



#CiBUC 2018

Digitalización rentable a los ojos de los directivos españoles.

Presentación del primer Roadmap de Digitalización Rentable elaborado en España con Inteligencia [artificial] Colectiva - 500 Directivos.



0	¡Hola!	03
1	El reto	05
2	El método	07
3	La participación	09
4	Los resultados	11
5	Te proponemos...	20

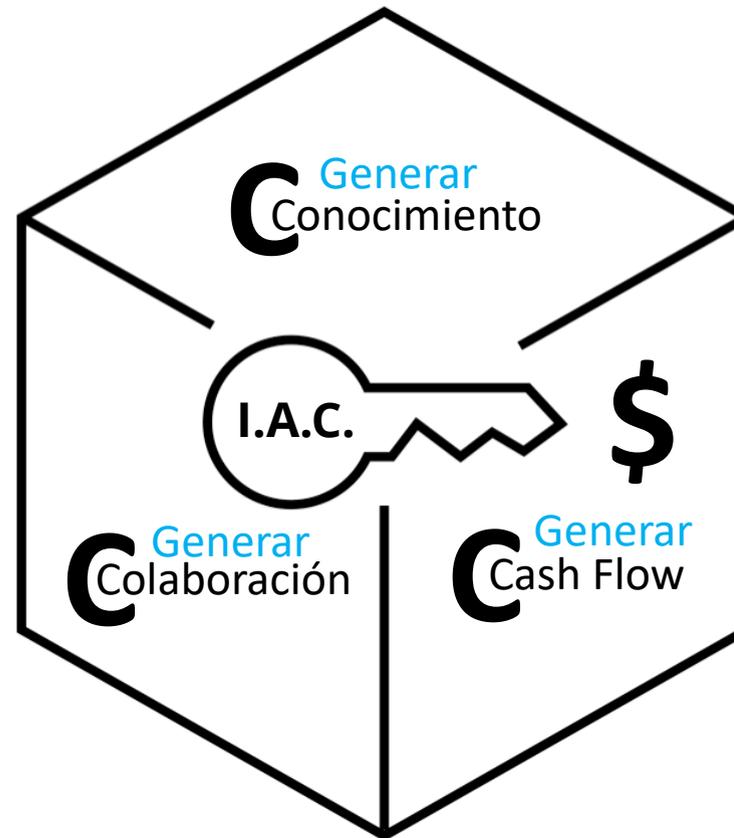
0

¡Hola!



¡Hola!

Somos una empresa tecnológica de **Inteligencia [Artificial] Colectiva**
TU nueva llave a la rentabilidad a través de RETOS COLECTIVOS.



