

La transformación tecnológica como habilitador de los nuevos modelos comerciales

Y su impacto en los canales de venta

Fortalecer los modelos comerciales va más allá de crear una estrategia de omnicanalidad. La clave para que realmente impacte al público objetivo y a los canales de distribución, está en ofrecer una ventaja competitiva ligada a la propuesta de valor de cada venta.

► Transformación digital en los modelos comerciales: ¿qué tener en cuenta?

Ten en cuenta que la transformación tecnológica es un medio para acelerar los procesos internos y lograr que la propuesta de valor sea efectiva para los modelos comerciales.



Recuerda que antes de invertir en herramientas de transformación digital, pregúntate:

- ¿Le genera valor a mi cliente?
- ¿Reduce costos operativos para ser mejor competidor empresarial?,
- ¿Le aporta beneficios a la ventaja competitiva del modelo comercial?

Realiza cambios de transformación digital junto a tu equipo teniendo claro: para qué vas a invertir y qué vas a digitalizar en el canal de distribución.

Ten presente que el 80% del éxito de las estrategias para generar impacto en los modelos comerciales y en los canales de venta está en el equipo de trabajo que esté ligado al proyecto comercial.

► Buenas prácticas aplicadas a los modelos comerciales



Simplifica la información en los modelos comerciales y en los canales de venta.



Analiza qué está realizando el mercado, cómo puedes entregarle beneficios adicionales a tus clientes y cómo puedes mejorar tu valor agregado.



Identifica quién es tu consumidor final, cómo es su comportamiento de compra y cuál es el punto de venta donde se soluciona con más facilidad algún desafío futuro. En este aspecto, es clave que conformes un equipo que diseñe una estrategia digital y omnicanal con la que puedas iterar, para posterior, replicar en todos los canales de venta que tenga tu organización.