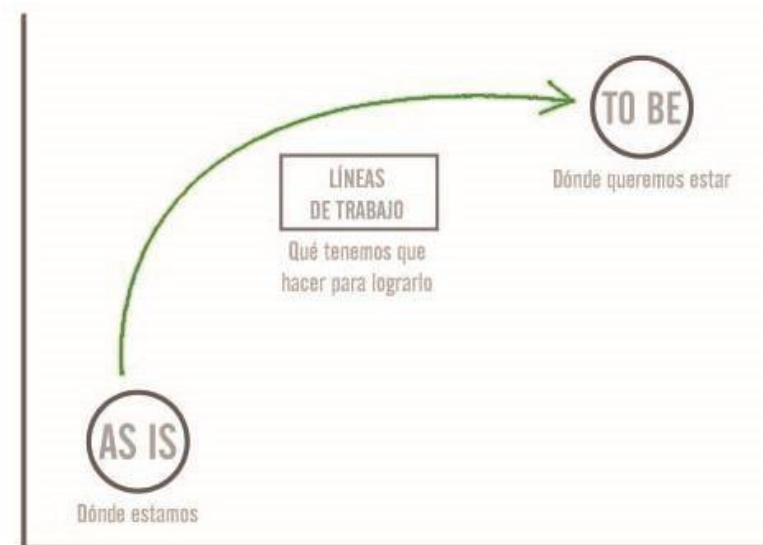


Diseño del plan de digitalización

Jorge Claveria Gracia

Objetivos del Proyecto

- Evaluación del nivel de digitalización actual de la empresa mediante entrevistas con cada una de las áreas estratégicas a considerar (sales, IT, producto, legal,...)
- Análisis del estado del arte del sector LegalTech (herramientas, tecnología, procesos, metodologías,...)
- Diseño de la hoja de ruta que permitirá alcanzar el estado deseado, priorizando los quick wins (iniciativas que obtendrán un mayor impacto con el menor esfuerzo)