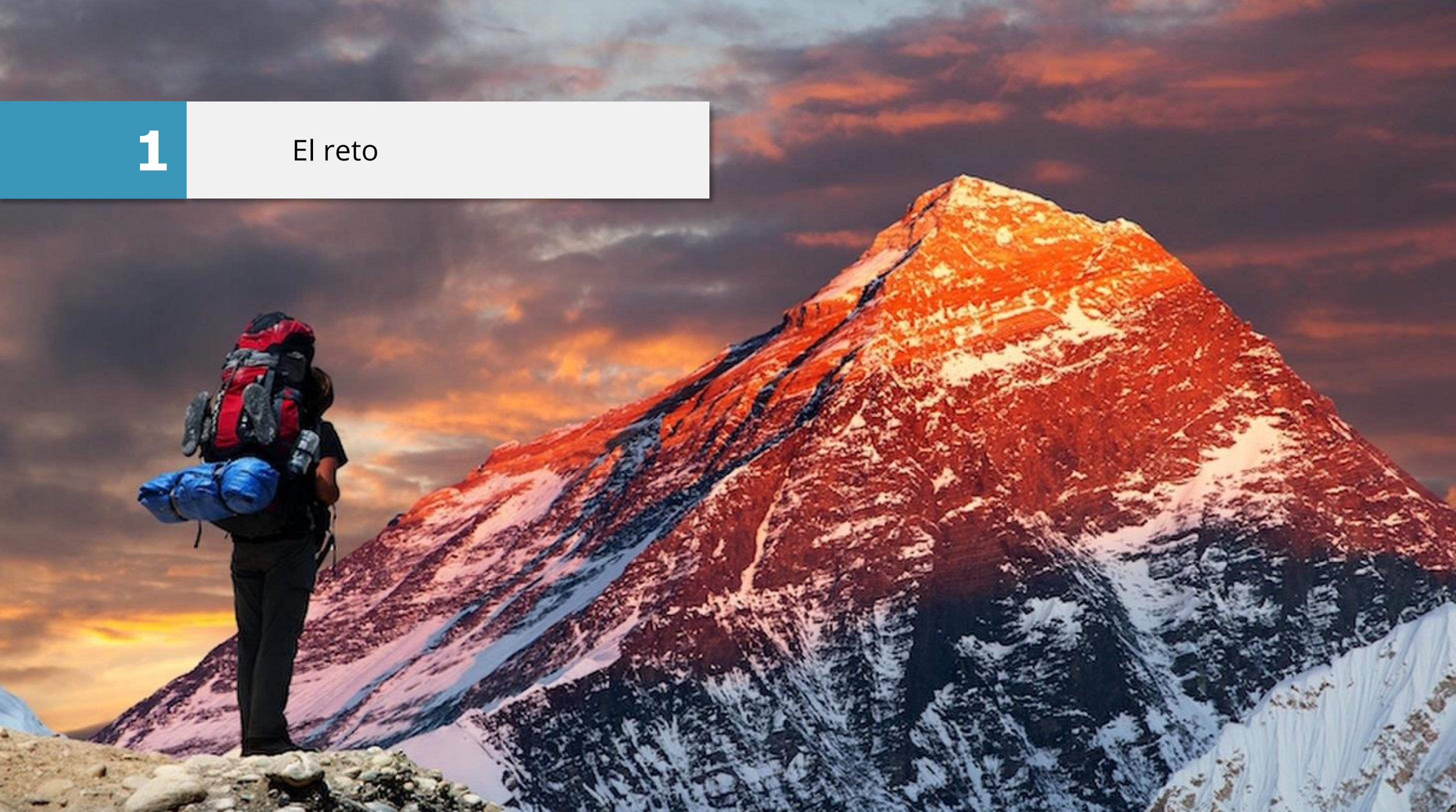
“ Ayudamos a las empresas y a los líderes que aspiran a superar sus límites.

PORTFOLIO 360°

- Tecnología
- Metodología
- Consultoría
- Investigación
- Coaching
- Formación
- Comunicación
- Experiencias
- Digitalización
- Publicidad
- Diseño

1

El reto



El reto

Este fue el primer RETO que propusimos a la Comunidad de inteligencia CiBUC:

¿Cuáles son las iniciativas digitales más rentables y por qué lo creen así los Directivos españoles?



PERIODO DE EJECUCIÓN:
Del 23 de abril al 20
de mayo de 2018

CiBUC
CROWD INTELLIGENCE BUSINESS CHANNEL



2

El método

I.A.C.

"Las empresas del futuro serán plataformas de inteligencia [artificial] colectiva..."

