

TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA PYMES

CÓDIGO 01B03C01	AUTOR Carlos Ojeda Sánchez	DURACIÓN ESTIMADA 115 h	NIVEL DE FORMACIÓN Medio
---------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------

Dirigido a

Profesionales de equipos directivos de Pymes que quieran adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para impulsar la gestión transformación digital de sus empresas y con ello mejorar la productividad y sus posibilidades de crecimiento e internacionalización.

Descripción

Con el contenido de este curso profesional, el alumnado podrá Disponer del marco de actuación para la elaboración y puesta en marcha del plan de transformación de la pyme. Se abarcarán contenidos relacionados con la fidelización del cliente, las nuevas tecnologías que permiten automatizar los procesos, así como la necesidad del cambio cultural en la empresa para poder abordar dicha transformación.

COMPETENCIAS

1. Entender cómo la revolución digital ha generado en las empresas y profesionales una situación de cambio radical que les exige una transformación profunda en sus modos de hacer y actuar.
2. Entender como los diferentes players digitales están cambiando, a través de sus modelos de negocio, las formas de hacer y triunfar en los negocios de ellos y del resto de competidores.
3. Concienciarse de la necesidad de la transformación digital de la pyme, sus beneficios y las bases para una correcta aplicación.
3A. Conocer los objetivos de desarrollo sostenible y las herramientas esenciales para poder desarrollar una economía social y sostenible.
4. Identificar los pasos a seguir en la elaboración y puesta en marcha del plan de transformación digital de la empresa, partiendo del análisis de situación y de la reflexión estratégica sobre los objetivos a alcanzar.
5. Situar al cliente como eje del modelo de negocio, entendiendo como éste, al igual que los procesos de contacto/interacción con él, están cambiando debido a la digitalización.
6. Diseñar e implementar un plan de experiencia de cliente en todos los momentos de su relación con la empresa.
7. Optimizar el proceso de generación de tráfico con la introducción de nuevas herramientas de marketing digital.
8. Maximizar la ratio de conversión del funnel de venta a través de la adecuada gestión de los procesos de información, decisión, compra y entrega al cliente.
9. Conocer la evolución del proceso de compra para desarrollarlo de manera correcta.
10. Diseñar e implementar una satisfactoria experiencia de postventa que potencie la fidelización del cliente.
11. Aplicar los requisitos de propiedad y privacidad derivadas del entorno digital.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA PYMES

12. Elaborar el lienzo de negocio y el mapa de experiencia de cliente del Plan de Transformación Digital de la pyme.
13. Identificar las tecnologías de Analítica digital y big data, entendiendo sus bondades y requisitos.
14. Identificar las tecnologías Machine Learning e inteligencia artificial, entendiendo sus bondades y requisitos.
15. Identificar las tecnologías ERP y CRM, entendiendo sus bondades y requisitos.
16. Identificar la tecnología Cloud, entendiendo sus bondades y requisitos.
17. Adentrarse en el concepto de ciberseguridad, para poder prevenir y proteger a la empresa de amenazas digitales.
18. Identificar las tecnologías de automatización y robotización, entendiendo sus bondades y requisitos.
19. Valorar la implantación (a corto y medio plazo) en la compañía de las tecnologías seleccionadas para poder alcanzar los objetivos de transformación que se planteen.
20. Elaborar el lienzo de transformación digital de la empresa.
21. Fomentar el cambio cultural en las personas que forman una empresa u organización, entendiendo que cualquier proceso de cambio o transformación de una organización sólo es posible a través del cambio en las personas que la forman.
22. Generar equipos con más capacidad de autogestión y más adaptativos, potenciando el talento para generar valor y ayudando a la innovación y al desarrollo de nuevos productos.
23. Fomentar el trabajo colaborativo, aplicando metodologías y herramientas con tal fin.
24. Elaborar el Plan de Gestión del Cambio.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Conocer el funcionamiento interno de la empresa.
2. Conocer los nuevos modelos de negocios en las empresas.
3. Identificar la necesidad de transformación digital en una empresa.
- 3A. Conocer la importancia de la sostenibilidad y la economía circular.
4. Realizar el diagnóstico de la situación de partida de la empresa para el desarrollo del Plan de Transformación Digital.
5. Conocer el perfil del cliente en la nueva era digital.
6. Diseñar un plan de experiencia de cliente.
7. Conocer nuevas herramientas digitales para poder atraer clientes.
8. Analizar el proceso de información y decisión en la captación del cliente.
9. Analizar el proceso de compra y entrega en la captación del cliente.
10. Poder fidelizar al cliente a través del proceso de postventa.
11. Conocer el entorno legal en el manejo de datos del cliente.
12. Hacer el mapa de experiencia del cliente.
13. Analizar datos mediante herramientas de análisis de datos.
14. Resolver problemas con Machine learning.
15. Implantar un ERP en la empresa.
16. Saber usar Cloud.
17. Desarrollar un plan de prevención y protección ante amenazas digitales.
18. Aplicar herramientas de automatización y robotización de tareas.
19. Aplicar el blockchain con éxito.
20. Desarrollar el lienzo de transformación digital de la empresa.
21. Identificar los nuevos perfiles profesionales en las empresas. Identificar el perfil del líder en el proceso de transformación cultural de una empresa.

