




Del focus offline al reto online



The background of the slide is a teal color. On the left side, there is a large, dark silhouette of a lightbulb. Inside the lightbulb, a green tree is growing. A yellow ladder is leaning against the base of the lightbulb. Two small figures in business suits are standing at the base of the lightbulb, one pointing towards the tree. In the upper right corner of the lightbulb area, there are two clouds (one white, one grey) and a small white bird flying.

Diagnóstico y Reflexión Estratégica

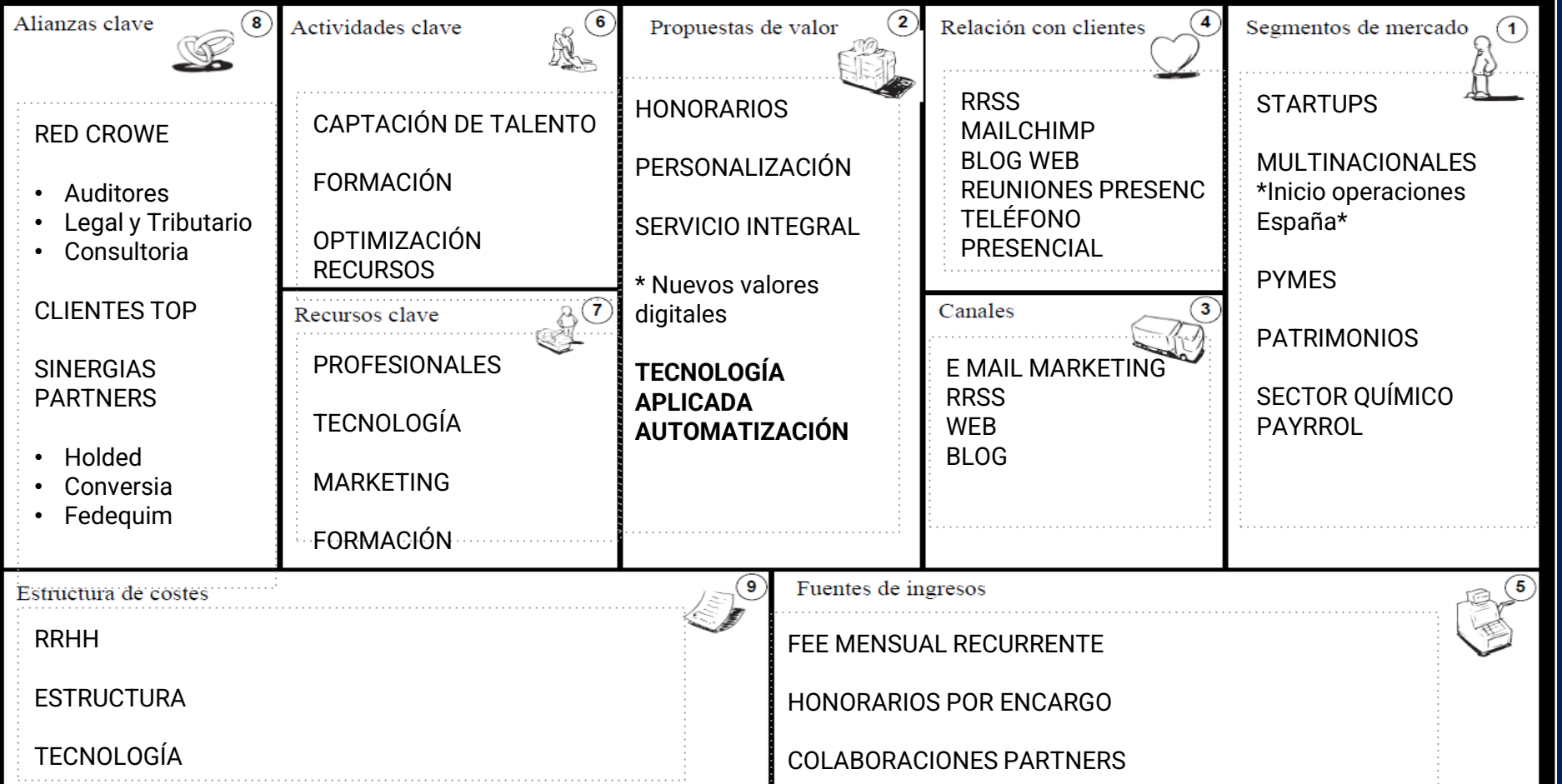
- **Análisis Interno**
- **Análisis Externo**
- **Definición Áreas de Actuación**

Análisis interno – DAFO

DAFO actual de mi organización

<p>DEBILIDADES</p> <p>MISIÓN DIGITAL INDEFINIDA CULTURA DIGITAL EQUIPO EXPLOTACIÓN DE DATOS ESTRATEGIA DE MKT DIGITAL EXPLOTACIÓN DE LEADS SERVICIO SIN DIFERENCIACIÓN</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>BARRERAS DE ENTRADA BAJAS SIMPLIFICACIÓN TRÁMITES FONDOS DE INVERSIÓN COMPETENCIA DIGITAL ENTORNO VUCA</p>
<p>FORTALEZAS</p> <p>SOLVENCIA ECONÓMICA EXPERTISE PROFESIONAL CARTERA DE CLIENTES PRESTIGIO TRADICIONAL GENERACIÓN DE CONTENIDOS</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>REFERENCIAS RED CROWE NEXT GENERATION SINERGIAS CON PARTNERS. VINCULACIÓN SOSTENIBILIDAD AUTOMATIZACIÓN</p>