Joël de Rosnay

2254

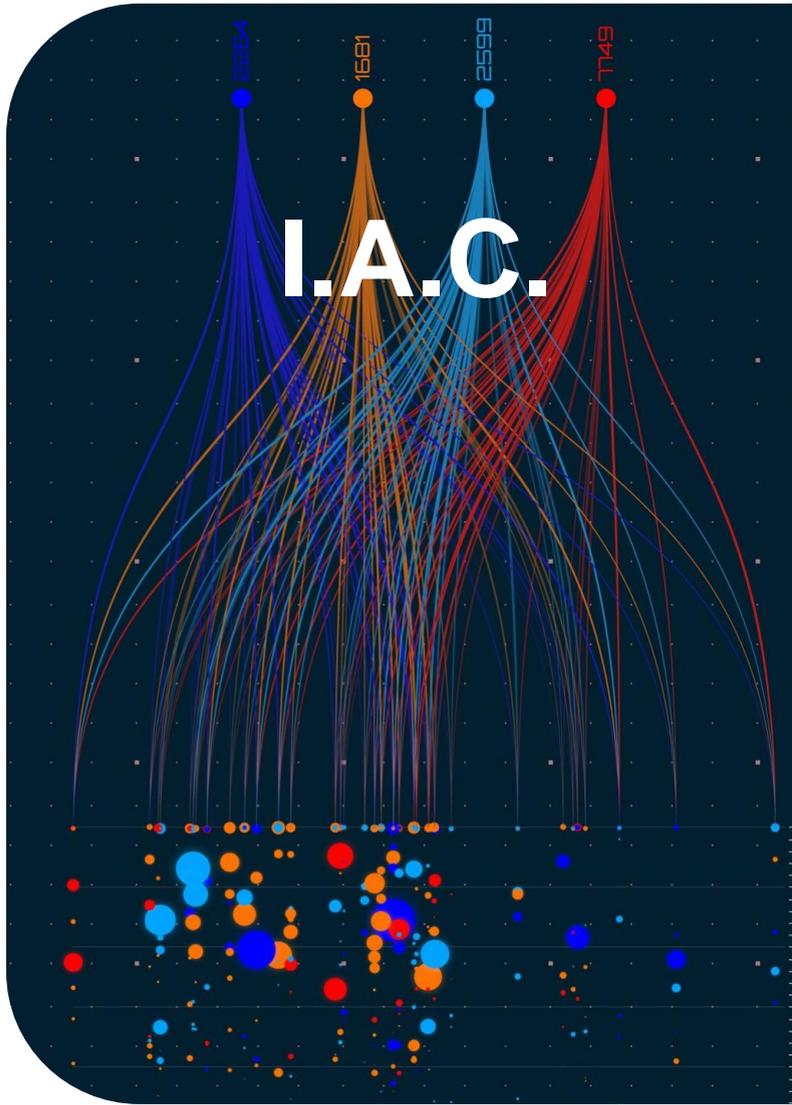
1681

2599

7749

TABLA COMPARATIVA

Plataformas alternativas para abordar RETOS generando inteligencia.



