



# MODELO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL (GAT)



Gabriel Alzate Tobón  
Magister GMCM

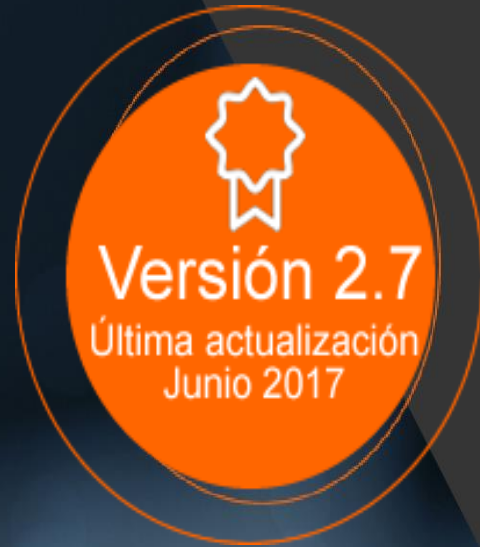
 Gabriel Alzate Tobón



gjalzate



gabrielalzatedigital









**Las personas y la cultura son los mayores obstáculos para la transformación digital**

Estudio “Embracing Digital Technology” - MIT Sloan Management Review

# CLIENTE

Marketing



Canales de venta



Servicio



Gestión humana



Producción

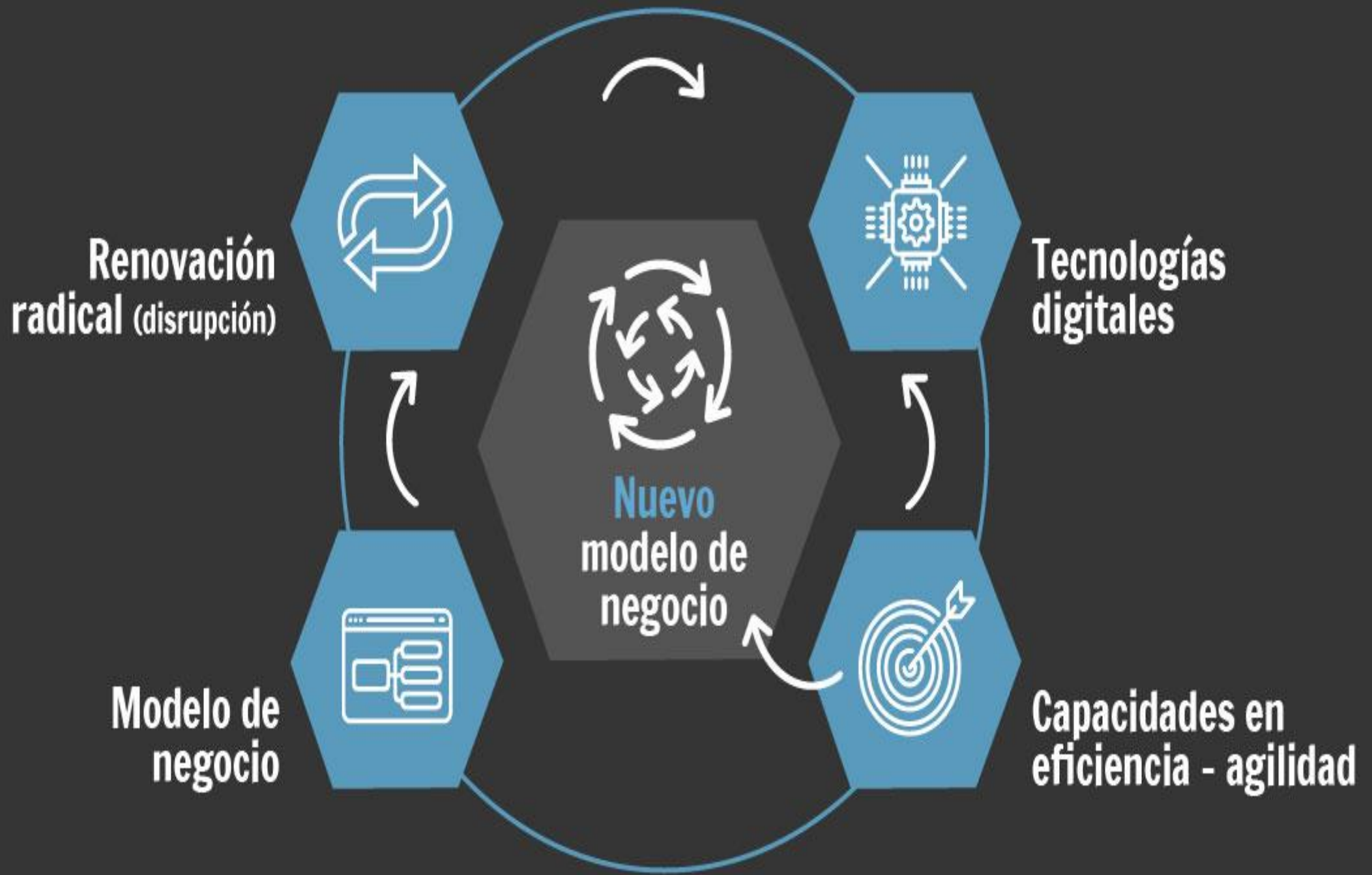


Logística



# TECNOLOGÍA





# La transformación digital

Debe tener una dinámica continua en la organización manteniendo una relación digital en cada estrategia de contacto con el cliente



# Relación

# Tendencias

# Diseño

## Marketing

- Recomendar
- Comunicar
- Atraer
- Social
- Analítica datos

Atraer

Experiencia

Modelo de negocio

**CLIENTE**  
(Humano)

Valor

- Co-creación
- Prospectiva
- Personalización
- Diferencia
- Analítica datos

## Producto

## Canales venta

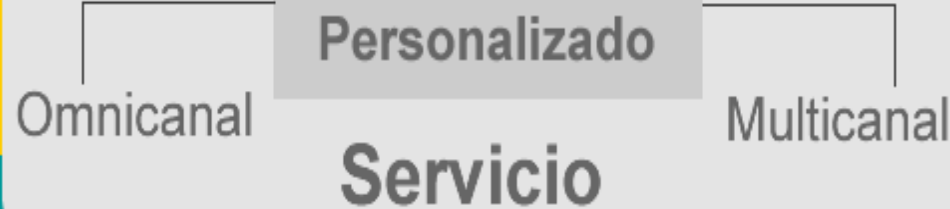
- Propios
- Terceros
- Relación
- Social
- Analítica datos

