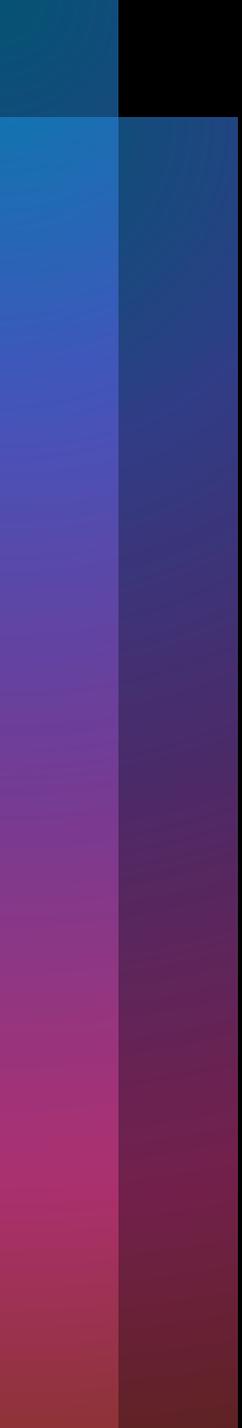


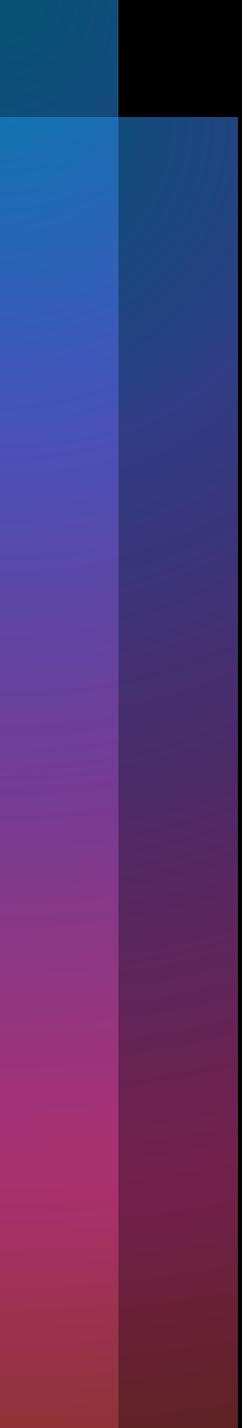
“Cómo transformar digitalmente mi pyime”

Diego Dalman





3 estrategias clave para la transformación



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

Factor N°1

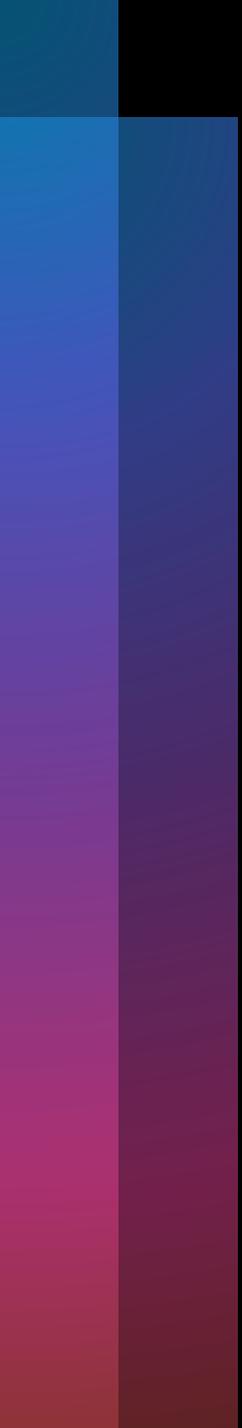
- El cambio no es inyectar tecnología, cambiar procesos o cambiar el email por una plataforma...
- El cambio es cómo **las personas** son capaces de crear más valor para sus equipos o clientes gracias a la tecnología

Factor N°1

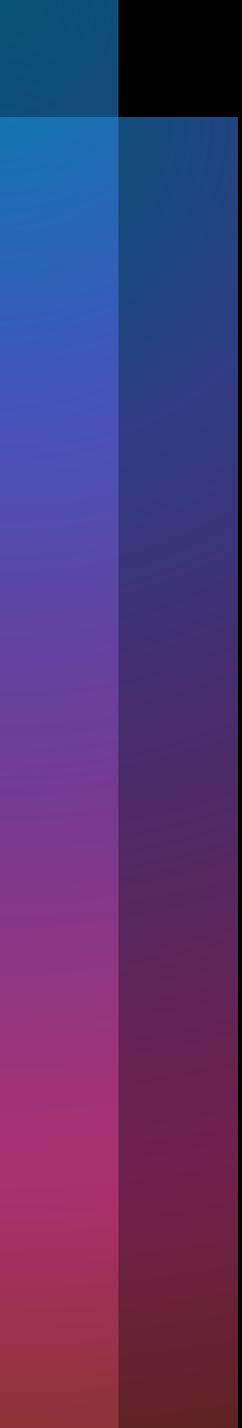
- La transformación digital no es la revolución de la tecnología
- La transformación digital es la revolución de las **personas**