Principios básicos a aplicar para generar inteligencia disruptiva

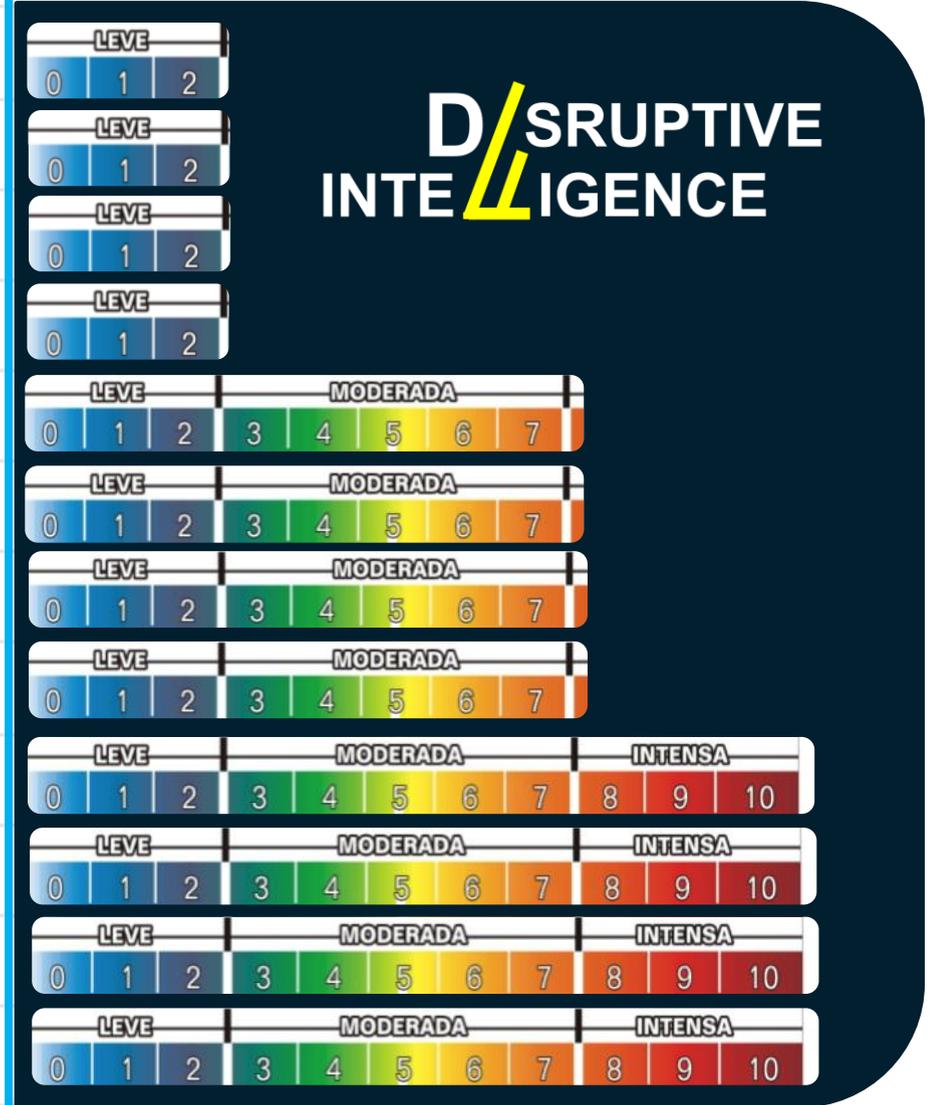


1. MOTIVACIÓN
2. DIVERSIDAD
3. CRITERIO PROPIO
4. LENGUAJE COMÚN
5. EXPRESIÓN LIBRE
6. IGUALDAD DE VOZ
7. AGREGACIÓN
8. AUTOFILTRADO
9. AUTOGESTIÓN
10. COOPETENCIA
11. MIMETISMO
12. ESTIGMERGIA

	VEHÍCULO 1 Plataformas de encuestas, paneles y focus	VEHÍCULO 2 Plataformas de ideas y de innovación	VEHÍCULO 3 Plataformas de Inteligencia colectiva
1. MOTIVACIÓN	✓	✓	✓
2. DIVERSIDAD	✓	✓	✓
3. CRITERIO PROPIO	✓	✓	✓
4. LENGUAJE COMÚN	✓	✓	✓
5. EXPRESIÓN LIBRE	✓	✓	✓
6. IGUALDAD DE VOZ	✓	✓	✓
7. AGREGACIÓN	✓	✓	✓
8. AUTOFILTRADO	✗	✓	✓
9. AUTOGESTIÓN	✗	✓	✓
10. COOPETENCIA	✗	✓	✓
11. MIMETISMO	✗	✗	✓
12. ESTIGMERGIA	✗	✗	✓
	OUTPUT Inteligencia colectada	OUTPUT Inteligencia colaborativa	OUTPUT Inteligencia colectiva

¿En que medida la inteligencia generada nos hace mucho más listos?

INTELIGENCIA DISRUPTIVA: RÁPIDA, REAL Y RENTABLE



✗ Ausente ✓ Deficiente ✓ Optimizable

Innovation Wars
CROWD INTELLIGENCE

3

Participación



Negocio



Dir. General



Tecnología



RRHH



Back Office

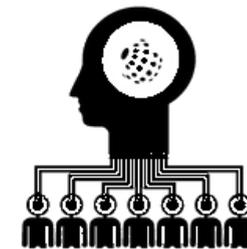


Finanzas



Participación

538 Directivos



15 Sectores:



Agencias



Alimentación



Construcción



Consultoría



Educación



Energía



Pharma



Financiero



Industria



Retail



Sector Público



Servicios



Telco



Transporte

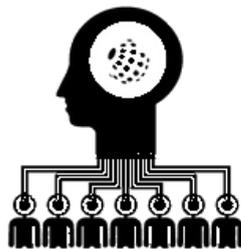


Turismo

4

Resultados





Resultados clave

Gracias a la metodología utilizada, hemos descubierto que los Directivos españoles apuestan y aspiran a lograr **la Digitalización Rentable a través cinco grandes ejes** o “Cordilleras que ascender”:

1. **La de la Colaboración** / 75% consenso
2. **La de la Automatización** / 74% consenso
3. **La de los Clientes** / 70% consenso
4. **La de las Personas** / 67% consenso
5. **La de los Datos** / 59% de consenso

A su vez, cada una de estas “Cordilleras” contiene las “Cimas” o iniciativas digitales más rentables, lo que nos ha permitido definir y dibujar **el primer Roadmap para la Digitalización Rentable** elaborado en España con inteligencia [artificial] colectiva y que puede verse (en una versión miniaturizada) en este informe ejecutivo.