Cobertura

Talento

- Liderazgo
- Redes
- Cultura
- Personas
- Analítica datos

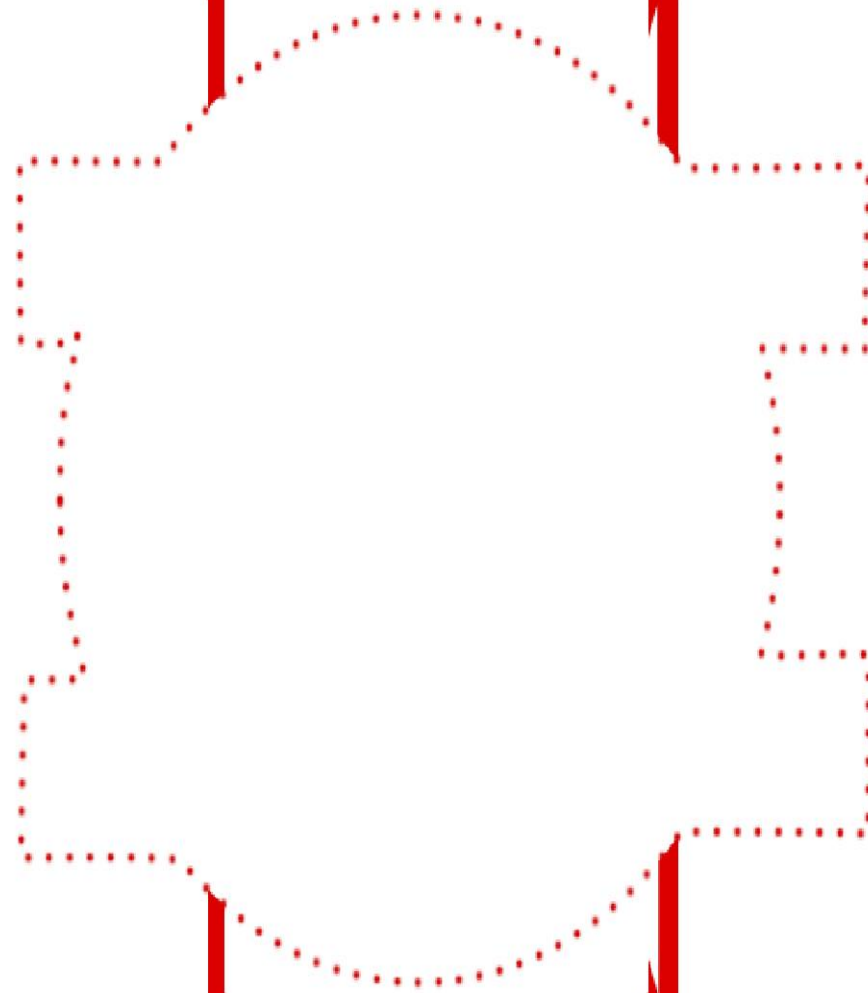
## Humano



**Tecnología como valor**



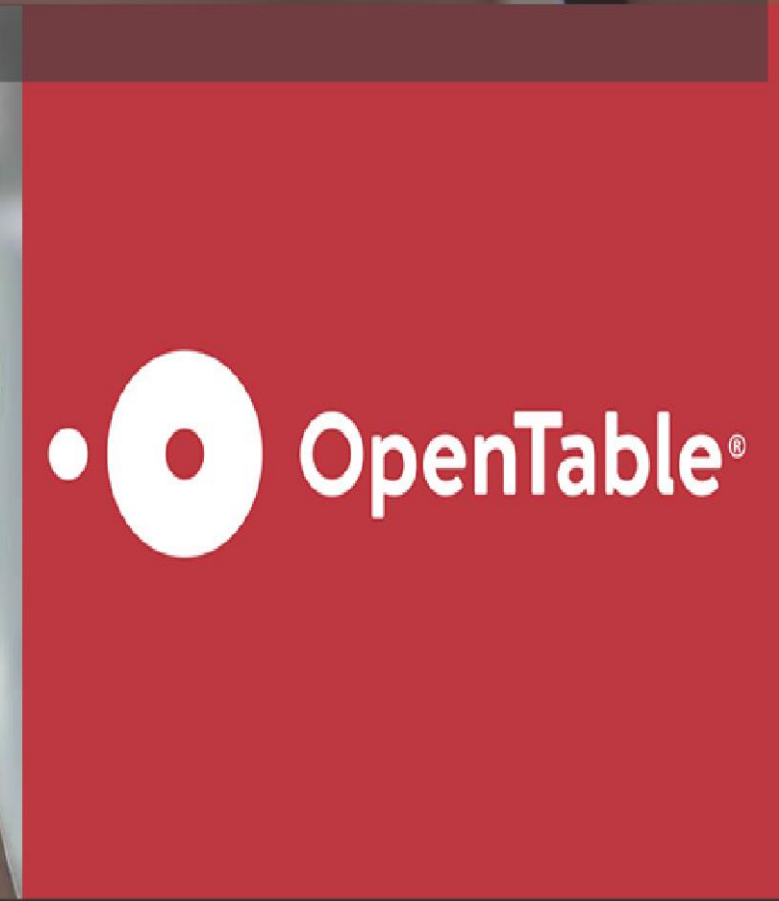
Entorno



# Cambio en los competidores basados en nuevas formas de negocio



Competidores disruptivos



# HUMANIZACIÓN DEL PRODUCTO





**VALORES**

# Tendencias tecnológicas



Blockchain • Computación en la nube • Bitcoin • Computación cognitiva



# Entorno

## Tendencias digitales

- Humano
- Producto
- Marketing
- Canales de venta
- Servicio
- Tecnología como valor