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

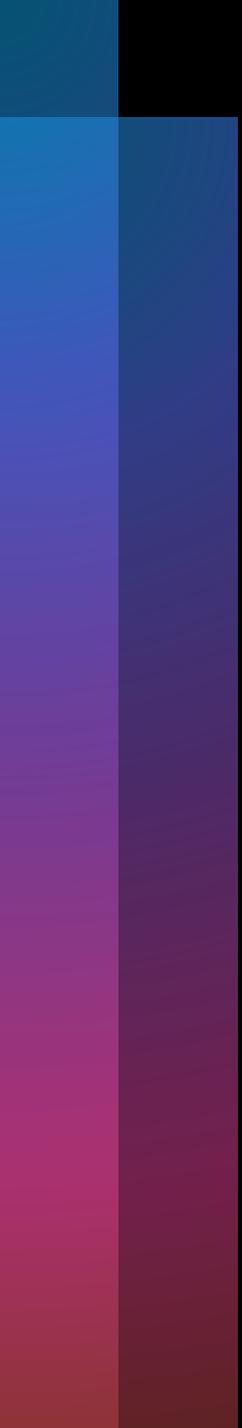
Tené en cuenta esto a la hora de
elegir socios y colaboradores



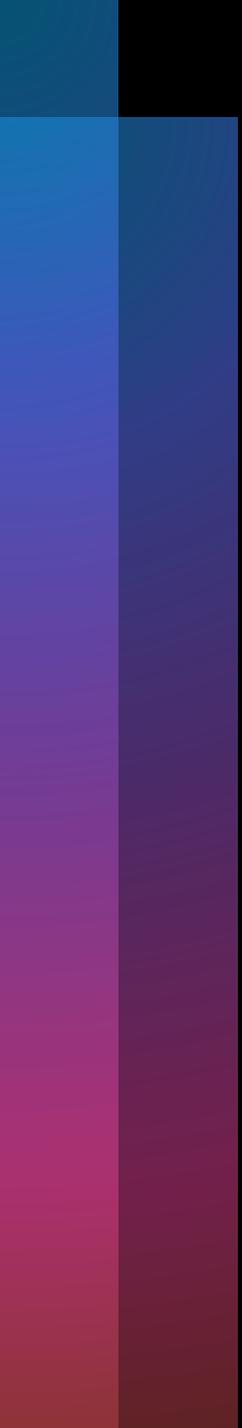
**Las personas no cambian
cuando vos querés que cambien**



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

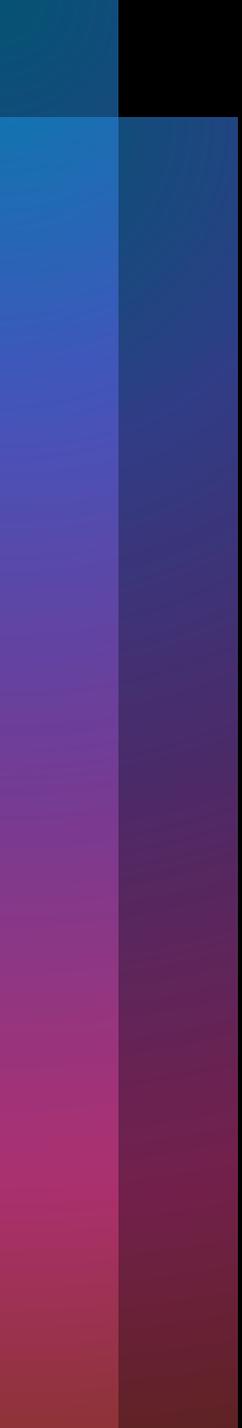


Estrategia 1: foco en las **personas**

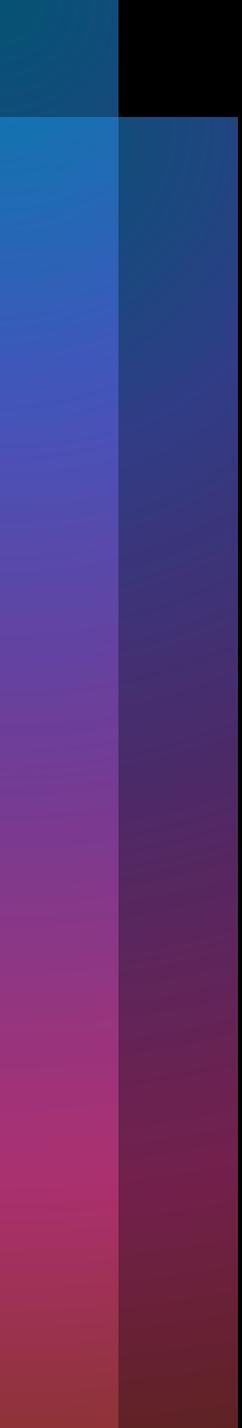
A vertical bar on the left side of the slide with a color gradient from blue at the top to purple and pink at the bottom.