Liempo de Modelo de Negocio – CANVAS



A decorative background on the left side of the slide features a teal-to-blue gradient. It is adorned with several white paper boats arranged in a grid-like pattern. A single red paper boat is positioned slightly above and to the right of the main text. A dotted line starts from the bottom left and curves upwards towards the red boat.

Transformando la Experiencia del Cliente

- Perfil de cliente: descripción del *buyer-persona*
- Estrategia de Marketing Digital
- Tácticas e implementación



PROPUESTA DE VALOR

La misión la integración de la estrategia de marketing digital y la automatización de procesos con eficiencia y rentabilidad en el modelo FLM.

- **Transformar organización y personas**
 - Modelo de relación y colaboración
 - Habilidades y Cualificaciones
 - Formación digital
- **Transformar procesos operativos**
 - Digitalización de procesos
 - Automatización de procesos
 - Integración de procesos
- **Transformar la experiencia de cliente**
 - Clientes & Experiencia digital
 - Empleados
 - Proveedores, colaboradores y partners

Perfil del Cliente - Buyer Persona - Directora/or RRHH Sector Químico

Perfil personal

Se trata de un perfil personal con una edad entre los 35 y 50 años, mayoritariamente mujer. Residente en el entorno de grandes ciudades. Por cuestiones vinculadas al perfil profesional, es rigurosa, con mentalidad, abierta a nuevos retos y con un comportamiento ético y de responsabilidad social y corporativa relevante. Podríamos definir como mujer directiva, independiente y abierta a nuevas tendencias.

Hábitos

Como mujer directiva está al tanto de lo que sucede en su entorno, habituada a la tecnología, redes sociales y con criterios selectivos por falta de tiempo y de conciliación con su vida personal. En muchas ocasiones smart worker.

Hobbies e Intereses

Entendemos un perfil de una mujer moderna, capaz, con vocación de servicio e implicada en asuntos vinculados con la mejora de las oportunidades y la conciliación laboral de la mujer directiva.

¿Dónde podemos encontrarle y cómo podemos conectar con nuestro buyer persona?

REDES SOCIALES – LINKEDIN – INBOUND MARKETING



Perfil profesional

Corresponde a una profesional del ámbito de estudios sociales o jurídicos, con formación de postgrado en el ámbito de RRHH y con vocación de formación continua. Su trabajo lo desarrolla en entornos multinacionales, con disponibilidad de recursos económicos, técnicos y humanos. Importancia de la regulación del sector químico y de sus buenas prácticas tanto internas como externas.

Objetivos y retos

Los objetivos de una DIR RRHH se centran en 2 grandes ámbitos. La estrategia de crecimiento de las personas en la organización. El error cero en la gestión legal de la administración de las relaciones laborales.

Nuestro producto o servicio

Nuestro servicio de asesoramiento y gestión de relaciones laborales le aporta seguridad jurídica, tecnología aplicada a la necesidad de disponer de diferentes variables y tratamiento de la información y en muchos casos dar una cobertura internacional.

¿Qué ventajas tenemos sobre otras empresas de nuestro sector?

BACKGROUND Y CLIENTES EN EL SECTOR

Frustraciones

Las directoras/es de RRHH uno de sus gran retos y prioritarios es la importancia de una gestión de la nómina eficaz, con cero errores, al ser un servicio en muchas compañías externalizado y que en gran medida depende de la calidad de servicio y preparación del proveedor de servicios.

¿Cómo le podemos ayudar para que obtenga los objetivos deseados y supere sus retos?

GENERACIÓN DE INFORMACIÓN LABORAL SECTORIAL

Plan de Contenidos: Categorías temáticas y canales

Categorías	Subcategorías (subtemas)	Relevancia de la categoría (%)
FISCALIDAD + MERCANTIL	IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES, IRPF, IVA, ISD	40%
RELACIONES LABORALES	SALARIO, COTIZACIÓN, CONTRATACIÓN,	30%
CORPORATIVO	NOTICIAS FLM	20%
NEXT GENERATION	DIGITALIZACIÓN	10%

Red social	Tono	Formatos	Hashtags
LINKEDIN	TÉCNICO + INFORMATIVO	ARTÍCULO, VIDEO, INFOGRAFÍA, NOTA	FISCALIDAD, LABORAL, CONTABILIDAD, NEXT GENERATION
LINKEDIN	INFORMAL	NOTA, VIDEO, INFOGRAFÍA FOTO	NOTICIAS CORPORATIVAS
YOUTUBE	INFORMAL	VIDEO	NOTICIAS CORPORATIVAS