Cimas digitales más rentables

Los Directivos españoles sirviéndose de esta metodología de Inteligencia disruptiva, se han puesto de acuerdo en cuanto a que el mejor camino para rentabilizar la digitalización pasa por estas cinco cimas digitales que escalar:

1. **Enseñar a colaborar** – 7.505 m
2. **Maximizar la automatización** – 7.373 m
3. **Customer experience centric** – 7.041 m
4. **Estrategia de digitalización** – 6.667 m
5. **Customer intelligence** – 5.930 m

Informe Completo a demanda

Todas aquellas empresas que estéis interesadas en disponer de la versión completa de este Informe, podéis enviarnos un email al correo info@innovationwars.es, con el asunto “Solicitud del Informe completo CiBUC2018”.

Muchas gracias a todos los participantes y compañeros de viaje en este primer Desafío colectivo de la Comunidad CiBUC.

NOTA METODOLÓGICA

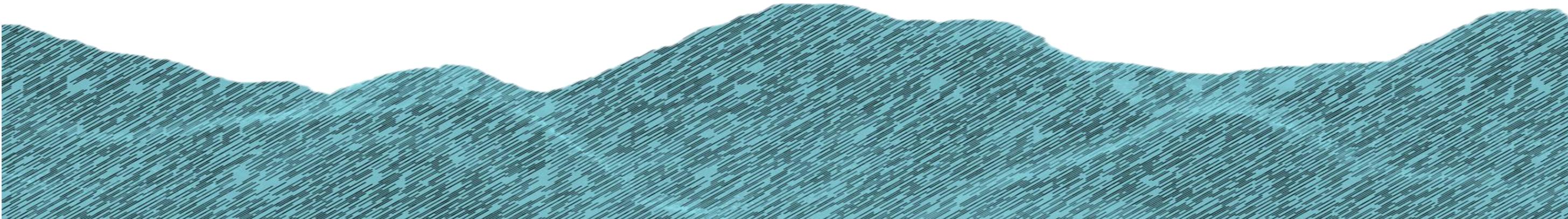
La **inteligencia [artificial] colectiva**, permite afrontar cualquier desafío o reto, a partir de una única pregunta abierta y anónima. En este caso, ésta fue la cuestión:

Pensando en el proceso de Transformación Digital de tu Sector, Empresa o Área de Responsabilidad:

¿Qué iniciativa digital [para conseguir más rentabilidad] consideras 100% prioritario y por qué crees que es una excelente oportunidad?

INTELIGENCIA [ARTIFICIAL] COLECTIVA

“Estamos experimentando el surgimiento de una nueva disciplina (Massive Collective Intelligence) que alterará las teorías de gestión, los puntos de referencia de la gestión del talento, los procesos de innovación, la planificación estratégica y los principales proyectos de transformación, con la visión de que el futuro del liderazgo y el desempeño organizacional provendrá de su capacidad de aprovechar la inteligencia colectiva de los interesados en sus ecosistemas internos y externos”.
– Martin Duval



5 ejes de digitalización rentable



Roadmap para la Digitalización Rentable

CORDILLERA 1 Digitalización rentable a través de LA COLABORACIÓN

CORDILLERA 2 Digitalización rentable a través de AUTOMATIZACIÓN

CORDILLERA 3 Digitalización rentable a través de LOS CLIENTES

CORDILLERA 4 Digitalización rentable a través de LAS PERSONAS

CORDILLERA 5 Digitalización rentable a través de LOS DATOS

CiBUC CROWD INTELLIGENCE BUSINESS CHANNEL

DESAFÍO DIGITALIZACIÓN RENTABLE

Powered by: BLUBBER



Enseñar a los empleados a colaborar en red y dejar de trabajar en silos.

Enseñar a colaborar y compartir información evitando las ideas y venidas de peticiones. Considerar el máximo posible de información como no confidencial y desarrollar buenos sistemas de archivo, búsqueda, con índices que se alimenten del feedback de los usuarios. Dar acceso a aplicaciones de aprendizaje colaborativo. El verdadero éxito de la transformación digital radica en aprender a trabajar en conjunto.