Empezá por el propósito

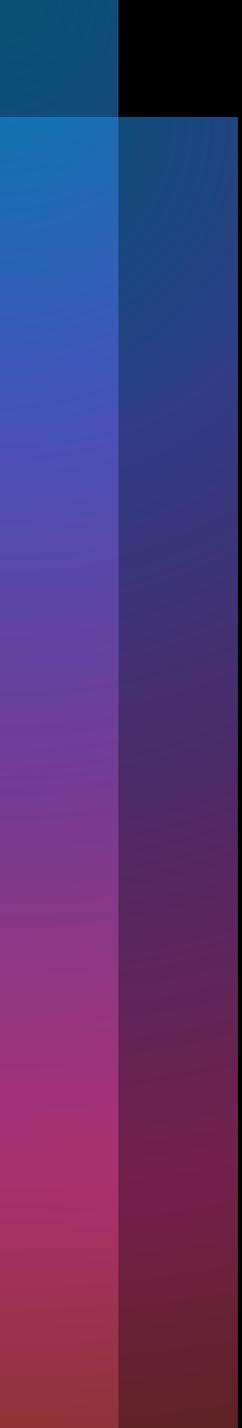




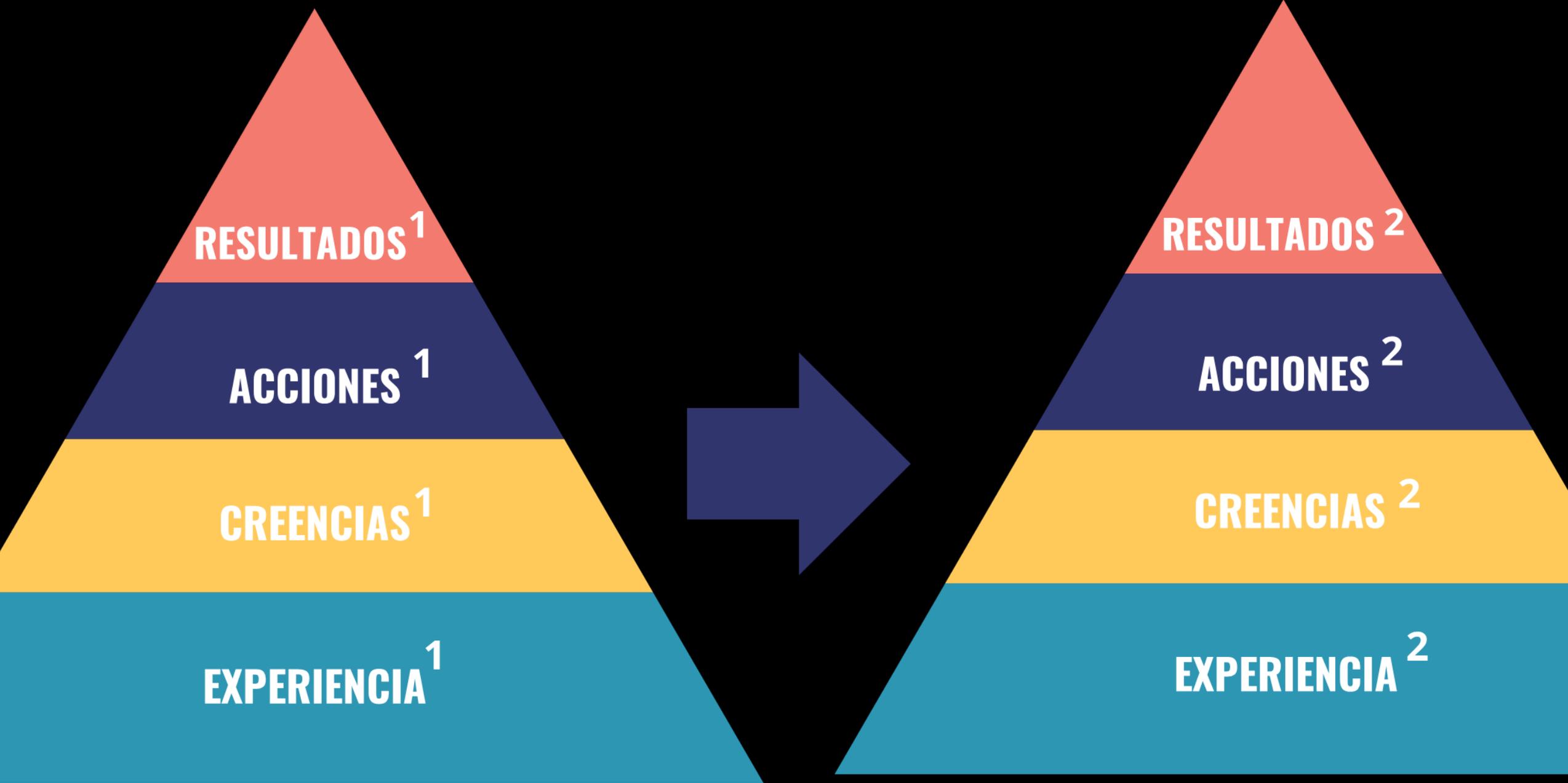
Tu rol como líder digital:
conectar con las personas



