

CCS Lanza Guía para la Digitalización en las Pymes

El objetivo de esta guía es posibilitar que las pymes se suban al carro de la digitalización, de manera de mejorar la visibilidad de su oferta, su competitividad e integración al mundo en permanente cambio.

La Cámara de Comercio de Santiago (CCS) junto con la Facultad de Comunicaciones la Pontificia Universidad Católica de Chile, lanzaron hoy la **“Guía para la Digitalización en las Pymes”**.

El documento –en formato online- es el primer manual en el país que identifica el valor diferenciador que la tecnología genera en las empresas con el fin de posicionarlas en el mercado actual. A través de entrevistas a expertos nacionales, análisis de casos y una sistematización de la literatura, en ocho capítulos se ilustra el cambio cultural que están produciendo estos nuevos procesos digitales y se muestra de forma práctica los temas en que las pequeñas y medianas empresas deberían sí o sí estar en la actualidad.

De acuerdo al Centro de Economía Digital de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), el objetivo de esta iniciativa es contribuir a la competitividad de la Pyme, proporcionándole herramientas para facilitar su integración a un mundo en permanente cambio, en el que el costo de no participar es cada vez mayor.

Según estimaciones basadas en la encuesta ELE del Ministerio de Economía, menos del 30% de las empresas chilenas dispone de sitio web y cerca del 20% realiza ventas online. Si se consideran las empresas con transacciones efectivas en el comercio online esta proporción es aún más baja, lo que plantea un enorme desafío a las pequeñas empresas de nuestro país, que están viendo afectada en forma creciente la visibilidad de su oferta frente a sus clientes, quitándoles oportunidades comerciales y amenazando su viabilidad.

Los ocho capítulos de la Guía para la Digitalización en las Pymes consideran temas tales como la relevancia que hoy tiene la comunicación digital en las organizaciones y empresas, la emergencia de temas en los que hay que estar, comunicación externa de la empresa, marketing 2.0 y el rol de las redes sociales, la relevancia del tráfico, e-commerce para pymes y herramientas disponibles para la digitalización.

Guía para la Digitalización en las Pymes

1-Nueva realidad: La relevancia que hoy tiene la comunicación digital en las organizaciones y empresas

En el primer capítulo se explica por qué es importante integrarse al entorno digital, qué caracteriza a la comunicación hoy, y por qué una infraestructura tecnológica avanzada es una condición necesaria, aunque no suficiente para competir en el ámbito digital. Además, se propone un plan de acción para impulsar la digitalización.

2-La emergencia de temas en los que hay que estar, Se revisan los diferentes conceptos, estrategias y tendencias que hoy son imprescindibles para comprender la nueva realidad digital y no correr el riesgo de perder competitividad. Se muestra cómo el desarrollo del móvil ha configurado un mundo que ofrece múltiples oportunidades a las empresas, y cómo a su vez ha modificado los hábitos de compra de los usuarios. Además, se analizan los puntos críticos de este nuevo canal online, como la reputación online y la seguridad digital.

3-Comunicación externa: mi web, tu web, nuestra web.

En este capítulo se describen los diferentes aspectos a considerar en la comunicación externa. Pasando desde la creación de una web, la presencia en Internet, la importancia de la usabilidad y el diseño para su éxito, hasta las técnicas de redacción, mantenimiento y gestión de los contenidos publicados en el sitio de Internet, todo con el objetivo de lograr proporcionar información útil y relevante para atraer a los clientes de la era web.

4-Marketing 2.0 y el rol de las redes sociales: Hacia una estrategia integrada.

En este capítulo se analizan las diferencias entre las características del marketing tradicional y el marketing 2.0, junto al abanico de estrategias que hoy pueden integrarse a un plan de marketing. Además, se revisa la nueva perspectiva del cliente en Internet, y cómo hoy las diferentes plataformas sociales se convierten en una oportunidad para que las pymes atraigan clientes mediante contenido relevante y útil, sin necesariamente abrumarlos de publicidad.

5. La relevancia del tráfico

En este capítulo se explica por qué la presencia de una tienda en Internet es fundamental para conseguir tráfico y el éxito de una empresa. Se revisan las diferentes herramientas y tácticas necesarias para lograr un buen posicionamiento en buscadores (SEO) y atraer el tráfico correcto al sitio web.

6- e-commerce para pymes, amenazas y principales oportunidades.

En el sexto capítulo, se revisa desde un foco más teórico/conceptual el mundo del e-commerce, con el objetivo de superar las barreras culturales, técnicas y legales. Además, se definen los diferentes modelos de negocio en el entorno digital, los pasos necesarios para desarrollar una tienda virtual, así como la relevancia que tiene la generación de confianza del usuario para la proliferación del negocio.

7- e-commerce en la práctica

En el séptimo capítulo se detalla cómo el e-commerce se ha convertido en una pieza clave de nuestras relaciones de consumo. Gran parte de lo que ocurre en las tiendas físicas tiene su origen en el mundo digital, por esta razón, en esta sección se revisan los procesos y operaciones necesarios para poner en práctica una tienda virtual. Además, se orienta sobre cómo integrar el canal físico con el digital, con el objetivo de ofrecer una experiencia de compra cada vez más fluida y omnicanal.

8- Herramientas para la digitalización

El último capítulo del manual está destinado para revisar diferentes herramientas disponibles en la web que permiten optimizar la gestión de procesos y acciones que conlleva el desarrollo de la transformación digital de pymes. Algunas tienen una lógica más intuitiva que otras, no obstante, lo importante es que el lector se familiarice con ellas, y encuentre su utilidad para su propio negocio.

Para ver la guía completa descargue <http://www.ccs.cl/prensa/publicaciones/guia-digitalizacion-pymes.pdf>