

Transformación digital: una oportunidad de crecimiento para los negocios por Internet en México

**Por Diego Jusinkas, Country Manager VTEX México.*

La transformación digital es la reinención de una compañía a través de la utilización de la tecnología digital con el fin de mejorar el desempeño de la misma hacia dentro y hacia fuera. Esto no se traduce simplemente en la implementación de tecnología en la organización, sino en el aprovechamiento y adopción que se haga de la misma para volver más competitiva y adaptable a los mercados a la empresa.

Sumado al proceso de transformación digital es importante tener los deseos de nuestro cliente en mente y trabajar en lo que llamamos una “cultura Customer Centric”, donde los productos y servicios de la compañía están alineados a las necesidades de sus clientes más valiosos. Es así como ***la estrategia de transformación digital, puede ir de la mano en el desarrollo del canal online de la compañía. Aquí hay una excelente oportunidad para las empresas mexicanas ya que el eCommerce en el país sigue creciendo exponencialmente en México, el crecimiento fue de 28,3% en el periodo del 2016 al 2017, con una cifra de negocio de más de 17 mil millones de dólares, siendo la previsión para este 2018 una cifra notablemente superior***¹

Hay que crear una matriz poderosa que permita llevar a cabo la transformación digital, impulsando el canal ecommerce, a través de: tecnologías en la nube y plataformas de ecommerce escalables, que permita acercarnos a los clientes con un mínimo de costos y un máximo de alcance para convertir a las empresas en organizaciones de mayor alcance (tanto Nacional como Internacional) y más rentables. De esta manera el canal online representa una gran oportunidad de crecimiento tanto a nivel Nacional como Internacional.

Aquí les comparto algunas *claves para impactar con la estrategia de transformación digital en el canal de venta online de la empresa:*

- Omnicanalidad

La experiencia del cliente es una sola y es con la compañía, no con los canales. Las empresas deben trabajar en mejorar la experiencia de usuario, tomando en cuenta datos recabados en los diferentes canales: tienda física, redes sociales, tienda online y todos los que sean un punto de contacto con el cliente.

- Consumerización

Capacidad de brindar productos y servicios adaptados a las necesidades de los clientes y además brindar atención 24x7x365.

- Mostrar el contenido adecuado en el lugar adecuado

El canal de venta online debe mostrar el contenido asociado al producto y/o servicio de manera tal que el potencial cliente a través de la investigación y búsqueda en Internet de con el producto adecuado con toda la información asociada al mismo que se requiera para facilitar la decisión de compra.

¹ Fuente: [Asociación de Internet.mx](http://Asociación.de.Internet.mx)

- ***La plataforma de eCommerce debe ser unificada***

Se deben poder trackear pedidos que llegan desde otros canales (redes sociales, atención telefónica, chats, otros) y darle curso a través de una única plataforma de venta online, como la que VTEX ofrece en México.

- ***Tecnología como apoyo al equipo de venta***

El equipo que asiste la venta de nuestros clientes en el canal online deben tener acceso al historial de ventas, pedidos, preferencias, perfil de nuestro comprador, de manera tal que esa información los empodere para aumentar los niveles de satisfacción del cliente

Hay que entender al eCommerce no como un canal de ventas sino como un vehiculizador hacia la transformación digital de las empresas, aprovechando otros componentes que están impulsando el cambio en las organizaciones como la nube, los dispositivos móviles, la inteligencia artificial y las redes sociales, para fortalecer y hacer de esa forma de hacer negocios un soporte de ingresos y rentabilidad cada vez más en alza para las compañías. ***Es imprescindible el desarrollo del canal online si buscan abrir nuevos mercados, ampliar línea de negocios, destacarse ante la competencia y competir en nuevos escenarios.***