**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

BUDAPEST



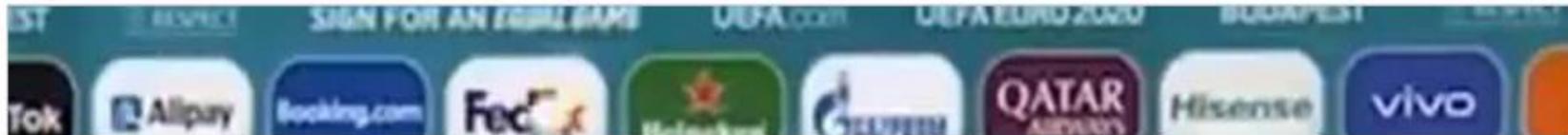
UEFA EURO 2020



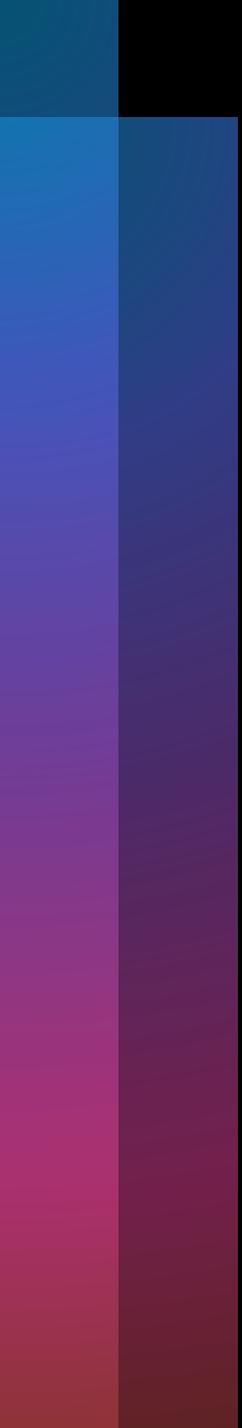
Cristiano Ronaldo recomendó beber agua, y no gaseosas, y Coca-Cola perdió US\$ 4.000 millones en minutos

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

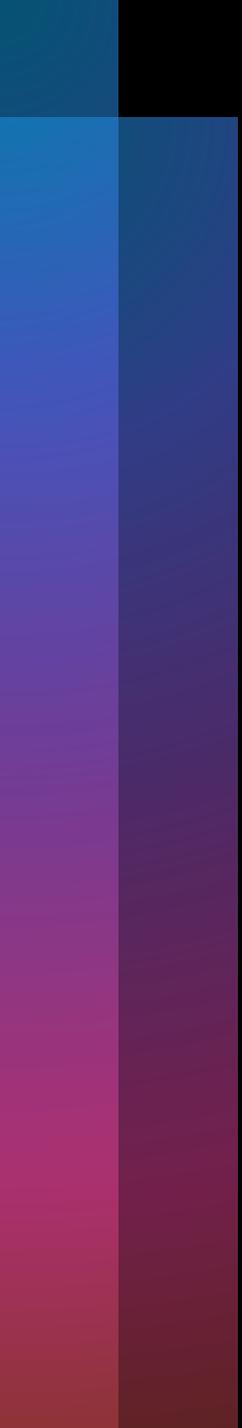
15 de junio de 2021 • 12:27



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”**



A vertical bar on the left side of the slide with a color gradient from blue at the top to purple and pink at the bottom.

