

“Cómo transformar digitalmente mi pyime”

Diego Dalman





3 estrategias clave para la transformación



¿Cuál es el factor N°1 en la transformación digital?

Factor N°1

- El cambio no es inyectar tecnología, cambiar procesos o cambiar el email por una plataforma...
- El cambio es cómo **las personas** son capaces de crear más valor para sus equipos o clientes gracias a la tecnología

Factor N°1

- La transformación digital no es la revolución de la tecnología
- La transformación digital es la revolución de las **personas**

**“Si no entendés a las personas,
no entendés de negocios”**

Tené en cuenta esto a la hora de
elegir socios y colaboradores



**Las personas no cambian
cuando vos querés que cambien**



Sólo hay **una manera** de
conseguir que alguien haga algo



Estrategia 1: foco en las **personas**



Empezá por el propósito





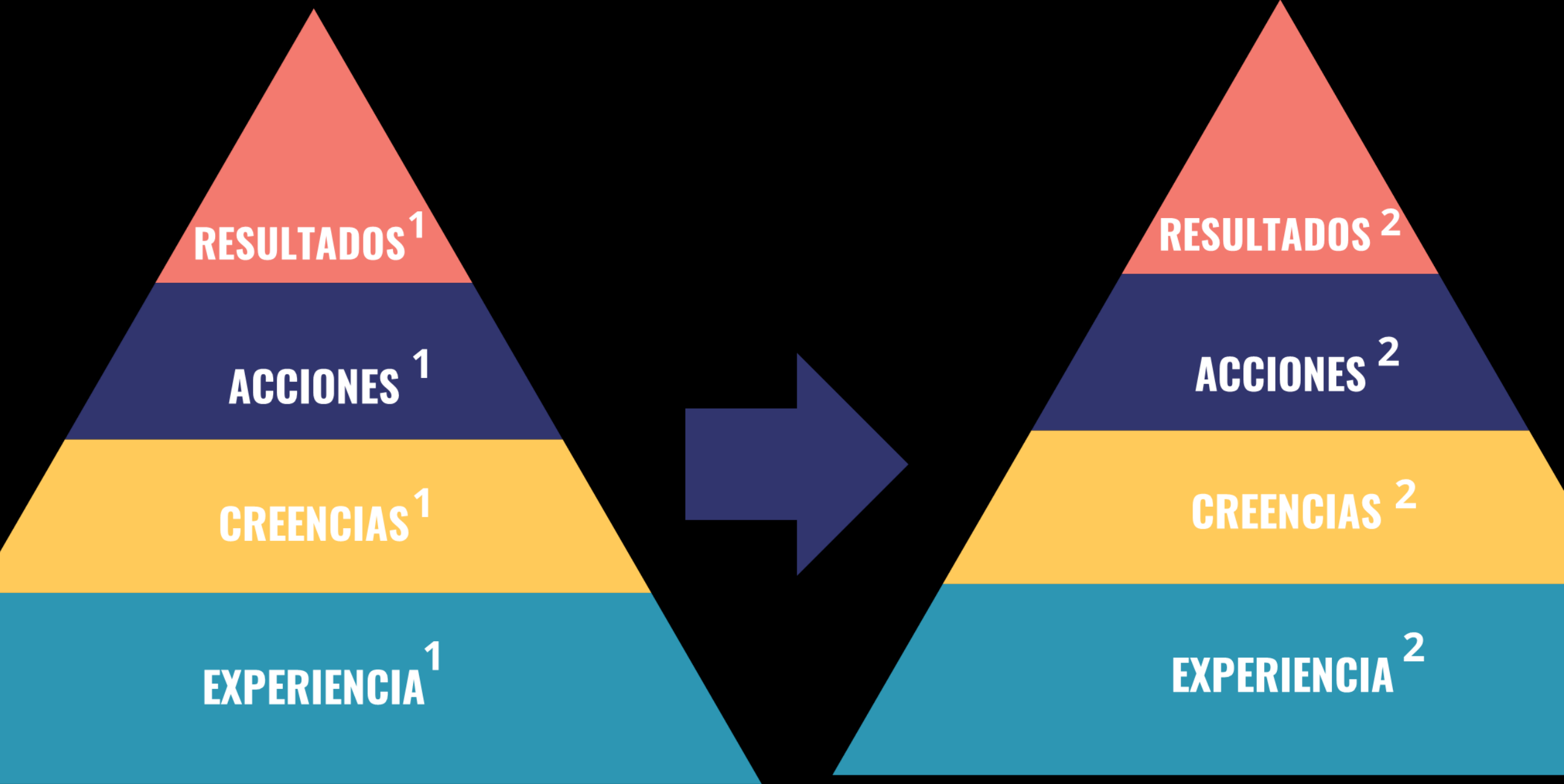
Tu rol como líder digital:
conectar con las personas



