

La **Calidad** en el contexto de la **Transformación Digital**

Adolfo Ramírez

13 de enero de 2016



Viaje a las **5 estrellas**

Adolfo Ramírez
13 de enero de 2016



Antes de iniciar el viaje

Conocer el camino



Entender el cambio



80%

de población usa internet a diario



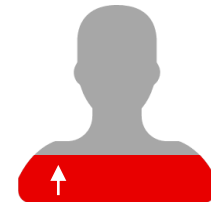
81

consultas al móvil/ día por persona



40%

aumento de inversión en movilidad desde 2012



30%

aumento usuarios digitales



Un nuevo "cliente" en el centro de la actividad



- Nuevo Modelo de Relación Omnicanal
- Foco en la Experiencia de Cliente
- Personalización



La Transformación desde las personas





“Sacarle chispas” a la Tecnología





La simplificación de "todo"



- **Lean:**
Desperdicio 0
- **Design Thinking:**
Diseño desde el cliente
- **Agile:**
Mínimo Producto Viable.
Time to Market



La innovación

inquietud por innovar

- Nuevos **productos** y servicios
- Nuevas formas de **comunicarse**
- Nuevos entornos de **trabajo**



- Nuevos **modelos** de negocio
- Nuevos **hábitos** digitales
- Nuevas **plataformas**

La calidad: el GPS del viaje



- 1** El **Cliente** en el centro de la actividad.
→ **Ratio Fidelización / NPS / ...**
- 2** Transformación desde las **Personas**.
→ **Participación / Asimilación**
- 3** La **Tecnología** como motor del cambio.
→ **Nivel de Servicio / Gestión del Dato**
- 4** **Simplificación** de "todo".
→ **Ahorros tiempo/coste. Workshop Clientes / Empleados**
- 5** Inquietud por **Innovar** y sorprender.
→ **RR.SS. / WorkShops Clientes / Empleados**

“Hagas lo que hagas, hazlo bien”

Abraham Lincoln

Muchas
gracias



adolfo.ramirez@gruposantander.com