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



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

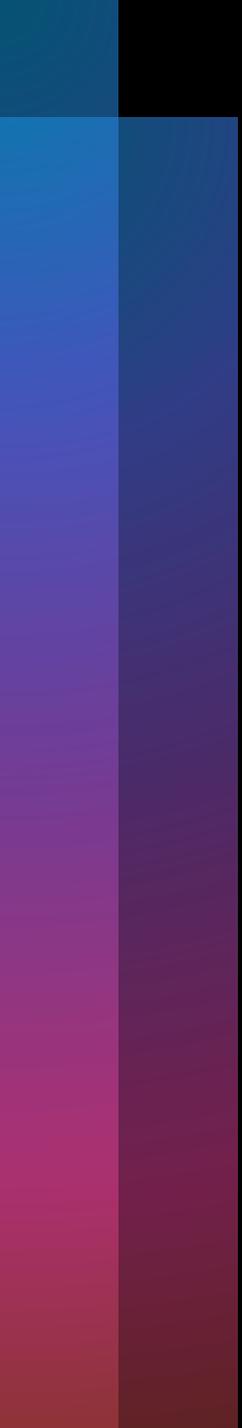
El temor en la empresa genera parálisis y atenta contra la innovación y el crecimiento; la clave es generar un ambiente de seguridad psicológica

27 de marzo de 2019

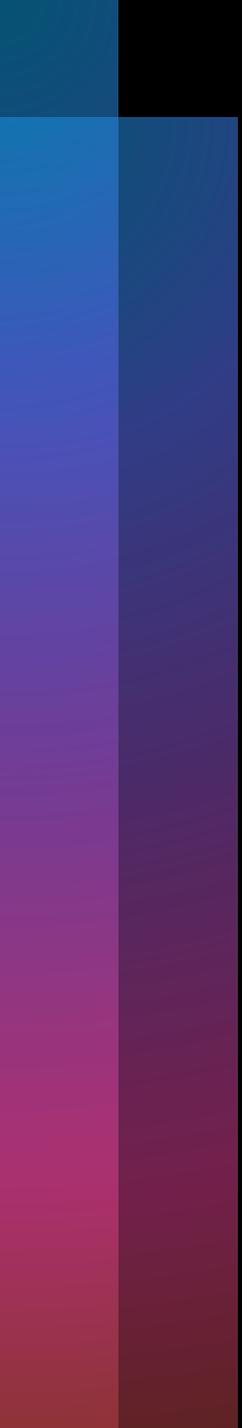


Andrés Hatum

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](#)