Prospectiva



Tendencias



Constante  
vigilancia



Revisión  
periódica

Front

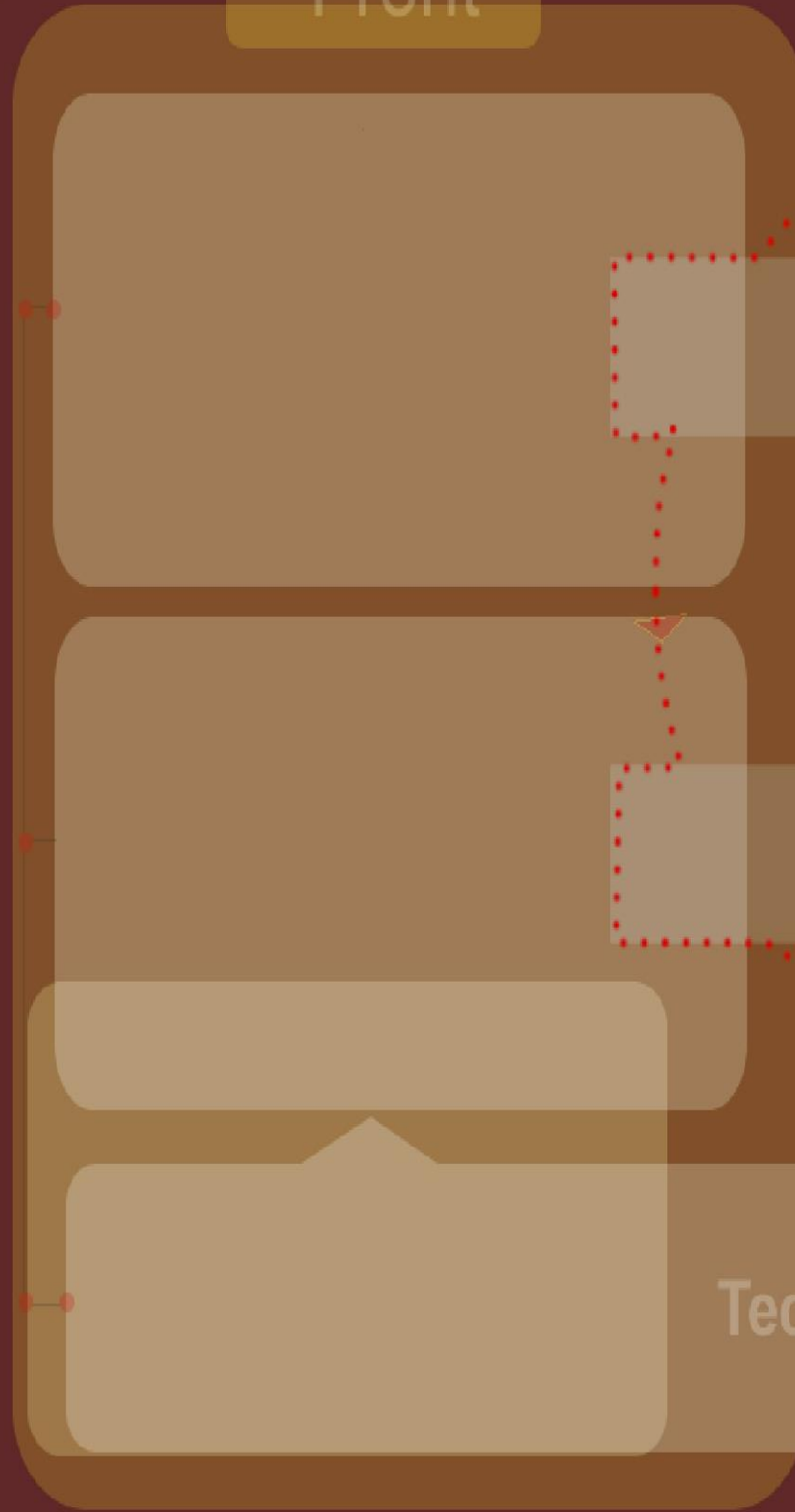
Entorno

Back



Teletrabajo  
Redes  
Cultura  
Búsqueda

**Humano**



A person with long blonde hair, wearing a red and blue plaid shirt and blue jeans, is sitting on a wooden dock by a lake. They are using a silver laptop. The background shows a calm lake reflecting the sky and a line of trees in the distance. The lighting is warm, suggesting a sunset or sunrise.

# **Cambios en las nuevas formas de trabajo**



# HOLOCRACIA



## Estructura organizacional

Con roles y responsabilidades claros



## Nuevo formato de reuniones

Más acción y menos análisis



## Mayor autonomía de individuos y equipos

Resolver problemas por sí mismos sin burocracia



## Proceso único de toma de decisiones

Evolución continua de la estructura organizacional

# CULTURA

## Tendencias



## Conocimiento



Liderazgo disruptivo  
Estructura digital  
Trabajo fuera de oficina

Medios sociales  
Medios tecnológicos  
Soluciones digitales  
E- Learning  
Networking digital

Búsqueda  
Redes  
Trabajo colaborativo  
Redes de apoyo  
Pensamiento de diseño  
Diferentes pensamientos  
Pensamiento digital



