

**¿Están las empresas y los ejecutivos Chilenos preparados para la innovación y la era digital?.**

El objetivo de este artículo es concientizar sobre la brecha que existe entre las herramientas que ofrece la era digital y la era de la innovación respecto de los conocimientos de los ejecutivos para aplicarlos efectivamente en las empresas Chilenas.

|  |  |
| --- | --- |
| Septiembre 2013 | [Redacción](http://www.ebizlatam.com/authors/?authorID=5) por Lesley Robles, Director Chile Digital |

**¿Cómo usar la innovación para re-diseñar los modelos de negocios de mi empresa en la era digital?**

Internet ha transformado nuestras vidas, ya no llamamos aun radio taxi, sino que lo solicitamos por easytaxi o safertaxi a través de nuestro Smartphone, agendamos una hora al doctor a través de reservas online, compramos en un ecommerce en vez de ir a una tienda, o usamos CRMs o ERPs en la nube en nuestras empresas.

Pero internet no sólo ha transformado nuestras vidas, sino que está generando disrupciones en los modelos de negocios de industrias increíblemente tradicionales como la banca con los casos de Zopa en UK o Cumplo en Chile donde las personas se pueden prestar dinero entre personas a tasas razonables, o casos como el de Lulu.com donde todos podemos ser escritores, invirtiendo el modelo de negocios en ciento ochenta grados de la industria editorial tradicional.

Si internet está afectando las industrias más tradicionales del planeta, mediante modelos de negocios disruptivos, **¿Cómo está afectando a su empresa?** **¿Están preparados para incorporar las herramientas de la era y el marketing digital? ¿Sabe como re-diseñar su modelo de negocios?**

Sólo aquellas organizaciones que logren adaptarse rápidamente permanecerán competitivas y sobrevivirán.  Por estas razones es necesario integrar los conocimientos en **marketing digital** con habilidades en **gestión de la innovación** y diseño de **modelos de negocios**.

Internet también ha impactado la forma de realizar las comunicaciones, marketing y ventas en las empresas, éstas deben preocuparse del momento cero de la verdad, que es toda la búsqueda e interiorización que una persona realiza en internet antes de tomar una decisión de compra, y que afecta su decisión final sobre un 70 % (Ref ESPC 2012).

 **¿Su empresa aparece con la información adecuada en el momento adecuado cuando sus potenciales clientes buscan por sus productos y servicios en internet?**

En los últimos años hemos evolucionado de medios de comunicación unidireccionales como radio, televisión, diarios a medios bidireccionales, interactivos y que generan sentido de comunidad como lo son las redes sociales. En nuestra sociedad actual **78 %** de las personas confía en la recomendación de otras personas, sólo un **14% en la publicidad**. Por lo que hemos vuelto a la forma más básica de mercadeo el ***“Boca a Boca”,*** que en la era digital se multiplica exponencialmente a través de las redes sociales. Chile está dentro de los **TOP 10 países del mundo con mayor involucramiento de su población en el uso de redes sociales** (Ref Comscore 2013), con sobre 10 millones de usuarios en Facebook, 3 millones en Twitter y 2 millones en Linkedin sólo en Chile, de una u otra forma sus potenciales clientes están en las redes sociales.

**¿Está su empresa aprovechando las redes sociales como canales y a las personas como medio?**

Hoy en día el **54 % de las empresas** están complementando sus esfuerzos de marketing con marketing de contenidos o inbound marketing basado en herramientas digitales y la evolución de estas herramientas es extremadamente veloz. Las áreas de Web 2.0, Email marketing, Analítica Web, Google Adwords y uso profesional de las redes sociales como Facebook, Twitter, Linkedin se han vuelto imperantes para mantenerse competitivo.

**¿Están sus profesionales capacitados o actualizados para hacer frente al cliente 3.0 y la era digital?**

Para contestar estas preguntas y disminuir la brecha que existe entre las herramientas que ofrece la era digital y la era de la innovación respecto de los conocimientos de los ejecutivos para aplicarlos efectivamente en las empresas, es que Chile Digital ha lanzado un programa de educación ejecutiva In Company con seminarios, cursos, talleres especializados en marketing digital, gestión de la innovación y modelos de negocios, detalles y mayor información de los programas en <http://incompany.chile-digital.com>

Sobre el autor, Lesley Robles Sedán, Empresario, Speaker, Ingeniero civil U. de Chile

|  |  |
| --- | --- |
|  | Especializaciones en gestión de la Innovación U. Adolfo Ibañez, con 12 años de experiencia en expansiones de negocios, dirección e implementación de sistemas de gestión de la Innovación, estrategias de marketing digital y modelos de negocios en Chile y Australia para empresas de los sectores biotecnológicos, agroalimentarios, retail, servicios globales, entre otros, sosteniendo diversas posiciones ejecutivas en el State Agricultural Biotechnology Center en Murdoch University Australia, Corthorn Quality y SGS. El Sr. Robles es socio consultor de Bio Business Group, director de la agencia de marketing digital e-Andes y miembro del directorio de Chile Digital. |

#### Síguenos en:



#### <http://incompany.chile-digital.com>

#### [www.twitter.com/chiledigital13](http://www.twitter.com/chiledigital13)

#### <http://www.facebook.com/ChileDigital>

#### [www.youtube.com/user/CongresoChileDigital](http://www.youtube.com/user/CongresoChileDigital)

#### <http://www.linkedin.com/groups/Congreso-Latinoamericano-Chile-Digital-4569060/about>

#### Youtube.pngContacto de Prensa:

#### [Macarena](http://www.linkedin.com/in/salinasclaudio) Soto

#### Chile Digital

#### macarena.soto@chile-digital.com

Ver Video oficial

#### C:\Users\Manuel Neira\Desktop\Claudio Salinas\Logo Chile Digital\stripe-footer.pngT:+56-2-22042034