Automatizar todo lo automatizable. Revisión de los procesos para identificar las partes que pueden hacerse con alguna inteligencia artificial, robotización o APIs de backend y frontend. El desarrollo es muy sencillo, algunas veces hasta una mínima programación y el ahorro muy importante. A través de la automatización digital de procesos y de operaciones se puede, al mismo tiempo, reducir los costes, mejorar la calidad e incrementar la productividad.

Centrarse en la experiencia del cliente esto es lo primordial. Poner al cliente en el centro de nuestros pensamientos para generar servicios de valor añadido de forma rápida, llegando a la persona adecuada en el momento adecuado. Prestar la misma experiencia satisfactoria sin depender del canal. Ser capaces de generar relaciones empáticas e iterativas con el cliente para entenderlos desde la pre-compra hasta la post-compra, con KPIs simples, que nos permitan ofrecerle una experiencia WOW.

Definir la primera una estrategia digital y conocer los objetivos para poner los medios. La transformación digital es un medio no un fin en sí misma. Requiere análisis estratégico, económico, de capacidad tecnológica y cultural y en muchos casos un cambio radical de liderazgo. La empresa ha de centrarse en identificar aquellos conocimientos, procesos y sistemas a digitalizar, y además priorizarlos por ejemplo por su ROI o por su aportación estratégica al negocio.

Aquellas empresas o áreas que en su gestión cuentan con herramientas digitales potentes capaces de integrar todos los aspectos que hacen conocer de una forma sólida las expectativas y experiencias de los clientes, que faciliten de una forma rápida anticiparse a la evolución de los mismos y que lo hagan en un marco de seguridad, tienen una clara ventaja competitiva. CRMs automatizados que permitan gestionar las oportunidades optimizando la rentabilidad, el momento y la experiencia del cliente.

Cordillera 1 - Cima GANADORA

¿Qué iniciativa digital [para conseguir más rentabilidad] consideras 100% prioritaria y por qué crees que es una excelente oportunidad?

Enseñar a colaborar
9% de las respuestas

Enseñar a los empleados a colaborar en red y dejar de trabajar en silos

Palabra clave: FORMACIÓN

Por FUNCIONES:

Tecnología 82%

RRHH 77%

Finanzas 75%

Media



Por SECTORES:

100% Transporte

88% Construcción

83% Retail

76% Servicios

76% Financiero

76% Consultoría

75% Alimentación

Media

Por TAMAÑOS:



PYME



GRANDE

Enseñar a colaborar y compartir información evitando las idas y venidas de peticiones. Considerar el máximo posible de información como no confidencial y desarrollar buenos sistemas de archivo, búsqueda, con índices que se alimenten del feedback de los usuarios. Dar acceso a aplicaciones de aprendizaje colaborativo. El verdadero éxito de la transformación digital radica de aprender a trabajar en conjunto.

Cordillera 2 - Cima GANADORA

¿Qué iniciativa digital [para conseguir más rentabilidad] consideras 100% prioritaria y por qué crees que es una excelente oportunidad?

Automatización máxima

33% de las respuestas

Automatización de procesos, tareas y operaciones

Palabra clave: AUTOMATIZACIÓN

Por FUNCIONES:

Dir. General 77%

RRHH 75%

Tecnología 74%

Media



Por SECTORES:

95% Retail

92% Alimentación

90% Educación

79% Transporte

79% Industria

76% Servicios

74% Consultoría

Media

Por TAMAÑOS:



PYME



GRANDE

Automatizar todo lo automatizable. Revisión de los procesos para identificar las partes que pueden hacerse con alguna inteligencia artificial, robotización o APIs de backend y frontend. El desarrollo es muy sencillo, algunas veces basta una mínima programación y el ahorro muy importante. A través de la automatización digital de procesos y de operaciones se puede, al mismo tiempo, reducir los costes, mejorar la calidad e incrementar la productividad.

Cordillera 3- Cima GANADORA

¿Qué iniciativa digital [para conseguir más rentabilidad] consideras 100% prioritaria y por qué crees que es una excelente oportunidad?