Data

Analítica



Front

Entorno

Back

CLIENTE

Valor

Producto

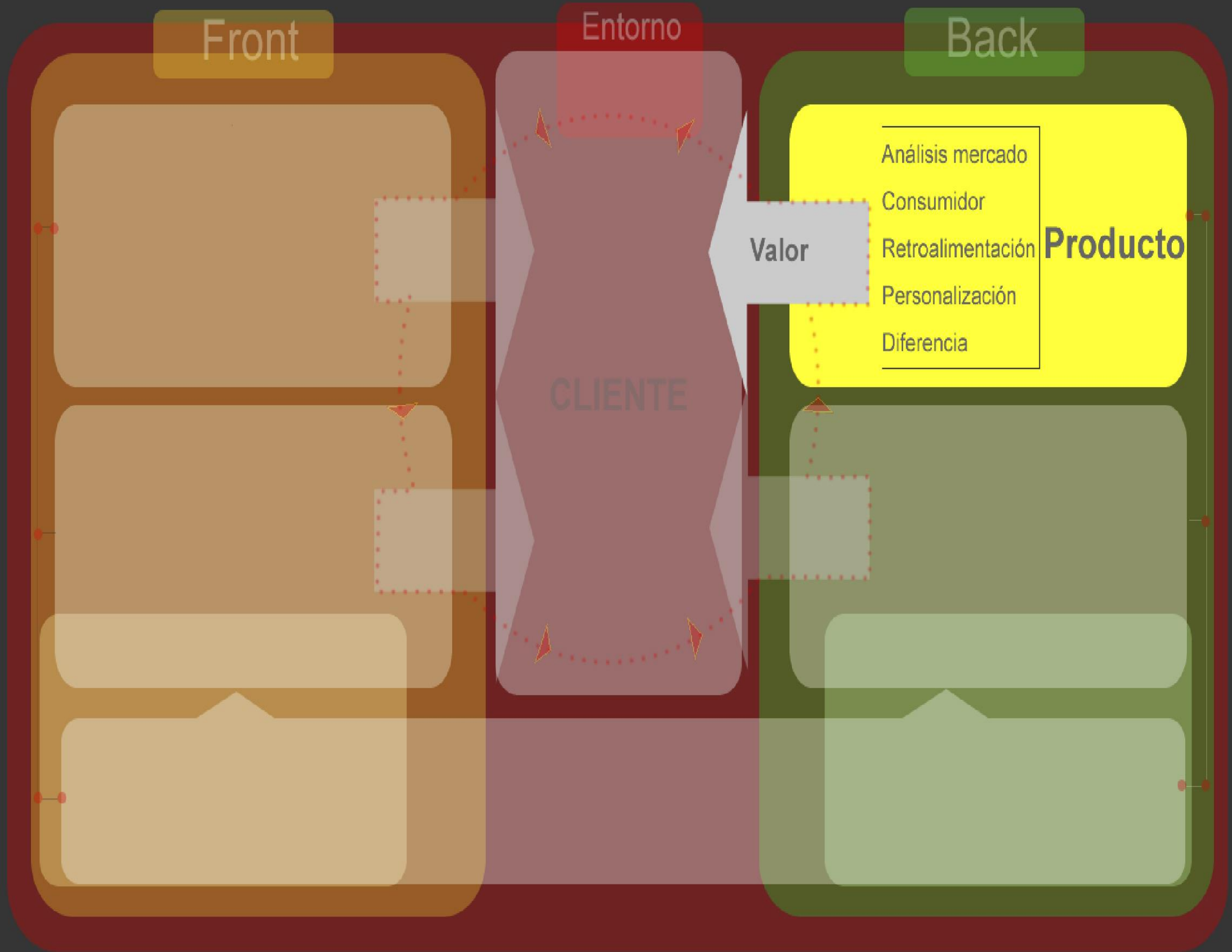
Análisis mercado

Consumidor

Retroalimentación

Personalización

Diferencia

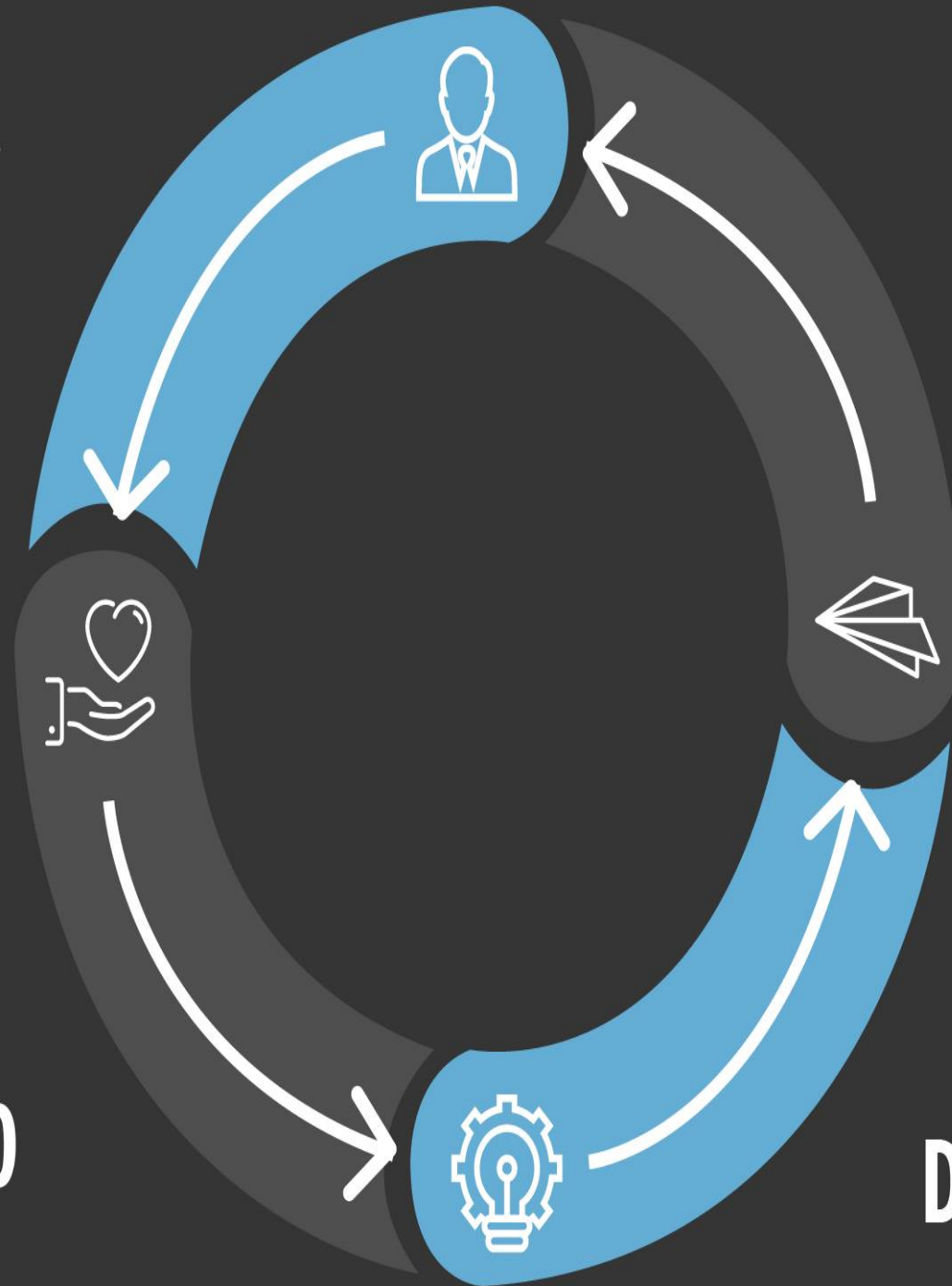




**VALOR AGREGADO AL PRODUCTO**

**CLIENTE**

**VALOR  
ENTREGADO**



**VALOR  
PERCIBIDO**

**DISEÑO Y  
DESARROLLO**

# Innovación



Prospectiva

Valor diferente

Nuevos negocios

Core

Tecnologías digitales

Experiencia

Co-creación

Consumidor

Valor agregado

Diferencia

Valor

Tecnologías digitales

Transformación continua

Producto Servicio Proceso

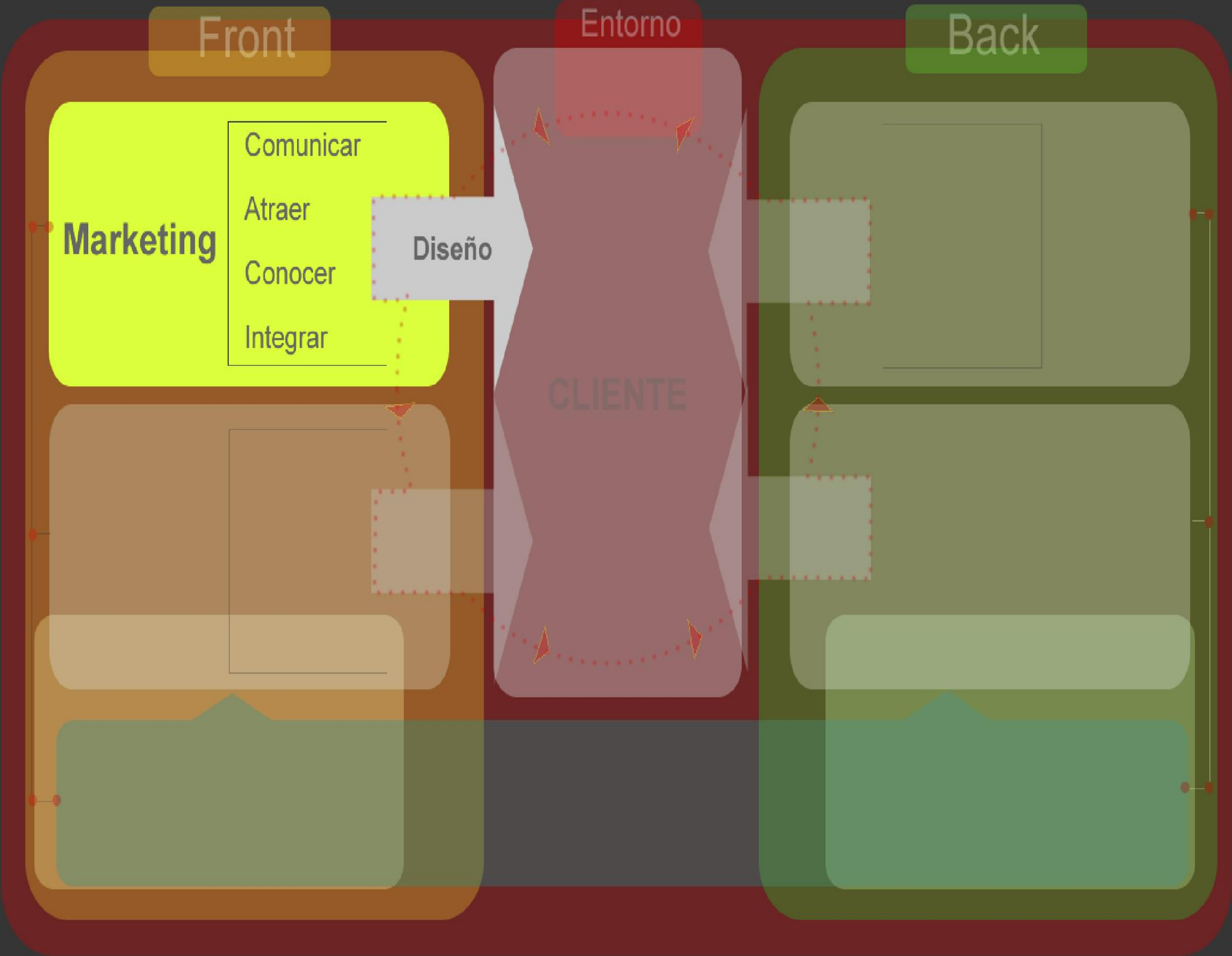
Data - Analítica

Medios sociales Canales Uso Marketing









Front

Entorno

Back

**Marketing**

- Comunicar
- Atraer
- Conocer
- Integrar

Diseño

CLIENTE

Back

**NO SE TRATA DE  
HACER MARKETING  
DIGITAL SINO DE  
HACER MARKETING  
EN UN MUNDO  
DIGITAL**

**Ronald C. Stern**



# EL CONTROL LO TIENE EL CONSUMIDOR



TREND / BAR GRAPH



TABLE VIEW

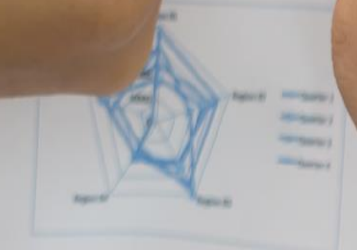
Name	ID	Location	Access	Status	Price
John Doe	12345	New York	Read	Active	\$100.00
Jane Smith	67890	Los Angeles	Write	Inactive	\$200.00
Bob Johnson	11111	Chicago	Admin	Pending	\$50.00
Alice Brown	22222	San Francisco	Read	Active	\$150.00
Charlie Davis	33333	London	Write	Inactive	\$300.00
Diana Prince	44444	Paris	Admin	Pending	\$75.00