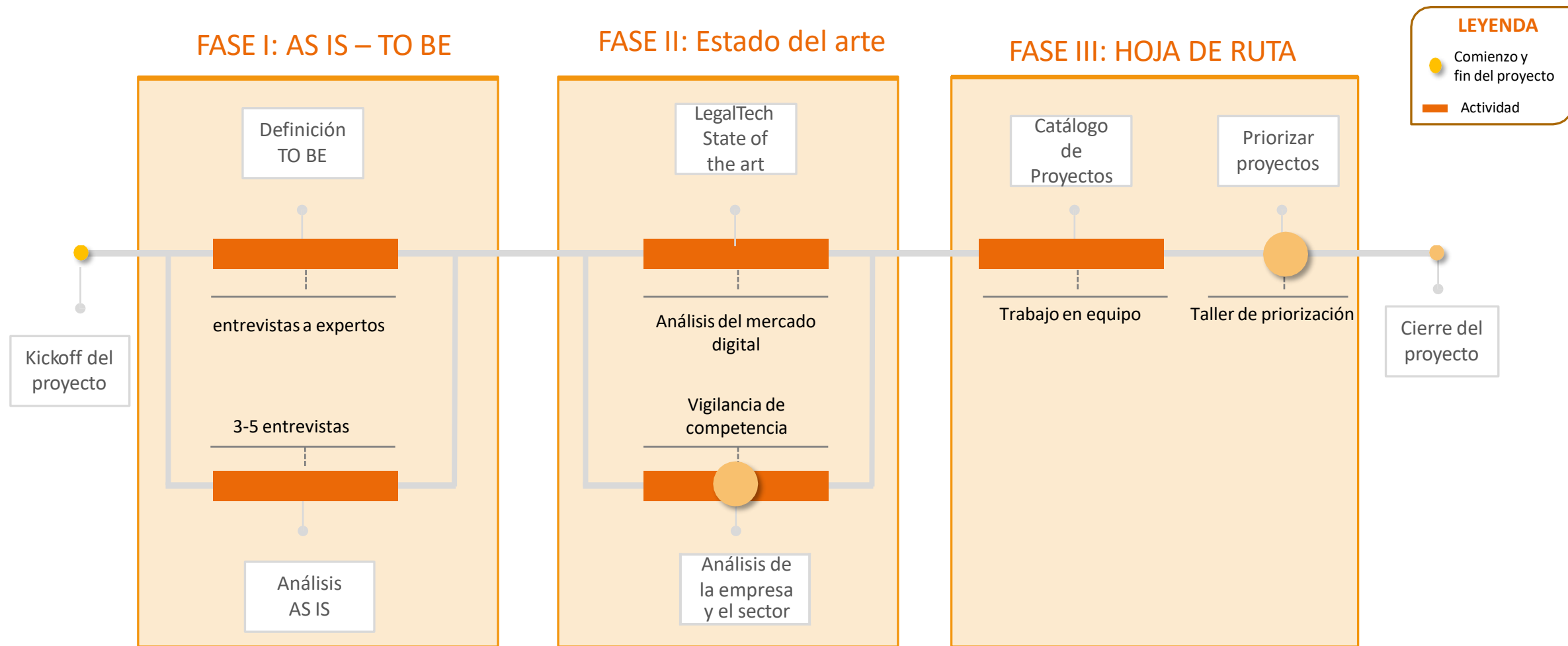
Plan de Digitalización

Objetivo

Analizar el nivel de digitalización y la situación ideal de digitalización a la que os queréis dirigir

Enfoque

- Evaluación de la situación actual mediante entrevistas (AS IS -> TO BE)
- Análisis del estado del arte en vuestro sector
- Hoja de ruta (visión digital) conjunta: definición e identificación de los proyectos estratégicos propuestos e identificando áreas de acción



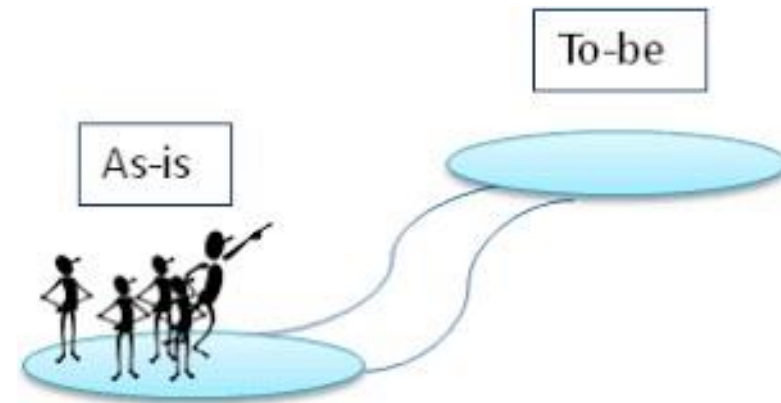
ENTREGABLES

- Visión digital – To Be
- Estado del arte del sector Legaltech
- Priorización de proyectos estratégicos

AS IS... dónde estamos (Fase 1)

El Objetivo es realizar sesiones 1 to 1 durante dos horas con los líderes de los departamentos de:

- Negocio (Legal)
- Tecnología IT
- Operaciones
- Ventas
- Otros a considerar por el cliente



El objetivo será conocer y analizar las necesidades, inquietudes, procesos actuales, herramientas digitales que usan, conocer qué procesos son repetitivos y necesitarían automatizar, ...

To Be... dónde queremos llegar

(Fase 1)

Roadmap como propuesta inicial:

1. Auditoria del portal web corporativo: correctivos, evolutivos, mejoras UX, e integración de la venta Online B2B y B2C
2. Análisis y evaluación de aplicaciones corporativas & third party solutions para establecer una estrategia: reducir costes y TTM, unificar fuentes de información, integrar soluciones Salesforce,...
3. Análisis, mejoras y adaptación de la estrategia en otros canales online/offline (RRSS, emailing, eventos, call center,...): alineamiento en el discurso (comercial, soporte, modelos de negocio,..) y ofrecer la misma experiencia de cliente.
4. Implantación de mejoras: chatbot, herramientas de análisis de sentencias mediante IA,
5. Lanzamiento de aplicaciones móviles en base a las necesidades del cliente: fidelización, descuentos, suscripción, ...



Estado del arte del sector XXXTech (Fase 2)

Se trata de realizar un estudio del estado del arte tecnológico del sector XXXtech con respecto a:

- Tecnología: big data, IA, biometría, chatbot,...
- Herramientas en la nube o legacy: CRM, software en la nube,...
- Automatización de procesos: internos y/o externos
- Digitalización: canales, estrategia de lanzamiento, ...
- Metodologías de trabajo: agile, PMO, agile PMO, ... escalar de equipos pequeños a nivel organizativo (business agility)

Hoja de Ruta: análisis del contexto (Fase 3)

Una vez que se obtienen las conclusiones de las dos fases previas, el último paso es crear una hoja de ruta (visión digital) conjunta. Mediante la definición e identificación de los proyectos estratégicos propuestos e identificando áreas de acción.