- 22. Conocer y aplicar metodologías agile.
- 23. Usar herramientas de trabajo colaborativo.
- 24. Desarrollar el plan de acción de la empresa.

CONTENIDOS

Módulo 1. LA EMPRESA EN LA ECONOMÍA DIGITAL

Unidad 1. El contexto digital

- 1. El contexto digital
- 2. Cambios en las tecnologías
- 3. Cambios en las personas
- 4. Cambios en los negocios
- 5. Conceptos para entender la digitalización
 - 5.1. Datos de evolución de la digitalización de los últimos 5 años
 - 5.6. Tendencias

Unidad 2. Nuevos modelos de negocios

- 1. Nuevos modelos de negocio
 - 1.1. Modelos de negocio disruptivos
 - 1.2. Modelos de negocio digitales
- 2. El cliente en el centro del modelo de negocio
 - 2.1. Cambio en el equilibrio de poder
 - 2.2. Omnicanalidad digital
 - 2.3. Competencia intensa
 - 2.4. Impacto de la fidelización y recomendación del consumidor digital
- 3. Modelos de ingresos “tradicionales” vs modelos de ingresos “digitales”
- 4. Desarrollo de ecosistemas como factor clave

Unidad 3. La transformación digital en la empresa

- 1. La transformación digital en la empresa
 - 1.1. Aspectos a tener en consideración
- 2. Principales beneficios de la transformación digital
- 3. Transformación digital, sostenibilidad y economía circular
- 4. Transformación digital: opción o necesidad

Unidad 3A. Sostenibilidad y economía circular

- 1. Conceptos. Sostenibilidad y Economía Circular
- 2. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
- 3. Herramientas esenciales para una economía social y sostenible
 - 3.1. Diseño consciente
 - 3.2. Mantener en uso los productos y materiales
 - 3.3. Regeneración de los sistemas naturales
- 4. Análisis del ciclo de vida (ACV)
- 5. Certificaciones de Sostenibilidad y Estándares Ecológicos

Unidad 4. Plan de transformación digital I: Diagnóstico y objetivos estratégicos

1. El plan de transformación digital I: Diagnóstico y objetivos estratégicos.
2. ¿Por qué transformar mi organización?
 - 2.1. Eficiencia operativa - sector industrial
 - 2.2. Alcance y conexión - sector agroalimentario
3. ¿Cómo hacerlo? Descripción del plan de transformación a trabajar durante el programa
 - 3.1. Cómo hacerlo I. Diagnóstico y reflexión estratégica
 - 3.2. Cómo hacerlo II-A. Enfoque en la experiencia de cliente
 - 3.3. Cómo hacerlo II-B. Enfoque en el liderazgo en costes
 - 3.4. Cómo hacerlo III. Habilitando el cambio
 - 3.5. Cómo hacerlo IV. Gestionando el cambio
 - 3.6. Cómo hacerlo V. Ejecución y seguimiento del plan
 - 3.7. Complejidad y desafíos del Plan de transformación digital
4. Herramientas para el análisis interno y externo de la organización
5. Definición de objetivos estratégicos

Módulo 2. TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE**Unidad 5. El cliente en la nueva era digital**

1. El cliente en la nueva era digital
 - 1.1. Clientes siempre conectados: accesibilidad constante y expectativas de respuesta rápida
 - 1.2. Clientes bien informados: poder del social-media y expectativas de personalización
 - 1.3. Clientes empoderados: economía compartida y cambio de expectativas
2. Claves para conectar con el cliente de la era digital
 - 2.1. Personalización
 - 2.2. Omnicanalidad
 - 2.3. Transparencia
 - 2.4. Escucha activa