**Propósito de la transformación:
“¿A quién vas a impactar hoy?”**



Estrategia 2: desafiá tus creencias



Fuente: Cambie la cultura, cambie el juego - Roger Connors, Tom Smith

“El cambio se produce cuando es planificado y ejecutado correctamente por la gerencia”

©UEFA 202 via Ruptly

BUDAPEST

THE Sun

2020 P FULL GAME UEFA.com UEFA EURO 2020 BUDAPEST RESPECT SIGN FOR AN EQUAL GAME

W VW FedEx Heineken Gazprom QATAR AIRWAYS Hisense vivo JUST SAY NO

FedEx vivo Heineken QATAR AIRWAYS Hisense vivo JUST SAY NO

Hisense vivo Heineken QATAR AIRWAYS Hisense vivo JUST SAY NO

TikTok Heineken QATAR AIRWAYS Hisense vivo JUST SAY NO

Heineken QATAR AIRWAYS Hisense vivo JUST SAY NO

vivo Heineken QATAR AIRWAYS Hisense vivo JUST SAY NO

Booking.com QATAR AIRWAYS Hisense vivo JUST SAY NO

Booking.com QATAR AIRWAYS Hisense vivo JUST SAY NO

Booking.com QATAR AIRWAYS Hisense vivo JUST SAY NO

Booking.com QATAR AIRWAYS Hisense vivo JUST SAY NO

BUDAPEST



UEFA EURO 2020



Cristiano Ronaldo recomendó beber agua, y no gaseosas, y Coca-Cola perdió US\$ 4.000 millones en minutos

El atacante portugués, visiblemente molesto, corrió dos botellitas de la empresa que patrocina la Eurocopa y eso impactó negativamente en las acciones de la marca


15 de junio de 2021 • 12:27



Invertí en arte



Los cambios se producen en todo momento y en todo lugar



**La pregunta no es si vamos a
cambiar...**

“Las especies que sobreviven no son las más fuertes, ni las más rápidas, ni las más inteligentes; sino aquellas que mejor se adaptan al cambio”

- Charles Darwin



**“No podemos cambiar si no
cambiamos nuestra forma de
pensar”**





“Los goles de ayer no ganan los partidos de hoy”



**MASTER
VIDEO**

CEO DE NOKIA:

"No hicimos nada malo, sin embargo terminamos perdiendo"

Culturas digitales Vs. Culturas del miedo

LA NACION • Economía

La cultura del miedo: los peligros de trabajar en una organización asustada

El temor en la empresa genera parálisis y atenta contra la innovación y el crecimiento; la clave es generar un ambiente de seguridad psicológica

27 de marzo de 2019



Andrés Hatum

PARA LA NACION



Estrategia 3: innovación



No es una expresión de deseo...
Es supervivencia



Amazon recupera título de la marca más valiosa tras dos años a la sombra de Apple

El gigante del comercio electrónico volvió a la cabeza de la lista a pesar de la caída del 15% en el valor de su marca, según un informe publicado por Brand Finance

19.01.2023 ~ 08.06.2023



amazon

echo

kindle

on





ALQUILAR O COMPRAR Películas populares [Ver más](#)



ALQUILAR O COMPRAR Novedades en películas



ALQUILAR O COMPRAR Películas infantiles y familiares [Ver más](#)