Hoja de Ruta: análisis del contexto (Fase 3)

Para ello se necesita evaluar y priorizar el catalogo de proyectos mediante métricas (negocio, equipo, producto) , dando pesos a cada uno de los éstos en función del impacto en:

- Customer experience
- ROI
- Estrategia omnicanal
- Reputación de marca
- Usabilidad y experiencia de usuario
- Experiencia de empleado
- Cultura y valores de empresa
- Necesidades del buyer persona

Contexto de la organización



Negocio

- ROI
- Ventas Online
- ARPU
- CTR
- Ratio de conversión
- Leads

Producto

- NPS
- Experiencia de usuario
- Métricas adquisición, retención y fidelización
- Tasa de rebote
- Tasa falsos positivos
- CAC
- LTV

Equipo

- Madurez agile
- Velocidad
- Capacidad
- Eficacia
- WIP
- Average Customer Lead Time
- Cycle Time



Estimación del Proyecto

	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4
Sesiones AS IS/ TO BE	Xh	Xh		
Estado del arte del sector XXXtech		Xh	Xh	
Hoja de ruta (análisis de contexto)				Xh

Proceso de transformación digital

El objetivo de un proceso de transformación digital es:

- Impulsar la cultura de innovación
- Mejora la eficiencia de los procesos
- Fomentar el trabajo colaborativo y la comunicación interna
- Capacidad de respuesta rápida en un entorno cambiante
- Nuevas oportunidades de negocio gracias al análisis de datos
- Mejora la experiencia del cliente y su relación con la marca

Proceso de transformación digital

Será necesario..

- 1. Abandonar la zona de confort
- 2. Fomentar las competencias digitales en los empleados y directivos
- 3. Diseñar estrategias digitales que involucren a todos los departamentos: customer journey, medir los resultados, corregir los errores y adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes (Técnicas de UX/Customer research: entrevistas, focus group, shadowing, etc. Técnicas en canal web: mapas de calor, eye tracking, test a/b,...) y establecer una planificación/priorización a futuro de las medidas más relevantes para el negocio, empleados,...

.

Proceso de transformación digital

Consta de varias fases

1. Fase de concienciación y capacitación en competencias digitales.
2. Fase de definición de la estrategia digital.
3. Fase de transformación de la organización y de los RRHH.
4. Fase de implementación de los proyectos clave.
5. Fase de despliegue, análisis y optimización digital.

.

No olvidemos... el proceso de transformación Agile

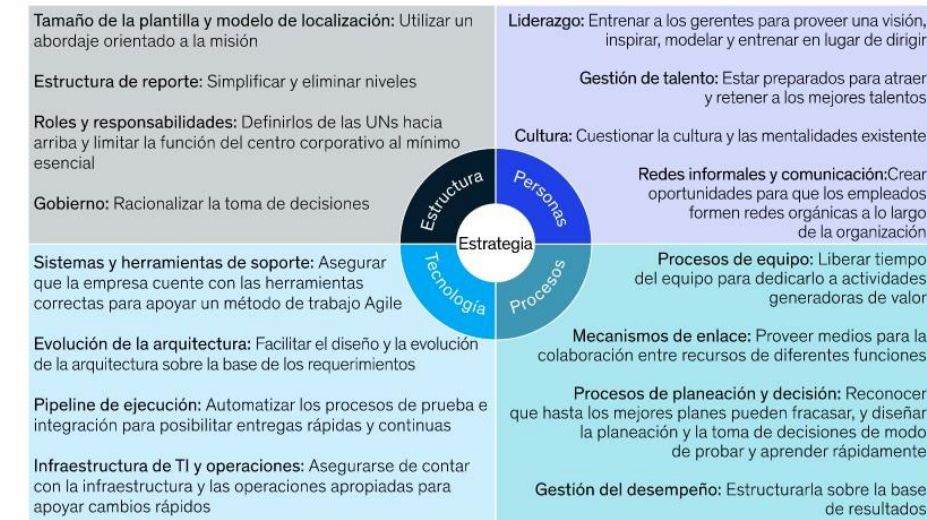
¿Cuál es el camino a seguir...?