Unidad 6. Experiencia de cliente y de producto

1. Experiencia de cliente y de producto
 - 1.1. La Intersección de las Experiencias de Producto y Cliente
2. CX y estrategia de negocio: diferenciación competitiva y retención
3. ¿Cómo lo hacemos? ¿Por dónde empezamos?
 - 3.1. ACTO I- Identidad y propuesta de valor única e integral
 - 3.2. ACTO II- Segmentación y canales en modo feedback 24/7
4. Importancia del feedback en la experiencia de cliente
5. Buyer Persona + Customer Journey Map: la personalización de la experiencia de cliente

Unidad 7. Proceso de generación de tráfico

1. Atrayendo al cliente: el proceso de generación de tráfico
2. Cómo enfocar la generación de tráfico: el diseño del Buyer Persona
3. La generación de tráfico
4. Tendencias de Marketing para la generación de tráfico
5. Fuentes de tráfico web / app

Unidad 8. Captando al cliente I

1. Introducción
2. Proceso de información y decisión digital vs tradicional
3. Estrategia de generación de contenidos

4. Diseño de la fase de información y decisión
5. Importancia de los procesos de conversión
6. Herramientas de personalización
7. Analítica Digital para la toma de decisiones inteligentes

Unidad 9. Captando al cliente II

1. La evolución del proceso de compra y entrega
2. Organización y plataformas de eCommerce
3. Logística y entrega
4. Evolución de los sistemas de pago

Unidad 10. Proceso de postventa

1. Fidelizando al cliente
2. El proceso de postventa
3. Canales de atención postventa y digitalización
4. Satisfacción del cliente y análisis del “Customer Journey Map”

Unidad 11. Entorno legal: propiedad y privacidad

1. Introducción
2. Entorno Legal: Propiedad y Privacidad
3. Tratamiento de los Datos
 - 3.1. El consentimiento válido
 - 3.2. Finalidad y limitación del tratamiento
 - 3.3. Aviso de privacidad
4. Protección y Seguridad de la Información
 - 4.1. Base Legal para el Tratamiento de Datos
 - 4.2. Política de privacidad
 - 4.3. Seguridad de los Datos
 - 4.4. Notificación de Brechas de Seguridad
 - 4.5. Delegado de Protección de Datos (DPD)

Unidad 12. Plan de transformación digital II: la experiencia de cliente

1. El Plan de transformación digital II: el mapa de experiencia el cliente
2. Business Model Canvas
3. Interrelación entre los componentes del BMC
 - 3.1. Experimentación e iteración
 - 3.2. Rápida adaptación a los cambios
 - 3.3. Exploración de diferentes ideas
 - 3.4. Comunicación y alineación
 - 3.5. Adaptación a nuevos datos y aprendizaje
4. Del Buyer persona al Mapa de empatía
 - 4.1. ¿Quién soy desde el mapa de empatía?
 - 4.2. ¿Qué necesito hacer o resolver desde el mapa de empatía?
 - 4.3. ¿Qué veo desde el Mapa de empatía?
 - 4.4. ¿Qué escucho desde el Mapa de empatía?
 - 4.5. ¿Qué pienso y siento desde el Mapa de empatía?
 - 4.6. ¿Qué digo y hago desde el Mapa de Empatía?
 - 4.7. ¿Qué necesito y deseo desde el Mapa de empatía?

5. Mapa de Experiencia del Cliente
 - 5.1. Paso 1: Comprender el viaje del cliente
 - 5.2. Paso 2: Profundizar en la empatía con el cliente
 - 5.3. Paso 3: Alinear los objetivos de la empresa

Módulo 3. HABILITANDO TECNOLÓGICAMENTE LA TRANSFORMACIÓN

Unidad 13. Analítica digital y big data

1. Introducción
2. Cadena de valor del dato
 - 2.1. Adquisición de datos
 - 2.3. Almacenamiento de datos
 - 2.4. Procesamiento de datos
 - 2.5. Análisis de datos
 - 2.6. Toma de decisiones
3. Beneficios del uso de datos en una organización
4. Sinergias con otras tecnologías
5. Herramientas de visualización de datos

Unidad 14. Machine Learning e inteligencia artificial

1. Inteligencia artificial, Machine learning y Deep learning
2. La Inteligencia Artificial en el siglo XXI
3. IA en la empresa: ¿qué requiere?
 - 3.1. Nivel 1 - Inversión Alta
 - 3.2. Nivel 2 - Inversión Moderada
 - 3.3. Nivel 3 - Inversión Baja
4. Problemas que se pueden resolver con Machine Learning

Unidad 15. ERP y CRM

1. Introducción al ERP y CRM
2. Qué es un ERP y cuáles son los principales ERPs
 - 2.1. Introducción a los sistemas ERP más comunes
 - 2.2. Comparación de los principales ERPs
3. Implementación de ERPs
4. Outputs de un ERP
5. Control de Gestión y KPIs
6. Manejo de KPIs dentro de la empresa