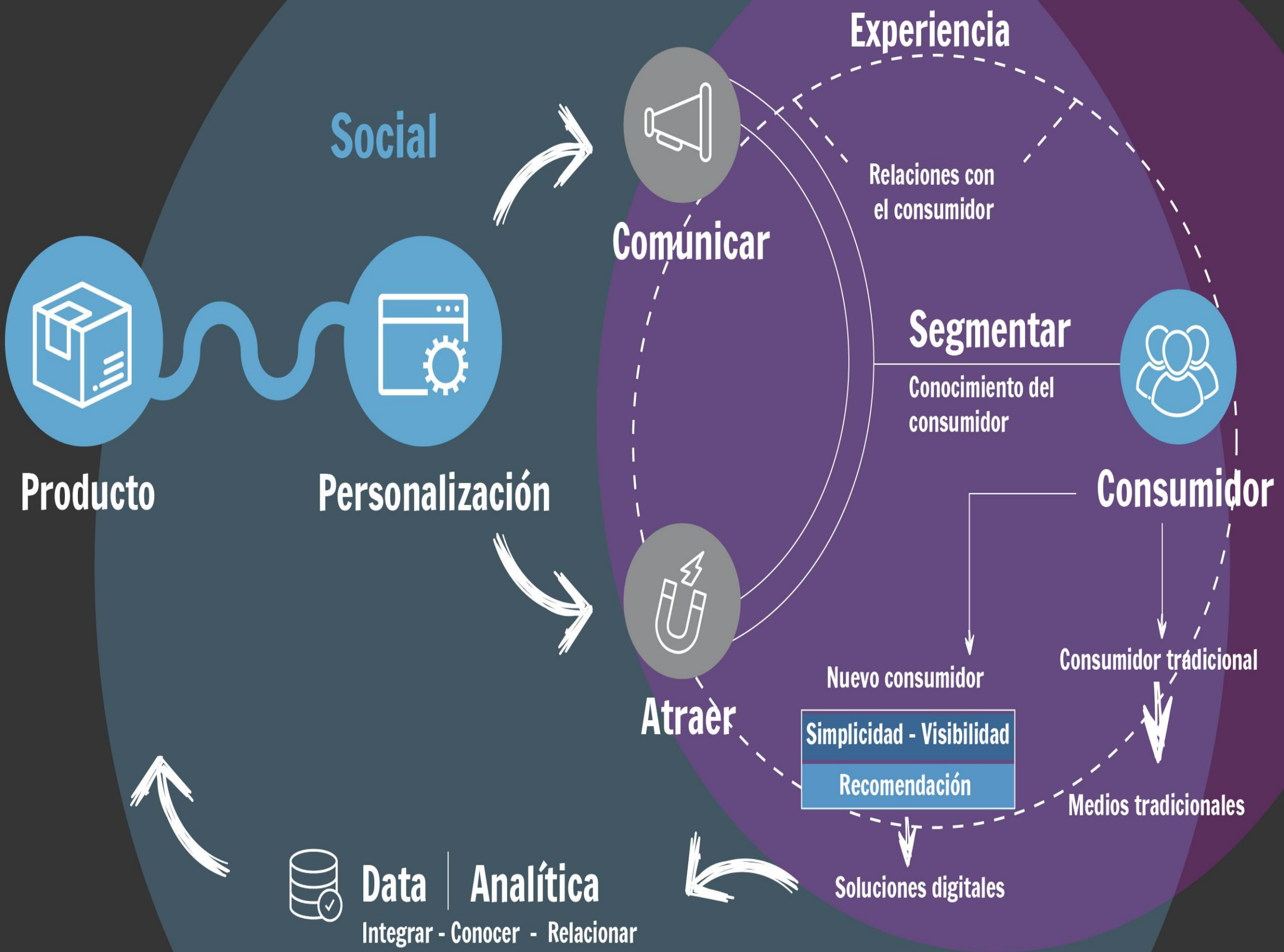


# MÉTRICAS EN EL MARKETING



- Sector 1
- Sector 2
- Sector 3
- Sector 4
- Sector 5
- Sector 6
- Sector 7







Front

Entorno

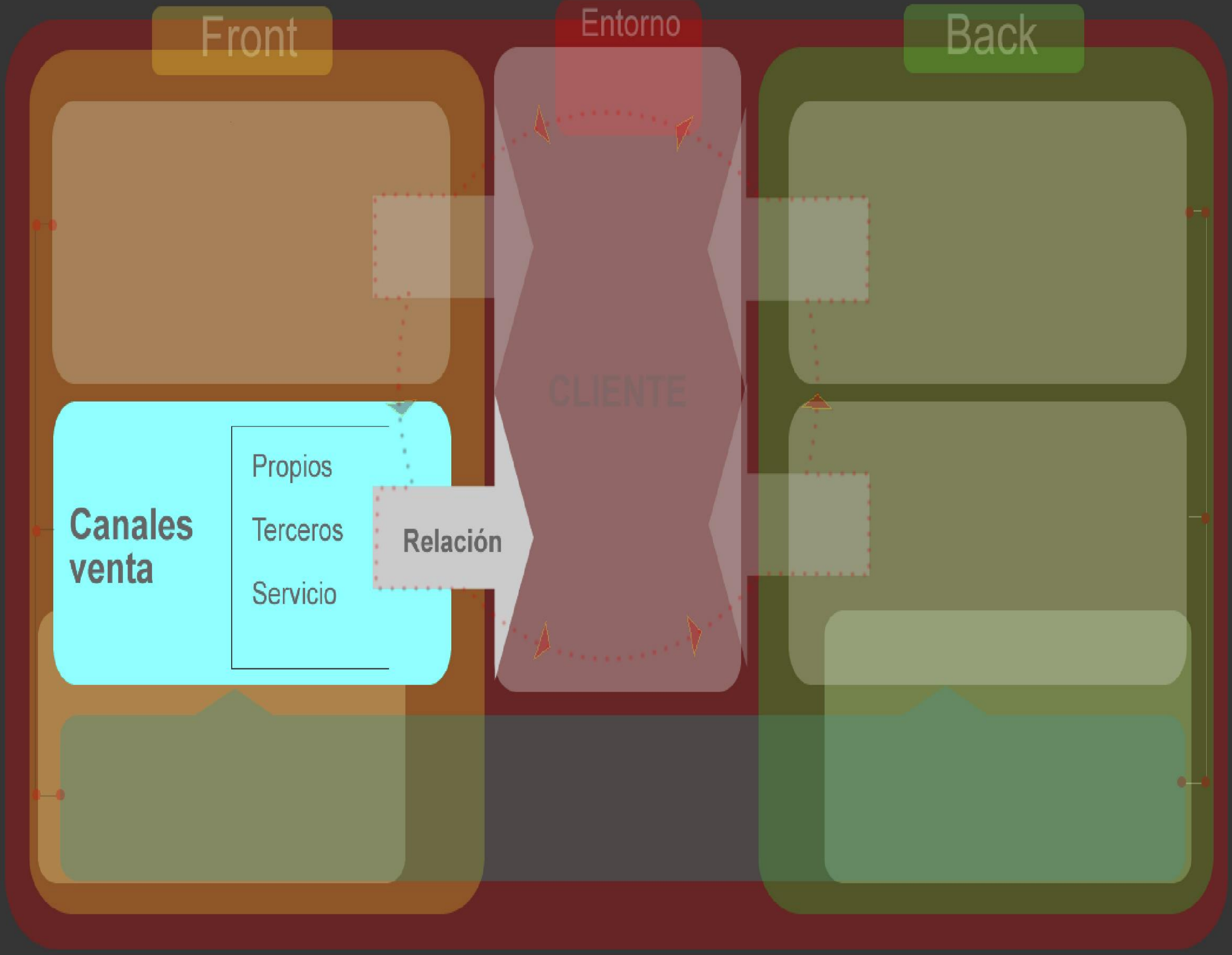
Back

CLIENTE

**Canales  
venta**

- Propios
- Terceros
- Servicio

Relación





**Producto**

**Comunicar**



**Propios  
Terceros**



**Atraer**



**Data | Analítica**

Información venta - prospectos - sugerencias de producto - georreferenciación - stocks



