering the cloud**)
- Búsqueda de la satisfacción del cliente aplicando **nuevos enfoques** (ej. IA omnicanal)



## II: El rol de la innovación y la tecnología

- Nuevos enfoques orientados a satisfacer varios retos estratégicos y transversales para las organizaciones a la vez que se mejora de la experiencia de cliente :
  - Desarrollo de nuevos modelos de negocio y aportación de valor añadido a cliente
  - Cumplimiento normativo y ciberseguridad
  - Mejora de la eficiencia operativa



## III: Un cambio tecnológico... ¿o cultural?

- Para ofrecer una experiencia hiperpersonalizada, es necesario contar con talento hiperespecializado
- Las disrupciones conllevan transformaciones culturales en las organizaciones. **Impulso, actualización y retención del talento:** el gran reto organizacional de la década
- En el caso del sector del CC, nos dirigimos a un modelo híbrido con el **agente impulsado por la IA** como pilar
- Un agente más cualificado y dotado de herramientas disruptivas para acelerar la toma de decisiones mejor informadas y más precisas



# evolutio

---