Analítica Digital

Canal	Objetivo	Entorno	KPI 1	KPI 2	Mètrica 1	Mètrica 2	Cuantificación
WEB ORGÁNICA	VISITAS	WEB	LEADS	USUARIOS NUEVOS	VISITAS	NÚMERO DE PÁGINAS VISITADAS	1000 VISITAS MENSUALES
LINKEDIN	ENGAGEMENT	RRSS	LEADS	USUARIOS NUEVOS	INTERACCIÓN + LIKES + COMPARTIDOS + COMENTARIOS		100 SEGUIDORES MENSUALES NUEVOS
MAILCHIMP	VISITAS	WEB	LEADS	USUARIOS NUEVOS	VISITAS	SCHROLL DOWN	1000 VISITAS MENSUALES
SEM	ENGAGEMENT	WEB	LEADS	CPA	CLICKS VÁLIDOS	SCHROLL	5 LEADS CUALIFICADOS MENSUALES

Usuarios

6.950



Usuarios nuevos

6.971



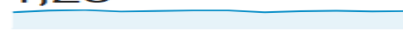
Sesiones

8.919




Número de sesiones por usuario

1,28



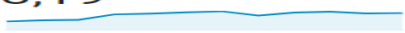
Vistas de una página

28.490



Páginas/sesión

3,19



Duración media de la sesión

00:01:10



Porcentaje de rebote

21,48 %



Canal: FB, orgànic, directe, no canal

Àmbit / Entorn: web, xarxes social (si es vol, es pot especificar), newsletter....

Plan de Acción – Iniciativas, tareas, responsables, plazos y presupuesto					
Ámbito del Lienzo de TD	Iniciativa	Tareas	Plazo	Responsable	Presupuesto
CLIENTE	OFERTAS DE SERVICIO PERSONALIZADAS	IN BOUND MARKETING	CORTO PLAZO	MARKETING	€
TECNOLOGÍAS	CRM	FUSIÓN BBDD EXISTENTES	CORTO PLAZO	T.I.	€
MKT DIGITAL	ESTRATEGIA SEM	SELECCIÓN WIN KEYWORDS	CORTO PLAZO	MARKETING	€
PROCESOS	AUTOMATIZACIÓN	IMPLEMENTACIÓN MAUTIC	CORTO PLAZO	T.I + MARKETING	€

Lienco de Transformación Digital

1 Cliente como centro

Fuerte énfasis en la orientación al cliente, en ofertas personalizadas, en la comunicación digital y en los canales de venta.

TARGETS DIR. RRHH SECTOR QUÍMICO + CFO PYME + STARTUP.

QUE NOS CONOZCAN Y QUE NOS VINCULEN COMO DESPACHO ÓPTIMO

PROPUESTAS DE VALOR PERSONALIZADAS SECTOR QUÍMICO. + PYME + STARTUP

GENERACIÓN + GESTIÓN DE LEADS

2 Tecnologías

Esto incluye plataformas y aplicaciones, así como la conexión de componentes industriales y productos de consumo (Industria 4.0 e Internet de las cosas).

APLICACIONES HOLDDED + MAUTIC

AUTOMATIZACIÓN Y CREACIÓN DASHBOARDS

3 Nube y datos

Las actividades digitales requieren modelos y sistemas basados en datos, datos inteligentes y una infraestructura informática flexible basada en la web.

TECNOLOGÍA EN LA NUBE

OPENSOURCE

CIBERSEGURIDAD

4 Negocio digital

Analizamos productos y servicios actuales con el fin de ofrecer servicios y modelos de negocio nuevos o extendidos a través de innovaciones, nuevas plataformas y cooperaciones.

PARTNERSHIP

ENFOQUE COLABORATIVO

PUSH MKT DIGITAL

5 Ingeniería de procesos

Los procesos deben estandarizarse, simplificarse, ser más rápidos y más eficientes y, cuando sea posible, digitalizarse y automatizarse.

AUTOMATIZACIÓN PROCESOS INTERNOS

IMPLANTACIÓN CRM

TRATAMIENTO DATOS

6 Cultura digital/liderazgo

La digitalización está provocando un proceso de cambio que conduce a una adaptación de los principios de gestión y a nuevas formas de organización.

CAPACITACIÓN DIGITAL

SMART WORKING

7 Marketing digital

Con el marketing digital, surgen enfoques nuevos (y en ocasiones automatizados) en ventas, comunicación, servicio al cliente y gestión de relaciones.

SEO + SEM – KEYWORDS

SOCIAL MEDIA

INBOUND + Email

ANALÍTICA DIGITAL

Equipo FLM del cambio



**Sponsor principal
del cambio**

Marketing



**Coalición de
sponsors**

FD ACRONIM.

Holded.



**Red de agentes
del cambio**

Consejo Administración



**Equipo de gestión
del cambio**

Equipo FLM



**Moltes gràcies a tot@s pel
vostre temps i atenció**

x.gutierrez@flmexperts.com
www.flmexperts.com