

Para adaptar la empresa al mundo digital

PREGUNTA. Dirijo una comercializadora de materiales de construcción, con un almacén central y dos delegaciones, y una plantilla total de 22 personas, la mayor parte dedicadas al área comercial. Aunque es un negocio muy de movimiento de materiales, cada vez siento más necesidad de abrirnos al mundo digital, redes sociales, etcétera. Pero realmente no sé qué perfil de personas se necesitan para esa transición, ni cómo puedo saber si mis actuales empleados están preparados para afrontar el cambio. ¿Cómo puedo diseñar una estrategia adecuada? **J. M. Castellón.**

RESPUESTA. Todas las organizaciones se están viendo inmersas en una transformación hacia lo que se conoce como el talento digital. Aunque sigamos hablando de conceptos como la estrategia, la habilidad para influir sobre los

demás, la versatilidad o la implicación para la consecución de resultados, como criterios para medir el potencial, la forma en que esos conceptos se reflejan en la

Ponga en marcha acciones de desarrollo personalizadas

empresa actual han sufrido un profundo cambio por la irrupción (sobre todo) de las redes sociales como elemento de influencia en los demás y posicionamiento de la empresa en sus mercados.

Y, como en todo cambio, es importante explicar en qué consiste y que cada profesional tenga una idea sobre la forma en que puede afectar a su modelo de trabajo.

En su empresa, donde predominan los profesionales con clara orientación comercial, será crítico que esas personas entiendan no tanto lo que viene de nuevo (que por supuesto), sino lo que tendrán que dejar de hacer para seguir teniendo éxito. Lo lógico es que sean personas con clara habilidad social y capacidad de persuasión, y que se refugien en esas habilidades porque es lo que les ha permitido ser eficaces. El esfuerzo estará en luchar contra la inquietud que siempre supone perder la base de lo que ha sido nuestro éxito.

A partir de esa primera fase de explicación y motivación, será el momento de analizar los perfiles, en términos de palancas/fortalezas o *gaps* existentes con el nuevo modelo, para definir las acciones de desarrollo oportunas.

Para ello podemos utilizar herramientas que no sólo permi-

tan cualificar con precisión los perfiles, sino también hacerlo de forma rápida, homogénea y (hay que predicar con el ejemplo) en modo *online*, aportando información tanto para la dirección como para cada uno de los profesionales de la empresa. Y que ayuden a identificar acciones de desarrollo específicas y que supongan una experiencia única para cada participante, no sólo sacándoles de su zona de confort, sino permitiéndoles hacerse cargo de situaciones o eventos diferentes que realmente representen un cambio de posición y seguir asumiendo el liderazgo en su ámbito de responsabilidad. ■

Juan Ollero es socio principal de Ray Human Capital.

