La **transformación digital** en la **era del cliente**

En la actual 'Era del cliente', las tecnologías y las fuerzas económicas ofrecen a los clientes cada vez mayores posibilidades de control de sus interacciones con las compañías. En este complejo contexto, las compañías se encuentran inmersas en procesos de transformación donde el componente digital es esencial.

Carmen López Muñoz
Managing Director
Accenture Interactive

Desde Accenture Interactive hemos llevado a cabo una investigación global entre 396 empresas de más de mil empleados, con el fin de identificar los principales retos y las habilidades críticas que requieren las empresas y que deben adquirir para transformarse en organizaciones digitalmente maduras.
Nuestra investigación pone de manifiesto que la experiencia de cliente es la clave principal en esta transformación, si bien también refleja que las organizaciones consideran no haber alcanzado el nivel de maestría adecuado para ser digitalmente maduro. Solo un 5% de las organizaciones considera que su madurez y maestría digital son superiores a las de sus competidores.

Principales hallazgos

1 La experiencia del cliente está en el corazón de la transformación digital

El 58% de las empresas encuestadas buscan como objetivo de esta transformación vender a través de canales digitales de manera rentable, y un 56% busca impactar en la mejora de la experiencia de cliente.

2 La transformación digital está en marcha pero queda mucho camino por recorrer

El 63% de las empresas encuestadas tienen como objetivo la mejora de la experiencia *online* del cliente, pero solo un 26% de ellas declaran estar completamente preparadas para ejecutar con éxito sus estrategias digitales.

3 La colaboración con terceros se hace imprescindible tanto para cubrir vacíos como para acelerar la transformación

El 88% de las empresas encuestadas están utilizando proveedores externos para al menos una componente estratégica de su transformación digital.

Recomendaciones clave

1 **Promocionar la transformación digital y la experiencia de usuario entre los ejecutivos**

Solo el 5% de las organizaciones creen dominar lo digital hasta el punto de diferenciarse de sus competidores.

2 **Ejecutar cambios para obtener resultados**

Solo el 29% de las empresas creen que "la medición y las métricas" son claves del éxito en digital.

3 **Estar dispuesto a asumir riesgos y aprender de los errores**

El 40% de las empresas consideran utilizar soluciones de proveedores externos para reducir riesgos cuando entran en nuevas regiones o nuevos mercados.

4 **Encontrar socios con capacidades complementarias**

Solo el 34% de las empresas dijeron estar "muy satisfechas" con sus proveedores digitales actuales.

Accenture Interactive realizó una encuesta online a 396 organizaciones con al menos 1.000 empleados en Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemania, Francia, China, India, Japón, Brasil y México para valorar sus estrategias digitales y de experiencia del cliente. El estudio finalizó en octubre de 2015.

FORRESTER RESEARCH, la principal firma global de estudios y asesoría, ha posicionado a Accenture como líder entre los principales proveedores de servicios digitales globales. El estudio, correspondiente al cuarto trimestre de 2015 y titulado "The Forrester Wave™: Digital Experience Service Providers", distingue a Accenture Interactive, parte de Accenture Digital, entre las 11 principales empresas mundiales de servicios digitales más significativas, integradores de sistemas y consultorías, según 31 criterios dentro de tres categorías principales: oferta actual, estrategia y presencia en el mercado.

Accenture Interactive recibió las marcaciones más altas Estrategia Corporativa y Visión, y quedó en segunda posición en Data, Optimización y Medición; Servicios de Dirección y de Contabilidad. Según Forrester, "Accenture Interactive tiene una innovadora estrategia que posiciona la experiencia digital como parte de una transformación más amplia del negocio; creemos que es el actor con el mayor potencial en su categoría".

El estudio también apunta a que "Accenture Interactive tiene el estudio de consumidor más complejo y convincente, que abarca desde el rediseño y la marca, hasta la integración dentro de los sistemas de la empresa. La firma también muestra un potencial enorme para el futuro, ya que cuenta con pequeñas agencias especializadas dentro de los servicios de Accenture".