

ELIGE A LA PERSONA CORRECTA
**PARA LIDEREAR LA
TRANSFORMACIÓN
DIGITAL DE TU
GRUPO AUTOMOTRIZ**



INTRODUCCIÓN

El éxito de la transformación digital de tu grupo automotriz depende de a quién elijas para liderarla.

La respuesta fácil sería buscar a una persona experta en cuestiones digitales; alguien que tenga conocimiento sobre las herramientas más avanzadas y el comercio electrónico. Pero puede no ser la correcta.

Una transformación digital, en cualquier industria, requiere una comprensión profunda tanto de la cultura organizacional de la empresa como de los clientes.

En la industria automotriz, donde los potenciales compradores de vehículos van un paso adelante en la adopción de la tecnología digital en muchos aspectos de su vida, esto último es particularmente importante.

Es esencial que el líder de la digitalización de tu grupo automotriz conozca los intereses, necesidades y preferencias de tus potenciales compradores no solo para atraerlos a través de internet, sino también para guiarlos en su proceso de compra y darles la información, facilidad, comodidad y rapidez que demandan.

Pero también lo es que sepa alinear la adopción de la tecnología digital a los objetivos estratégicos de tu empresa, y pueda vencer la resistencia al cambio que, seguramente, encontrará.

Por todos estos factores, elegir a la persona que va a transformar digitalmente a tu agencia o grupo automotriz es una decisión que debe basarse en criterios muy específicos que te explicaremos en este ebook.



LA JUSTIFICACIÓN DETRÁS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En un mundo trastornado por una pandemia que ha hecho que la gente cambie por completo sus hábitos, incluidos los de compra, la transformación digital que antes era indispensable, ahora es urgente.

Así como los consumidores han trasladado al mundo digital la adquisición de casi todos sus artículos de primera necesidad, también las tiendas, los restaurantes y los supermercados se han apresurado a adoptar el comercio electrónico para estar a la altura de la demanda.

Y, así como muchas personas temen salir a hacer sus compras directamente como era su costumbre, también están las que buscarán adquirir un vehículo, nuevo o seminuevo, para evitar el transporte público que puede ser un ambiente propenso a los contagios.

Es así que la transformación digital de tu concesionaria es inaplazable, a fin de aprovechar ese aumento en la demanda que se espera y, al mismo tiempo, satisfacer esa necesidad de los compradores de realizar sus compras por internet.

El primer paso es hacer un diagnóstico de los avances en el terreno digital que ya hayas hecho, para definir cuáles serán tus objetivos y tu estrategia para alcanzarlos. Pero, por supuesto, necesitarás designar a la persona ideal para liderar este esfuerzo. ¿Qué criterios debe cumplir este líder?



¿UN EXPERTO DIGITAL EXTERNO O ALGUIEN DENTRO DE TU GRUPO AUTOMOTRIZ?

¿Cuál de ellos puede aportar más valor a tu consorcio automotriz al momento de impulsar la transformación digital?

¿Debes optar por quien se ha especializado en las herramientas digitales y ha demostrado sus capacidades en una empresa de comercio electrónico, o por uno de tus ejecutivos que conoce a fondo a la organización y el perfil de tus clientes?

En un artículo publicado en Harvard Business Review, los expertos en innovación empresarial Nathan Furr, Sur Gaarlandt y Andrew Shipilov discutieron los pros y contras de cada una de esas opciones.

Al analizar la situación de un fabricante de electrodomésticos de alcance mundial, vieron que, aun cuando el experto digital tenía todo el conocimiento y el ímpetu para incorporar las nuevas herramientas tecnológicas, al final no pudo conectar con la cultura de la organización y el resultado fue desarticulado y negativo.

En cambio, cuando se cambió de rumbo y se puso a la cabeza del esfuerzo de digitalización a uno de los propios ejecutivos de la compañía, aunque no versado en tecnología sí interesado en aprender y lo suficientemente hábil para formar un equipo de expertos, este consiguió motivar a sus compañeros dentro de la empresa para que adoptaran la transformación y supo comunicarse con ellos para resolver los problemas emergentes mediante la sinergia.

Este conocimiento del insider es un factor que influye tanto en el éxito de la transformación digital que vale la pena que te inclines por esta opción. Analiza entre tu personal quién tiene las habilidades de liderazgo, motivación, comunicación y curiosidad por aprender algo nuevo para que lidere a un equipo en el que se incorporen los expertos digitales que aporten este nuevo conocimiento a una cultura organizacional ya existente.





CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL LÍDER DE LA DIGITALIZACIÓN

Decidido ya a que sea alguien dentro de tu organización quien lidere al equipo de transformación digital, debes dar el siguiente paso: elegirlo. ¿Cómo?

La persona seleccionada debe cumplir con estos criterios:

1. COMPRENDER LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE TU GRUPO AUTOMOTRIZ

Si entiende cuál es la misión de tu empresa automotriz podrá mantener la vista puesta en ella y enfocarse en los objetivos estratégicos mientras realiza la transformación digital.

De otro modo, el resultado sería una mezcla de herramientas digitales que, además de que no pudieran

implementarse por completo, llevarían a la organización por un camino confuso y difícil de vender al resto de las áreas que sí están comprometidas con los objetivos de la empresa.

Al final, la responsabilidad del líder será alinear los objetivos de la empresa y las perspectivas de los clientes con las soluciones tecnológicas a implementar.



2. TENER UNA VISIÓN CLARA DE LO QUE SIGNIFICA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Aun cuando no haya adquirido aún las habilidades digitales necesarias, sí debe comprender qué es lo que se espera lograr con ella para que pueda atraer al talento necesario y pueda convencer al resto de la empresa de incorporarse al esfuerzo.

Si adquiere el conocimiento tecnológico suficiente, y con su comprensión de los objetivos empresariales, podrá traducir las necesidades de tu grupo automotriz en soluciones tecnológicas.

Además, con esa visión clara le será más fácil explicar las razones que impulsan la digitalización, cómo aporta a los objetivos estratégicos y cuáles son los cambios necesarios en cada área.

3. NO TEMER AL RIESGO

Una persona demasiado cautelosa solo pondrá trabas. Una persona demasiado intrépida puede intentar correr antes de caminar.

Lo ideal es designar a alguien que esté en el justo medio: con la temeridad necesaria para emprender cosas nuevas, pero lo bastante inteligente para sopesar ventajas y desventajas y buscar y dar soluciones.

La transformación digital no es tarea para alguien indeciso o temeroso, pues requiere de ciertos ejercicios de prueba y error para llegar a las soluciones correctas.

4. TENER EXPERIENCIA EN IMPLEMENTAR NUEVAS INICIATIVAS

En todas las empresas hay alguien así: Una persona que trata de mantenerse a la vanguardia y se propone para ser el primero en implementar tácticas, procesos o herramientas nuevas.

Si tienes en tu grupo automotriz a alguien con esa iniciativa y resultados comprobados, considéralo un candidato serio para el puesto, ya que le será más fácil enfrentar la esperada resistencia al cambio dentro de la organización.



5. SER ADAPTABLE

Tener claros los objetivos de la empresa no significa estar casado con los métodos que dan resultados, sino tener la capacidad de aprender nuevos “trucos” y el uso de herramientas innovadoras.

Además, en la transformación digital, las cosas cambian rápidamente y, como líder debe mantenerse al día y desarrollar con rapidez los planes para responder a esos cambios.

Se nota cuando una persona aprende rápido y encuentra la manera de explotar las ventajas de cualquier innovación implementada. A eso se le llama adaptabilidad.

6. TENER CREDIBILIDAD AL INTERIOR DE LA ORGANIZACIÓN

Debe ser alguien en quien los demás ejecutivos y los empleados confíen al grado de estar dispuestos a seguir sus pasos en el nuevo camino que está abriendo.

La credibilidad es clave. Si es reconocido por este valor, el trabajo de convencimiento al interior de la organización será mucho más sencillo, para él como líder y para los demás como ejecutores de la transformación digital.

7. SER HÁBIL EN LA FORMACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO

No debe saberlo todo (en el terreno digital), pero sí atraer a quienes lo saben y estar dispuesto a aprender.

Sin embargo, la habilidad de formar equipos de trabajo va más allá de reunir a un grupo de expertos. El líder debe analizar los rasgos de personalidad de cada prospecto para asegurarse de que se dé la colaboración y sinergia necesarias para lograr los resultados planteados.

Asimismo, debe tener autoridad dentro del equipo de trabajo, pero también la capacidad de sintetizar la información procedente de fuentes múltiples dentro de la organización para mantener alineados tanto la visión y coherencia de la digitalización como los objetivos estratégicos de tu grupo automotriz.

8. CONTAR CON HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

Esto le será útil tanto para gestionar el trabajo dentro de su equipo de transformación digital como para transmitir al resto de la organización los objetivos, los procedimientos y la nueva visión en la era digital.

Un jefe que no sepa comunicar órdenes ni explicar o convencer a otros de lo que tiene en mente no podrá concretar sus ideas ni alcanzar las metas establecidas.





9. SABER MOTIVAR

Aunque va de la mano con el criterio anterior, porque la motivación también se transmite con una buena comunicación, aquí intervienen otras habilidades que todo buen líder debe tener.

Una de ellas es conocer qué impulsa a la gente, para ofrecerles el incentivo correcto. Otro es entender la personalidad de los integrantes de su equipo, y de los jefes de otras áreas con quienes deba interactuar, para saber la mejor manera de ofrecérselos.

10. CONOCER AL CLIENTE

El último criterio, pero el más importante, pues la transformación digital debe mejorar la experiencia del cliente.

Si el líder conoce las necesidades, intereses y preferencias de los potenciales compradores de autos de hoy podrá asumir su perspectiva y desarrollar la empatía necesaria para que la digitalización de tu grupo automotriz tenga un impacto positivo en ellos y supere sus expectativas.