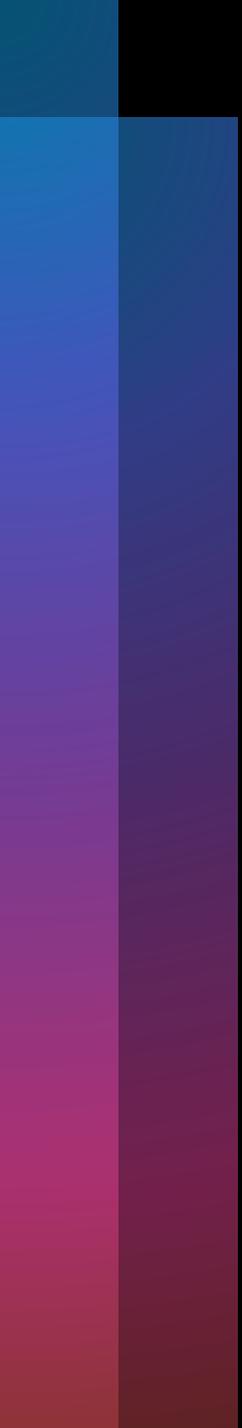


ALQUILAR O COMPRAR Novedades en películas



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



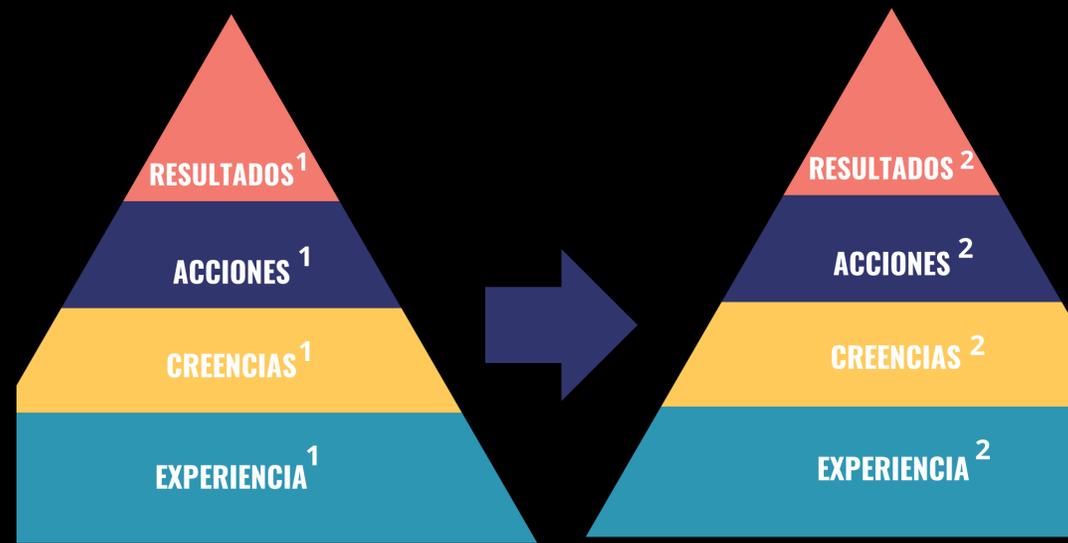


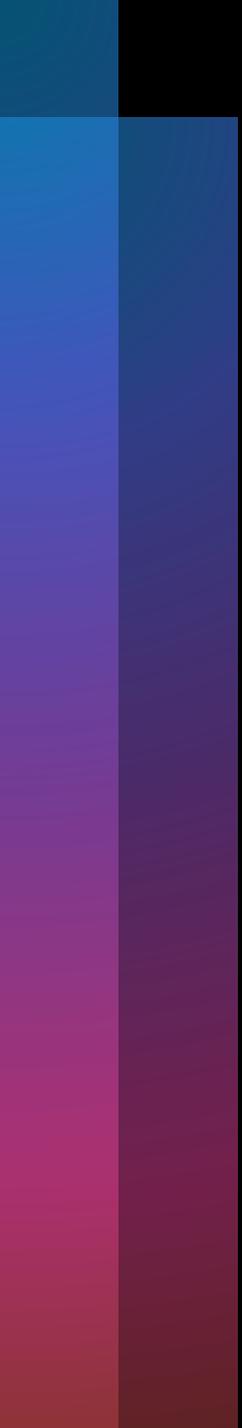
**Las empresas que entienden el
juego se anticipan al futuro**