1. Piloto Agile

Demostrar el valor de los métodos de trabajo ágiles por medio de resultados tangibles. Los experimentos iniciales pueden estar limitados a equipos individuales, pero la mayoría de los pilotos involucran múltiples equipos para testear los elementos más amplios de la agilidad empresarial.

Se debe definir el alcance y formar el equipo teniendo en mente un fin práctico. Luego se debe fijar la ruta del piloto en la estructura, procesos y personas.

Una transformación integral abarca todas las facetas de la organización: personas, procesos, estrategia, estructura y tecnología



McKinsey
& Company

No olvidemos... el proceso de transformación Agile

¿Cuál es el camino a seguir...?

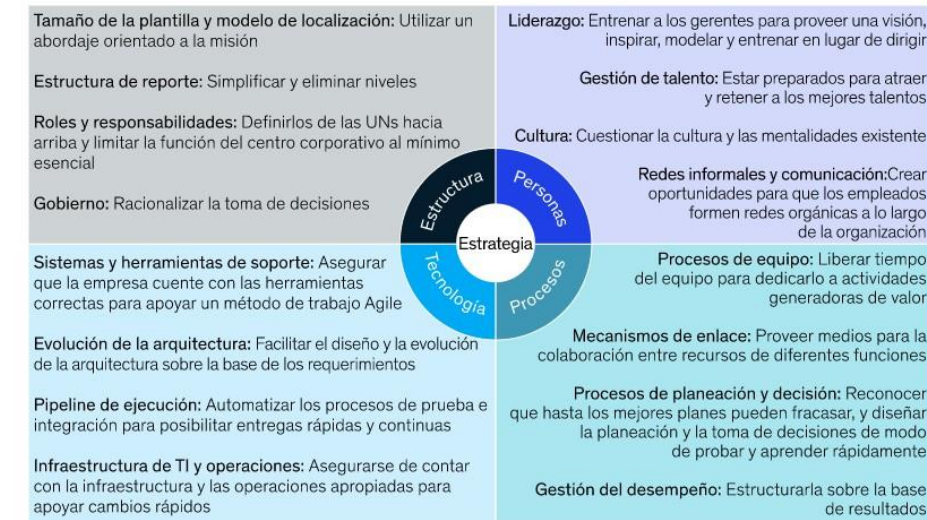
2. Escalar y mejorar

Se requiere una mentalidad iterativa que incorpore los aprendizajes al plan rápidamente. Se necesita tiempo y voluntad de los líderes para modelar los nuevos comportamientos y mentalidades.

La mejor manera de implementarla es realizando ajustes a medida que se avanza.

Un abordaje de despliegue iterativo posibilita un perfeccionamiento continuo sobre la base de retroalimentación y capacitación constantes para los roles clave en toda la organización (agile coachs, coaches, scrum masters, alta dirección,...)

Una transformación integral abarca todas las facetas de la organización: personas, procesos, estrategia, estructura y tecnología



McKinsey
& Company

Metodología OKRs

Una vez conocido el estado actual de la compañía y el análisis del contexto.

Es importante establecer unos objetivos globales de empresa (y/o por departamento) y analizar sus resultados clave mediante metodología OKRs.



OKR metodología adaptada a tus necesidades

- **Transparencia:** mejorar la comunicación con todas las áreas que son vitales para la consecución de los objetivos.
- **Temporalidad:** se estructuran por ciclos (meses,..), como resultado, invierten sus recursos en lograr sus objetivos.
- **Focalización:** se tienen que llevar a cabo en un corto plazo, los empleados visualizarán las mejores medidas a adoptar para llegar los objetivos marcados.
- **Compromiso:** exigen un modelo de revisión constante, para determinar si se está siguiendo el camino correcto.
- **Colaboración y unión:** se mejora la comunicación, colaboración y transparencia, se rema hacia el mismo lado.



Ejemplo OKRs

Objetivo

Incrementar engagement de nuestros productos online

Key Results

- Aumentar el Net Promoter Score desde A hasta B
- Elevar el tráfico orgánico (o de pago) desde C hasta D
- Reducir la tasa de falsos positivos desde E% hasta F%
- Mejorar el promedio de visitas semanales por usuario activo desde G hasta H
- Impulsar la tasa de usuarios que completan el perfil completo desde I hasta J



Muchas Gracias
por la confianza

<https://www.linkedin.com/in/jorgecl/>