**Experiencia**

**Punto de venta**

**Nuevos medios de valor**

**Logística**

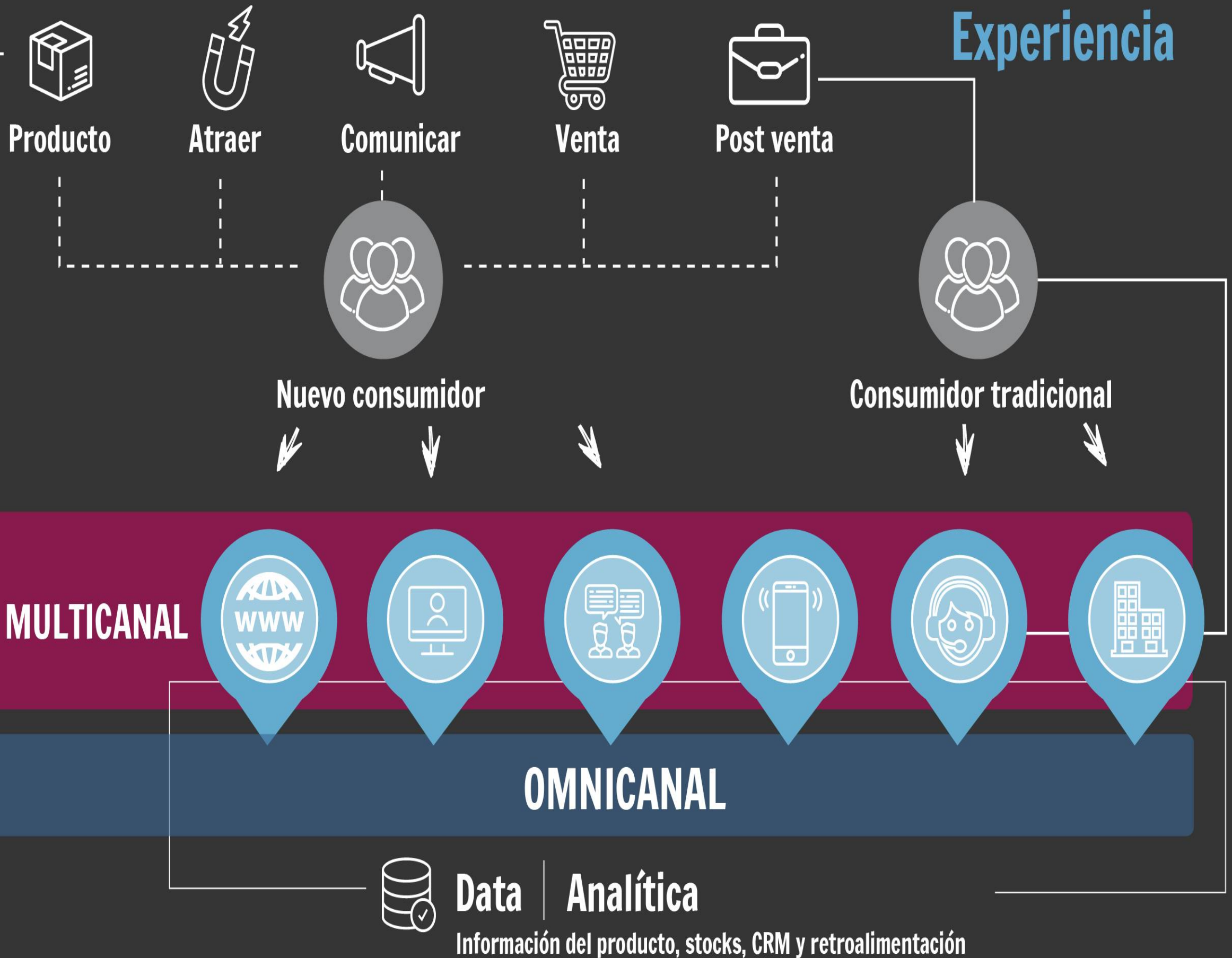






# SERVICIOS

# Experiencia



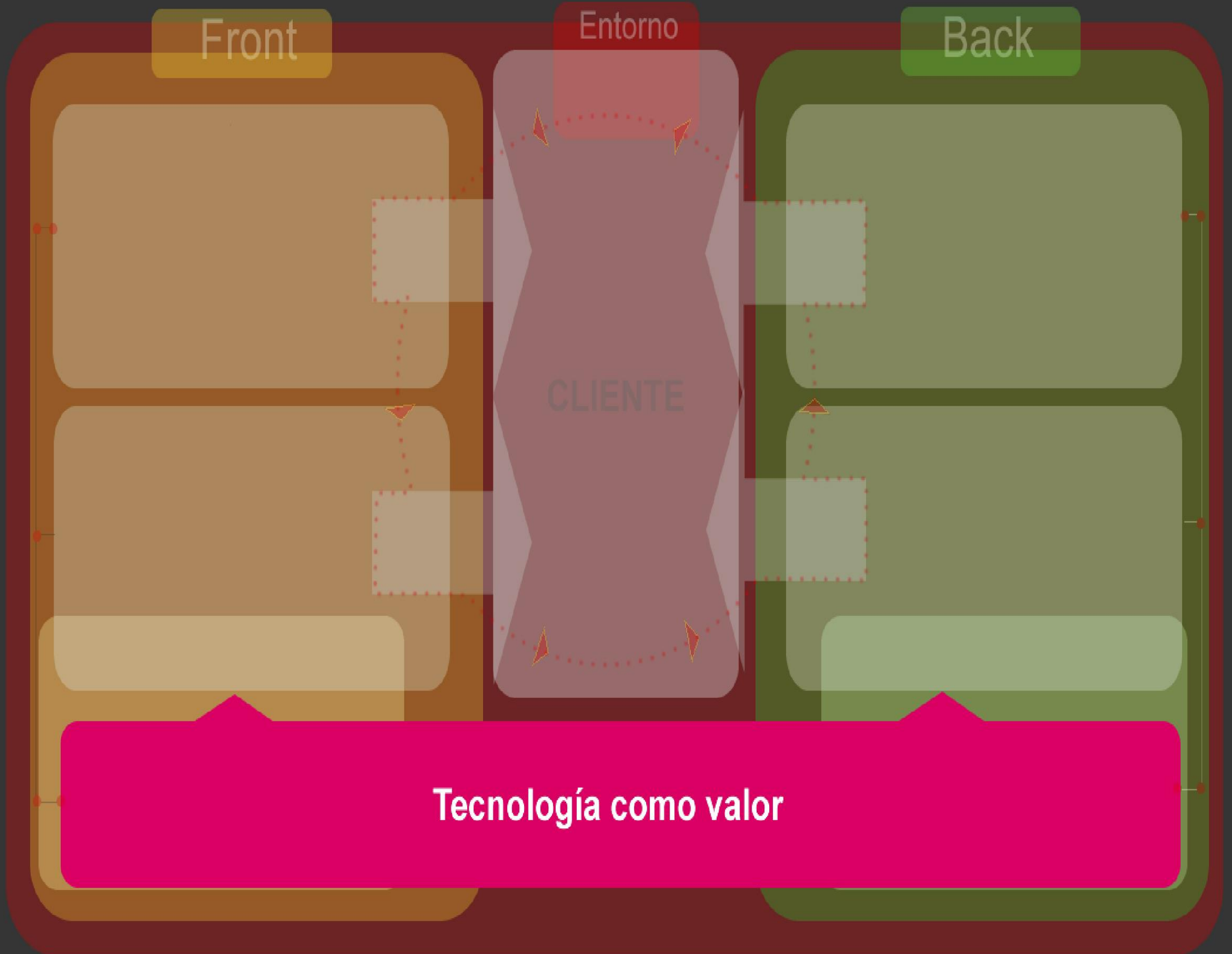
Front

Entorno

Back

CLIENTE

Tecnología como valor





