



FICHA RETO TCC

RETO

¿Cómo + acción + situación problema + objetivo?

¿Cómo aplicar mejoras tanto en los procesos productivos como en la construcción y desarrollo de productos de valor, para fidelizar a los clientes construyendo confianza en los productos y servicios ofrecidos?

OBJETIVO ESTRATÉGICO

¿Cuál es el objetivo estratégico que enmarca el reto? Ejemplo: Mejorar la calidad de sus bienes y servicios; Reducir los tiempos de respuesta a las necesidades del cliente y proveedor; Incrementar o mantener su participación de mercado y Aumentar la capacidad y/o flexibilidad para la producción de bienes y servicios.

Eficiencia operativa y deleite del cliente apalancado con la tecnología tanto para un mejoramiento operativo y cliente como eje central.

<p>ANTECEDENTES ¿Qué está generando un problema? ¿Cómo se ha intentado solucionar el reto hasta ahora? Detalla las iniciativas ya realizadas que dan información de éxitos y fracasos.</p> <p>Personal operativo, con un componente más análogo que digital, por el modelo de negocio tradicional.</p> <ul style="list-style-type: none"> •No se presenta un perfil del colaborador digital •Procesos de selección sin medición digital •Adversidad al cambio •Poco pensamiento disruptivo •Poca iniciativa de áreas transversales a innovación •Preocupación por un nuevo núcleo de negocio 	<p>DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD Explicar claramente el dolor actual, esa situación problemática que no se ha podido solucionar y que genera unos efectos negativos o también la oportunidad que la empresa desea aprovechar. *Deseado: Datos que midan la magnitud del problema. El costo operacional, financiero, reputacional o de oportunidad que paga la empresa por no solucionar la necesidad o</p> <p>Poca respuesta e implementación de estrategias tecnológicas que impacten al cliente de manera directa, como foco central el cliente no esta recibiendo soluciones a la velocidad que las necesite u herramientas que pudieran darnos como empresa ese valor agregado, los datos no son administrados de la mejor manera para su análisis profundo, además los líderes siguen pensando de una manera ortodoxa por lo cual no se dan soluciones reales para una fidelización del cliente.</p>	<p>POBLACIÓN AFECTADA ¿Quiénes son las personas que actualmente perciben la necesidad y se ven afectadas por no tener una solución? ¿Aquí pueden estar involucrados: Proveedores, distribuidores, clientes, roles o áreas internas de la compañía</p> <p>clientes, personal operativo</p>
<p>¿QUÉ RESULTADOS ESPERA OBTENER? Objetivos a cumplir, beneficios para el público objetivo. Deseado: Datos, cifras, porcentajes que permitan medir la solución. El valor monetario que podrían obtener si solucionan la necesidad.</p> <p>Una concentración y fidelización de los clientes además de una amplia atracción de nuevos, conseguidos por el impulso tecnológico y servicio al instante.</p>	<p>REQUISITOS ¿Cuál es el alcance de la solución? Listar los aspectos mínimos a tener en cuenta en la solución: Técnicos, económicos, de uso, normativos, tiempo de ejecución, entre otros</p> <p>Restricción en tiempo y recursos</p>	<p>TIPO DE INNOVACIÓN Mejora proceso, innovación continua, innovación disruptiva</p> <p>Innovación continua</p>
<p>TIPO DE SOLUCIONADORA DESEADA Startup, empresa desarrolladora de producto o servicio, grupo de investigación, consultora.</p> <p>STARTUP:Negocio emergente basado en nuevos modelos con soluciones escalables</p> <p>startup</p>	<p>RANGO DE PRESUPUESTO Permite saber el nivel de detalle y complejidad que se ofrece en la solución</p> <p>Por definir según caso de negocio</p>	<p>RANGO DE TIEMPO Rango de tiempo en el cual la empresa espera tener una solución</p> <p>por definir según caso de negocio</p>