N



Innovar = abrazar el error





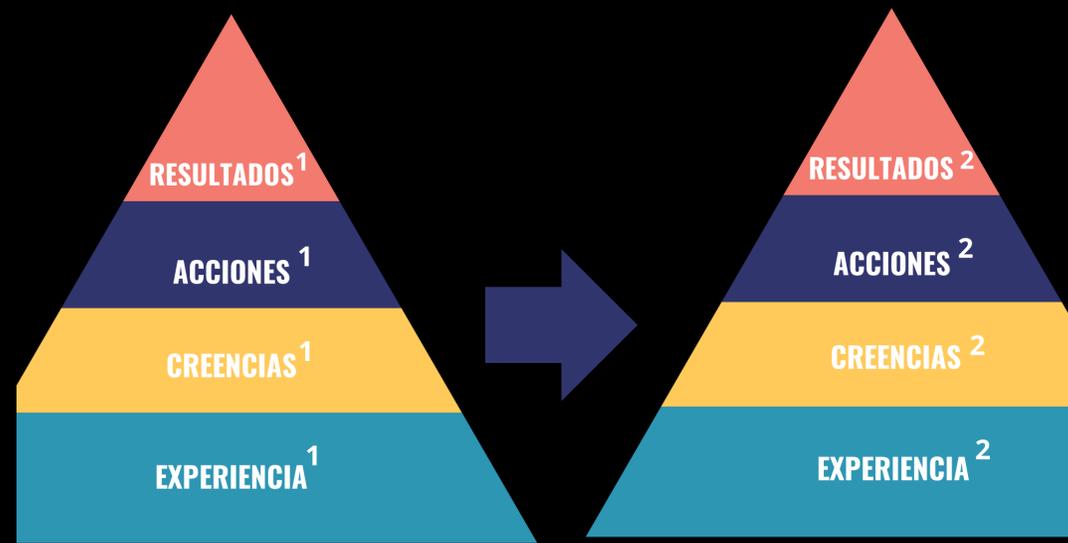
Innovar = arriesgar



Innovar = agilidad

Redarquías

Innovar = aprender





MESSI

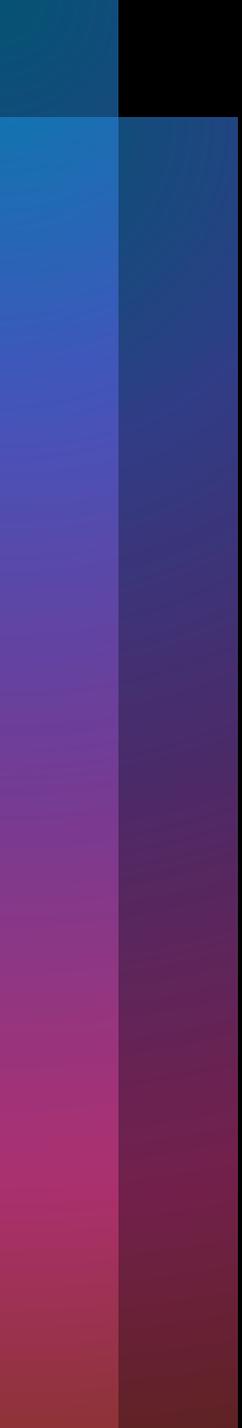
10

ROSSI

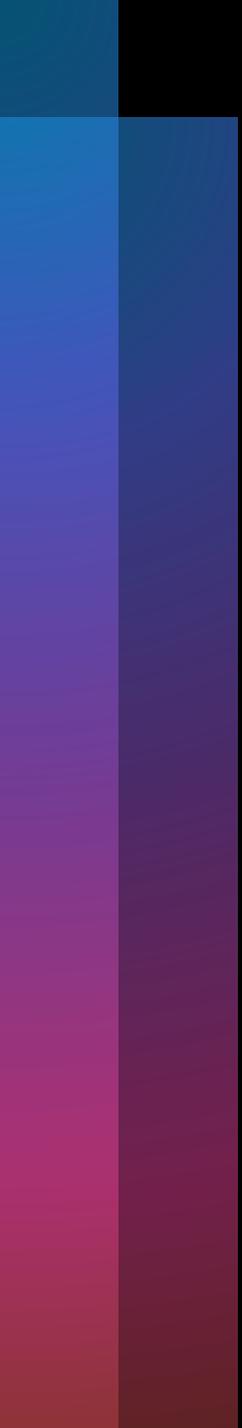




“El que gane el Mundial no será el mejor, sino el más inteligente”

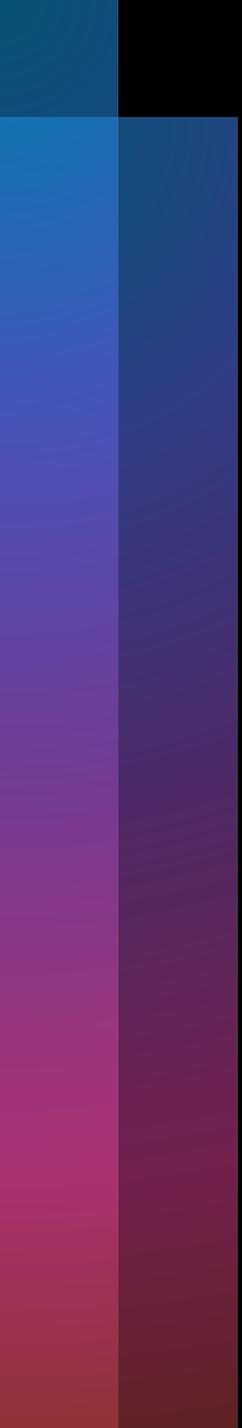


“No tiene experiencia”



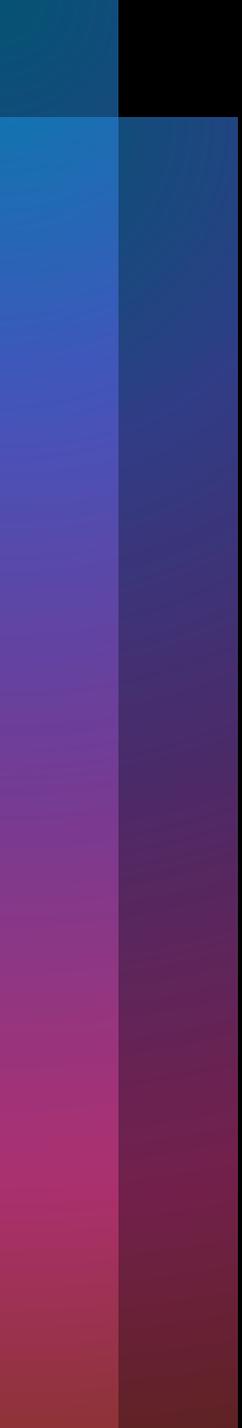
Cambio ≠ magia:

Sostener las críticas



“Equipo que gana no se toca”