Customer experience centric

36% de las respuestas

Customer Experience Centricity, Omnicanal

Palabra clave: CENTRICIDAD

Por FUNCIONES:

Negocio 72%

Finanzas 71%

Tecnología 70%

Dir. General 70%

Media

Por TAMAÑOS:



PYME



GRANDE



Por SECTORES:

95% Alimentación

87% Transporte

79% Telco

75% Consultoría

72% Servicios

72% Retail

71% Educación

Media

Centrarse en la experiencia del cliente esto es lo primordial. Poner al cliente en el centro de nuestros pensamientos para generar servicios de valor añadido de forma rápida, llegando a la persona adecuada en el momento adecuado. Prestar la misma experiencia satisfactoria sin depender del canal. Ser capaces de generar relaciones empáticas e iterativas con el cliente para entenderlos desde la pre-compra hasta la post-compra, con KPIs simples, que nos permitan ofrecerle una experiencia WOW.

Cordillera 4 - Cima GANADORA

¿Qué iniciativa digital [para conseguir más rentabilidad] consideras 100% prioritaria y por qué crees que es una excelente oportunidad?

Estrategia Digitalización

11% de las respuestas

Definir una estrategia digital en torno a unos objetivos.

Palabra clave: ROADMAP

Por FUNCIONES:

Tecnología 76%

Finanzas 74%

Back Office 71%

Dir. General 68%

Por TAMAÑOS:



PYME



GRANDE



Por SECTORES:

86% Turismo

79% Educación

77% Telco

75% Energía

71% Retail

71% Servicios

68% Agencias

67% Industria

Media

Definir lo primero una estrategia digital y conocer los objetivos para poner los medios. La transformación digital es un medio no un fin en sí misma. Requiere análisis estratégico, económico, de capacidad tecnológica y cultural y en muchos casos un cambio radical de liderazgo. La empresa ha de centrarse en identificar aquellos conocimientos, procesos y sistemas a digitalizar, y además priorizarlos por ejemplo por su ROI o por su aportación estratégica al negocio.

Cordillera 5 - Cima GANADORA

¿Qué iniciativa digital [para conseguir más rentabilidad] consideras 100% prioritaria y por qué crees que es una excelente oportunidad?

Customer Intelligence

39% de las respuestas

Aquella que integre al cliente, sus expectativas y experiencia global.

Palabra clave: CLIENTE

Por FUNCIONES:

Back Office 65%

Negocio 64%

Dir. General 61%

Media

Por TAMAÑOS:



PYME



GRANDE



Por SECTORES:

79% Educación

75% Retail

68% Financiero

66% Agencias

64% Construcción

Media 59% Consultoría

Aquellas empresas o áreas que en su gestión cuentan con herramientas digitales potentes capaces de integrar todos los aspectos que hacen conocer de una forma sólida las expectativas y experiencias de los clientes, que faciliten de una forma rápida anticiparse a la evolución de las mismas y que lo hagan en un marco de seguridad, tienen una clara ventaja competitiva. Junto a CRMs automatizados que permitan gestionar las oportunidades optimizando la rentabilidad, el momento y la experiencia del cliente.

5

Te proponemos...



Te proponemos...

1 Presentarlo en la empresa...

¿Qué tal si nos acercamos a tu empresa a presentar el INFORME y la METODOLOGÍA que lo ha hecho posible? La presentación tendrá un impacto muy positivo.

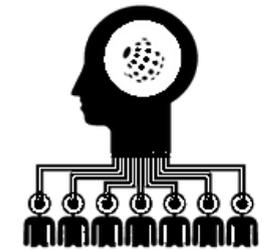
2 Afrontar un RETO...

¿Qué tal si exploramos juntos la forma de afrontar uno de vuestros próximos retos desde el nuevo paradigma de la inteligencia [artificial] colectiva?

3 Aliarnos como Partners...

¿Qué tal si exploramos juntos la posibilidad de aliarnos como Partners de modo que podamos ayudarnos mutuamente a acelerar nuestro crecimiento?

Puedes contactarnos en: hola@innovationwars.es



Usos más frecuentes de la I.A.C.

- Innovar estrategia
- Innovar producto
- Innovar negocio
- Innovar personas
- Innovar diseño
- Innovar eventos

Referencias destacadas:

