

Chief Digital Officer. La era digital



José Ignacio del Barrio
Socio del Sector TMT
Ackermann Beaumont Group
 José Ignacio del Barrio

Intenten recordar acciones comerciales que han realizado en los dos últimos años: transacciones bancarias, gestiones con la Administración, alquiler de coches, compra de entradas de cine o teatro, compra y reserva en medios de transporte, o simplemente búsqueda de información sobre empresas y sus servicios.

Seguramente a esta pequeña lista ustedes han añadido unas cuantas más que resumen tanto una actividad profesional como laboral diaria desde la pantalla de un ordenador o cualquier otro dispositivo electrónico con el consiguiente ahorro de tiempo y riqueza de información.

El acceso a la información es el factor que puede resultar decisivo y determinante a la hora de inclinarse por el producto o servicio de una determinada empresa.

Se ha producido una revolución que exige a las empresas acuñar el término de OMNICHANNEL como respuesta a la demanda de las oportunidades que las herramientas digitales nos ofrecen. Pero una organización de cierto tamaño no puede dar salida a estas oportunidades sin una figura con visión estratégica, con capacidad de ver a la empresa en un entorno tecnológico y que pueda lidiar con los distintos departamentos ya que su actividad será determinante para toda la empresa y contendrá beneficios y obligaciones para todos ellos.

Hablamos de Chief Digital Officer (CDO). Un perfil de General Manager, con un peso específico muy importante en la Organización. No se trata de un web master con pretensiones sino de un alto ejecutivo capaz de llevar a la organización al siguiente nivel, al digital. Acostumbrado a dirigir Organizaciones y personas; un ejecutivo que sabe ver las posibilidades que ofrece este entorno digital y que, a su vez, es capaz de transmitirlo a toda la Organización. Estamos, pues, hablando de un perfil ejecutivo de alto rango que se sitúa en la cúspide directiva, que pertenece al Comité

de Dirección, y que tiene una influencia totalmente transversal en la Organización.

Si no hace mucho tiempo decíamos que no tener web era no existir, ahora ampliamos el rango de no existencia a no disponer acceso a las herramientas que suponen el conjunto de las distintas redes con las que accedemos a ordenadores, tablets, smartphones ...y lo que venga. La obligación de la empresa, pues, es dar el paso de analógica o digital primaria a OMNICHANNEL o digital total, aprovechando todos los distintos canales que la tecnología pone a disposición.

Y es aquí donde el ingeniero de telecomunicación cobra especial relevancia, pues estamos refiriendo el perfil de un profesional, presumiblemente ingeniero, con gran experiencia y formación en marketing y comercial, y verdadero creyente y conocedor de las bondades y tecnologías digitales. A su vez, un líder de equipos humanos y con capacidad de influencia sobresaliente en la empresa. No debemos olvidarnos que, también ha de contar con visión estratégica de los sectores más avanzados en la digitalización. En definitiva, un claro ejemplo de ingeniero con perfil ejecutivo y gran experiencia en la dirección de empresas. ☺

CHIEF DIGITAL OFFICER. THE DIGITAL ERA

This article proposes that all companies need to add a new, high level member to their management team which can visualize all of the new opportunities offered by the digital environment and transmit them effectively to the entire organization. Such a CDO or Chief Digital Officer must be much more than an ambitious webmaster as this position requires management, marketing and leadership skills in addition to technical know-how. Access to information is a decisive factor when seeking any product or service, so all possible communications channels or OMNICHANNEL techniques must be covered in order to offer potential customers any access means.