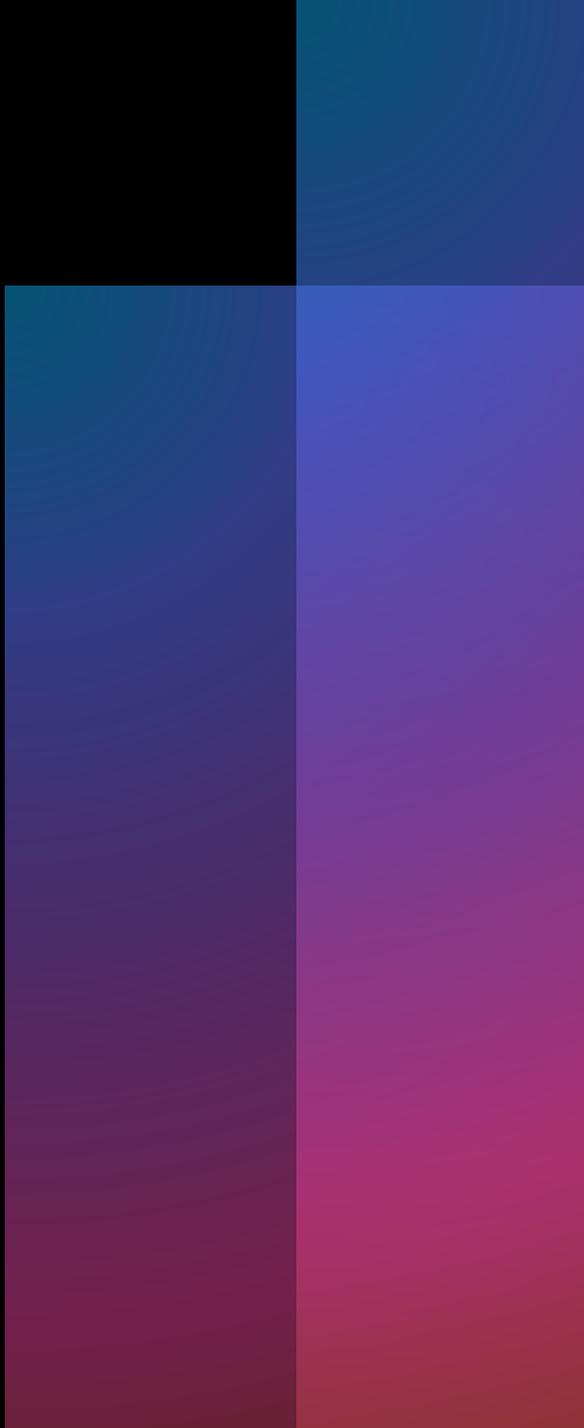




**En las empresas:
“Siempre lo hicimos así”**

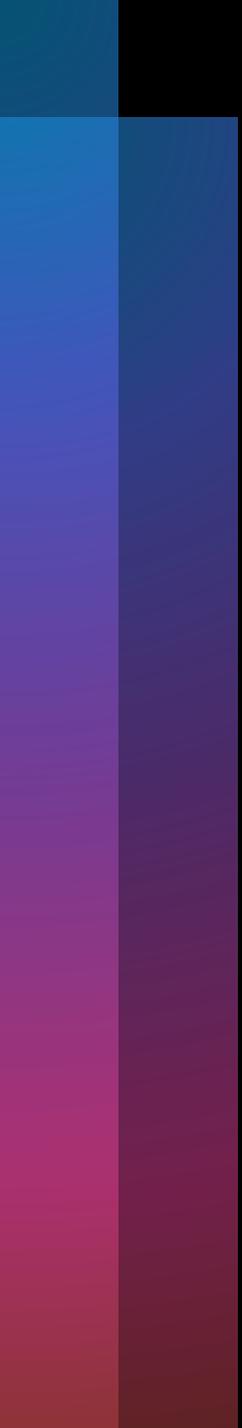


Estrategia 4: experiencia del cliente





¿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 TRIPULACION

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

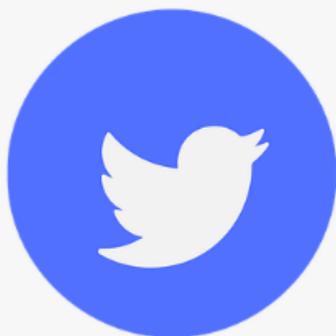
AV 969.



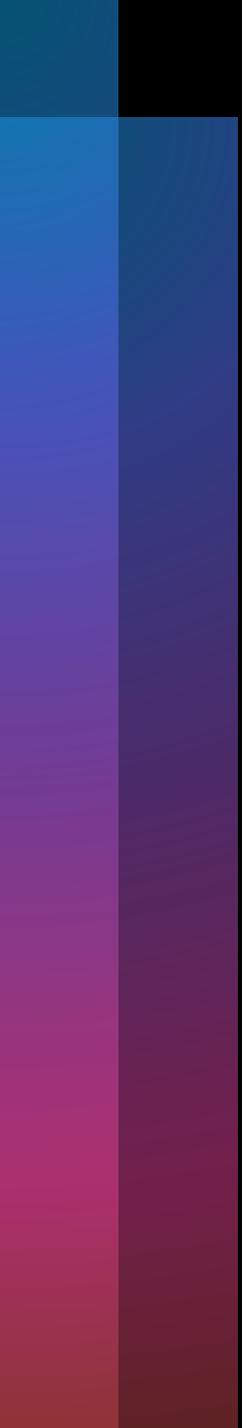


Llevar a la acción

- 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