CONCLUSIÓN

Estamos de acuerdo en que la transformación digital de tu grupo automotriz es urgente, y ya te hablamos de los criterios que debes considerar al momento de elegir a quien lidereese esfuerzo dentro de tu organización.

También estamos seguros de que no quieres quedarte atrás de tu competencia y, en consecuencia, fuera del mercado. Pero la solución no es adquirir todas las nuevas herramientas tecnológicas e implementarlas dentro de tu empresa sin una visión clara, una estrategia definida y el líder correcto.

Saber utilizar la tecnología es tan importante como decidir dónde hacerlo, y si de veras es necesaria.

Por ello, es esencial que escojas a una persona que pueda identificar las amenazas y oportunidades digitales y te ayude tanto en el proceso de digitalización en sí como en el de vencer la natural resistencia al cambio.

Si seleccionas a alguien que cumpla con los 10 criterios que te hemos expuesto, con toda seguridad será un líder con visión, conocimiento, habilidad y autoridad para dirigir a tu grupo automotriz con éxito a través de lo que, mal llevado, puede ser un proceso disruptivo e, incluso, polémico.

Los tiempos no están para indecisiones. El periodo de crisis económica que atravesamos debido a la contingencia sanitaria debe ser visto también como la oportunidad de cambiar y adaptarse a lo que el mercado ya está demandando: la digitalización.

Ahora menos que antes de la pandemia, los potenciales compradores de autos de hoy no irán a visitar tu sala de exhibición. Todo, desde la investigación y la comparación hasta la toma de una decisión y la compra en sí, lo harán por internet.

De ti depende que tu grupo automotriz esté preparado para el momento (muy cercano, prevemos), en que la demanda de vehículos aumente. ¿Estarás listo o no?

Gubagoo

CONECTA CON CLIENTES CALIFICADOS **EN TIEMPO REAL**

Gubagoo es el líder en **soluciones avanzadas** de contacto multicanal, marketing y comunicación para concesionarios automotrices.

Es un **servicio de chat en vivo de atención centralizada** que ayuda a **conectar a los visitantes de tu sitio web con los distribuidores automotrices** en cualquier momento y en cualquier lugar.

INTEGRA EN SU PLATAFORMA:



Chat en vivo



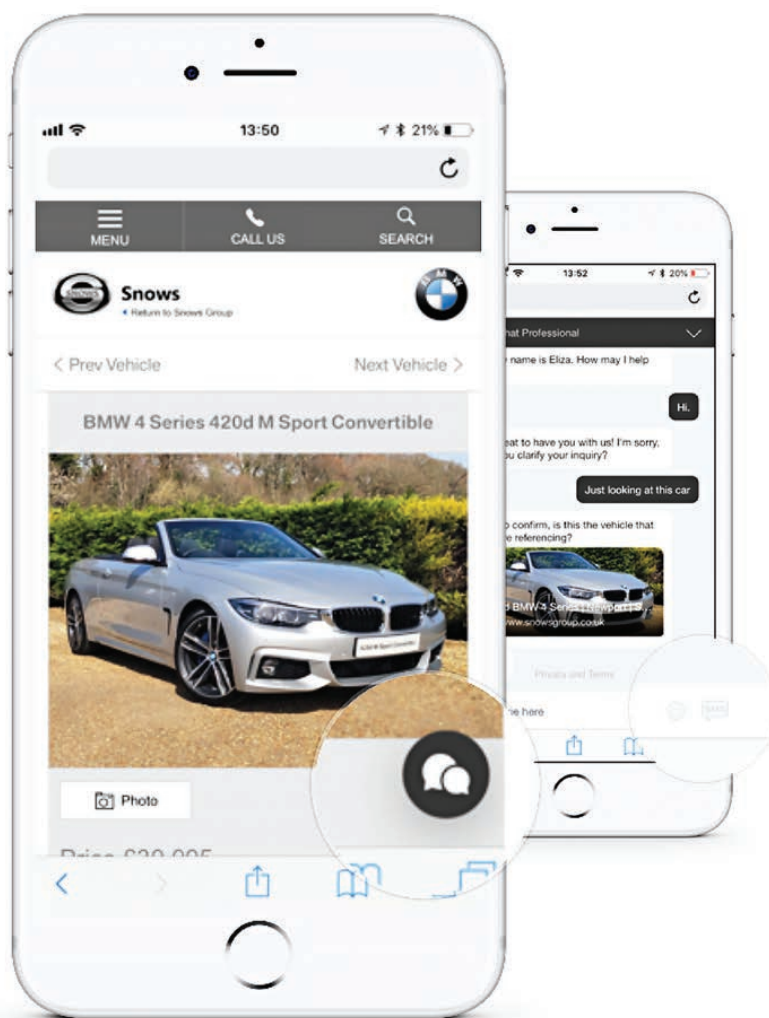
Mensajes de texto



Facebook Messenger



Marketplace



CONOCE ESTA SOLUCIÓN