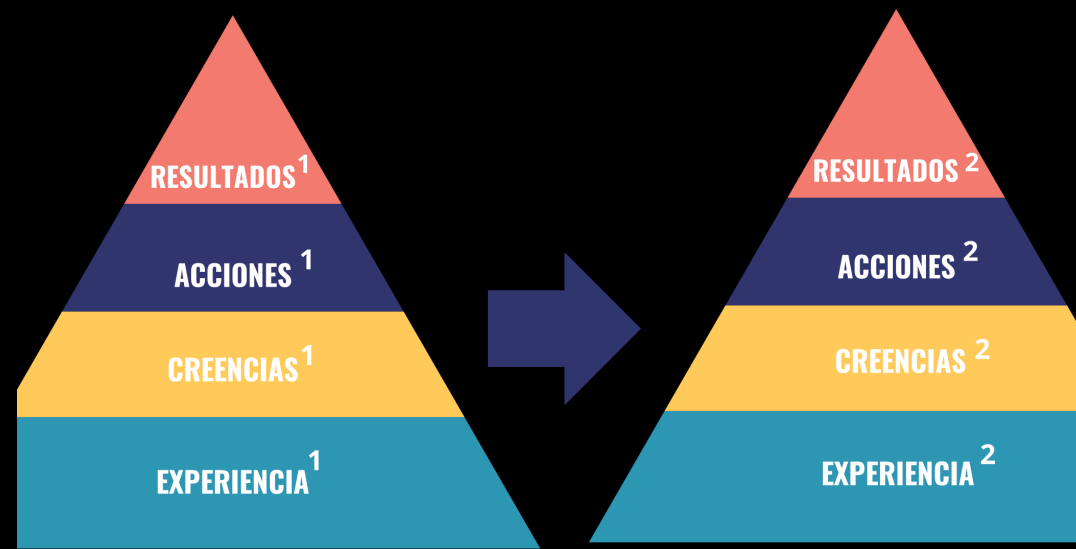



**Las empresas que entienden el
juego se anticipan al futuro**

N




Innovar = abrazar el error





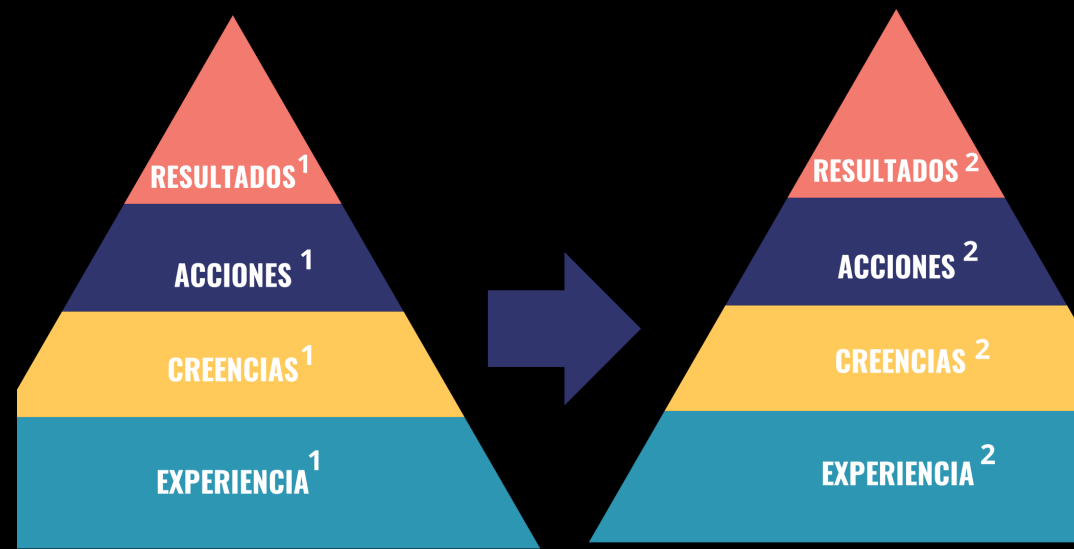
Innovar = arriesgar



Innovar = agilidad

Redarquías

Innovar = aprender





MESSI

10

ROSSI





“El que gane el Mundial no será el mejor, sino el más inteligente”



“No tiene experiencia”



Cambio ≠ magia:

Sostener las críticas



“Equipo que gana no se toca”





**En las empresas:
“Siempre lo hicimos así”**



Estrategia 4: experiencia del cliente





¿Por qué la gente explota de emoción?



**Mindset digital: creá experiencias
que la gente quiera compartir con
los demás**



NOMBRE FRANCESCA
ASIENTO 19D
FECHA 31.08.19
VUELO AV 969
RUTA CUN - LIM
FIRMA DEL CAPITÁN V. FRIBORG

TE INVITAMOS
A QUE SIGAS
VOLANDO SIEMPRE



QUERIDA FRANCISCA:

GRACIAS POR PERMITIRNOS SER TU INSPIRACIÓN
COMO "TRIPULANTE DE CABINA". SABEMOS QUE
SERÁS LA MEJOR, QUE DIOS BENOIGA CADA
PAJO DE TU VIDA. CON MUCHO CARINO TU TRIPLACION

- * ANDREA MORALES
- * PAMELA PEZO
- * JUANCA MARTINEZ.

AV 969.





Llevar a la acción

- Foco en las personas
- Cuestioná creencias y genera nuevas experiencias
- Adaptate rápido
- Innovación
- Errores y riesgos: empoderar
- “Tenemos un plan: se llama hacer cosas”
- Experiencia Total: colaboradores y clientes



@DiegoDalman



¿Qué idea te llevás?



Muchas gracias