**Marketing**



**Cliente**



**Producto**



**Canales de ventas**



**Humano**



**Terceros**



**Servicio**

**Tecnologías con valor**

**Administración**

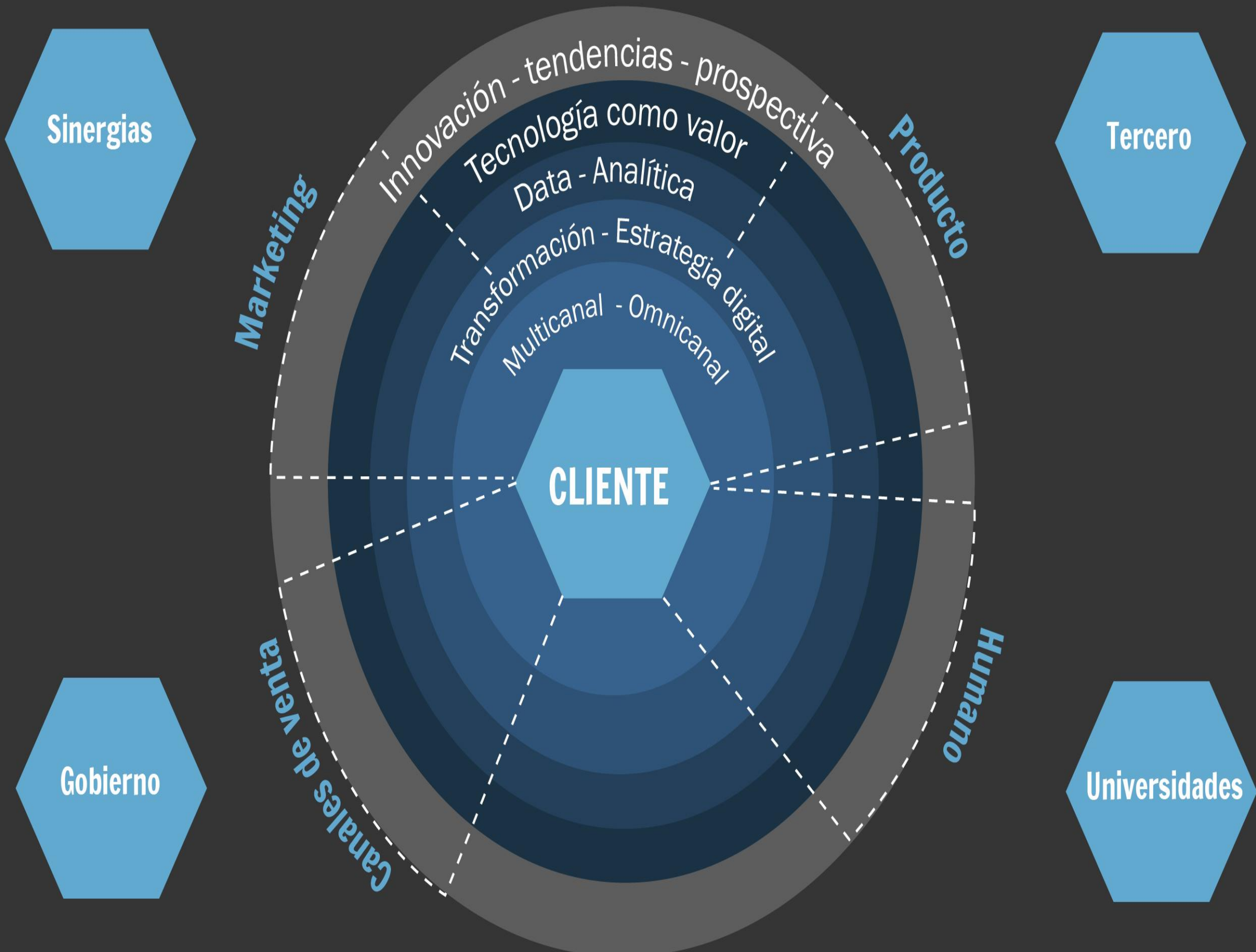
# HERRAMIENTAS ANALÍTICAS



**Data**



cōgnitōys





GRACIAS 

 **Gabriel Alzate Tobón**

 **gjalzate**

 **gabrielalzatedigital**