Unidad 16. Cloud

1. Introducción a la Cloud
 - 1.1. Definición de la Nube o Cloud
2. Cloud como herramienta clave para la transformación de las empresas
3. Tecnologías básicas para la Nube
4. La infraestructura como servicio (IaaS): Servicios básicos (computación y almacenamiento)
5. El software como servicio (SaaS): Aplicaciones en la Cloud. Casos de Éxito
6. Gestión de relaciones con clientes (CRM)

Unidad 17. Ciberseguridad

1. Ciberseguridad
2. Principales amenazas en Internet
 - 2.1. Amenazas de software
 - 2.2. Amenazas de red
 - 2.3. Ingeniería social: la manipulación psicológica en el ciberespacio
 - 2.4. Amenazas internas
 - 2.5. Amenazas a la cadena de suministro
3. Técnicas y tácticas utilizadas por los atacantes
4. Herramientas y soluciones de ciberseguridad
5. Marcos de gestión para la prevención, protección, respuesta y gobierno

Unidad 18. Automatización y robotización

1. Automatización y robotización
2. Fabricación aditiva y escáner 3D
 - 2.1. Escáner 3D
3. Realidad aumentada y virtual
 - 3.1. Realidad Aumentada (RA)
4. IOT - Internet de las cosas

Unidad 19. Otras tecnologías (Blockchain...) y tendencias

1. Otras tecnologías (Blockchain...) y tendencias
2. Aplicabilidad de la Blockchain a los modelos de negocio
 - 2.1. Aplicaciones en la Cadena de Suministro
 - 2.2. Innovaciones en la Identidad Digital y la Democracia
 - 2.3. Aplicaciones en el Periodismo y las Finanzas
3. Tendencias
 - 3.1. Criptomonedas
 - 3.2. Contratos Inteligentes (Smart Contracts)
 - 3.3. Tokens no fungibles (NFTs)
 - 3.4. Organizaciones Autónomas Descentralizadas (DAOs)
4. Casos de éxito de aplicación de tecnologías disruptivas a pymes

Unidad 20. Plan de transformación digital III: el lienzo de transformación digital

1. El Lienzo de transformación digital
2. Iniciativas a desarrollar: los Campos de acción estratégica
3. Objetivos de transformación
 - 3.1. SAF 1.- Centralidad del Cliente
 - 3.2. SAF 2 – Tecnologías
 - 3.3. SAF 3 – Nube y datos
 - 3.4. SAF 4 – Negocio digital
 - 3.5. SAF 5 - Ingeniería de procesos
 - 3.6. SAF 6 - Liderazgo y Cultura Digital
 - 3.7. SAF 7 - Marketing Digital

Módulo 4. GESTIONANDO EL CAMBIO**Unidad 21. Transformación cultural en la empresa**

1. Organización en Entornos Digitales: Una Transformación Necesaria
2. Liderazgo digital
3. Espacios y formas de trabajo
4. Nuevos perfiles profesionales
5. Transformación cultural
6. Liderazgo, implicación y participación
7. Construir una visión inspiradora
8. Competencias personales como líder de la transformación digital
9. Confianza y transparencia para crear valor
10. Optimización de la comunicación interna

Unidad 22. Metodologías de Innovación/ agile

1. Metodologías de Innovación-Agile
2. La empresa ágil
3. Kanban y Scrum
4. Objetivos con OKRs

Unidad 23. Herramientas digitales de trabajo colaborativo

1. Herramientas digitales de trabajo colaborativo
2. Optimización de la comunicación interna o con el cliente
3. Gestión de tareas
4. Herramientas creativas en la nube

Unidad 24. Plan de transformación digital IV: el plan de acción

1. Introducción
2. Objetivos e Indicadores para medir el alcance de la transformación digital
3. Diferencia entre objetivos a corto plazo y medio plazo
4. La matriz de priorización para la transformación digital
5. Constitución y preparación del equipo líder del cambio
6. Los Pecados Capitales del Liderazgo para el Cambio Digital
7. Equilibrio de liderazgo I: patrones de comportamiento
8. Equilibrio de liderazgo II: estilos de toma de decisión

Módulo 5. CASOS DE USO SECTORIALES **Este módulo no es evaluable*

Unidad 25. Sector industrial

Unidad 26. Sector agroalimentario

Unidad 27. Sector servicios

Unidad 28. Sector TIC

Unidad 29. Sector consumo

Unidad 30. Recomendaciones, ventajas e inconvenientes

