La primera guerra mundial del talento

diciembre 14 11:04 2018

0 Comentarios
Imprimir este artículo
Compartir con amigos

EN LOS AÑOS PREVIOS A LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL LAS PRINCIPALES POTENCIAS INDUSTRIALES DE LA ÉPOCA DESENCADENARON UNA CARRERA ARMAMENTÍSTICA MARCADA POR LA INNOVACIÓN EN LA FUERZA MILITAR. HOY, SIN ARMAS, LA GUERRA EMPRESARIAL SE LIBRA POR EL TALENTO.

Submarinos, aviones y vehículos blindados sustituían a caballos, carros y armas de corto alcance y ejercían el control de las colonias de África, Oriente Medio y Asia, las grandes fuentes de riqueza económica y comercial.

Tras el fin de la guerra, cuatro grandes imperios dejaron de existir: el alemán, el ruso, el austrohúngaro y el otomano, y el mapa de Europa y sus fronteras cambiaron completamente.

TALENTO Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En nuestros días la transformación digital y la experiencia de cliente han establecido nuevas reglas de juego en la creación y explotación de los modelos de negocio de las empresas.

Las barreras entre sectores B2C desaparecen, el cliente es infiel gracias a su mayor poder y autonomía, y el tamaño de las empresas deja de ser una fortaleza per se.

Todas las corporaciones quieren instaurar formas de trabajar más eficientes, desarrollar nuevos modelos de innovación sostenibles en el tiempo y entregar una experiencia de cliente diferencial y rentable.

Al igual que ocurrió antes de la Primera Guerra Mundial, las capacidades actuales han quedado obsoletas por la disrupción tecnológica y todos los sectores y geografías buscan el nuevo talento que les permita mantener su liderazgo.

Ahora los conocimientos más demandados son aquellos que ayudan a las organizaciones a reinventarse frente a los específicos de cada industria.

DIRECTIVOS Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Se buscan directivos capaces de explotar las nuevas tecnologías y liderar la transformación digital como palanca de creación de fuentes de riqueza. Sin embargo, contratar un grupo selecto de "mercenarios" no es suficiente, el problema es mucho más complejo.

> **Innovar por innovar no es la respuesta, hay que construir una estrategia de Experiencia de Cliente ligada a la marca que involucre a todos los empleados y les motive para seguir mejorando y creciendo profesionalmente**

En muchos casos las compañías ni siquiera seleccionan correctamente el talento externo e interno que necesitan. Los procesos y personas responsables de estas funciones aún no han sido reciclados y utilizan criterios y herramientas obsoletas que les impide seleccionar el perfil adecuado para liderar el cambio.

La incorporación de "mercenarios" puede traer un soplo de aire nuevo en las compañías y áreas deficitarias. Sin embargo, su integración en la organización también puede generar una guerra civil entre culturas con importantes daños colaterales.

EXPERIENCIA DE CLIENTE

Es aquí donde evolucionar la cultura de la organización hacia el cliente juega un papel primordial. Innovar por innovar no es la respuesta, hay que construir una estrategia de Experiencia de Cliente ligada a la marca que involucre a todos los empleados y les motive para seguir mejorando y creciendo profesionalmente.

Una cultura

integradora que se apalanque en la tecnología, no para la tecnología. Steve Jobs ya advertía "hay que partir de la experiencia de cliente y después ver qué tecnologías usar para entregar esta experiencia, y no al revés. La constatación la tengo en las cicatrices que llevo de las veces que me he equivocado por no hacerlo así".

Las nuevas formas de trabajar derivadas del mundo digital también están provocando que grandes volúmenes de empleados deban reinventarse. **Hay que formar y reciclar a una gran masa de empleados en tiempo récord** mientras se siguen generando los resultados esperados cada trimestre.

Una importante inversión y un gran reto, pero "si usted opina que la capacitación es cara, es porque no sabe lo que le cuesta la ignorancia", como decía Michael Leboeuf en su obra El gran principio del management.

Además, la formación reglada no parece ser la principal variable de la ecuación para este reciclaje. Se abren paso nuevos paradigmas como la formación permanente o long life learning, modelo de aprendizaje continuo construido de forma proactiva por el trabajador, y nuevos formatos como el intraprenuership, donde los directivos aprenden cómo actuar en el nuevo entorno trabajando conjuntamente con start-ups en el diseño y puesta en marcha de nuevos negocios y productos.

No podemos olvidar que lamentablemente también hay que gestionar muchos otros recursos que serán víctimas de este nuevo escenario. Más de la mitad de las profesiones de la próxima década a día de hoy todavía no existen y una parte importante de los empleados actuales no estarán capacitados para desempeñarlas.

En resumen, la pura supervivencia de las empresas y el hambre de conquista de nuevos territorios nos llevan irremediablemente a una guerra global por la atracción del talento escaso y la adaptación y liquidación de las capacidades actuales.

La disrupción de las nuevas tecnologías (Data Analytics, Blockchain, Cloud, IoT, Mobility, AI o Big Data) y la batalla por el cliente no han hecho más que empezar. No hay duda, esta Gran Guerra será la primera de muchas más.

Por Jorge Martínez-Arroyo – Presidente de la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente

Contenido ofrecido por: endesa
Pepe, el que se sube a un volcán

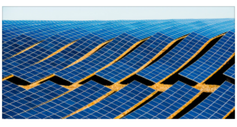
La serie de la #eVu...
00:00 04:16

BOLSA MÁS ARTÍCULOS

¿Habrá rally de bolsa en navidad 2018?
0 Comentarios Leer más

10 secretos para rentabilizar al máximo tus inversiones en Bolsa. ¡Descúbrelos!
0 Comentarios Leer más

FIRMAS MÁS ARTÍCULOS



Impulsar el autoconsumo fotovoltaico
0 Comentarios Leer más

Con actitud positiva, las barreras son franqueables
0 Comentarios Leer más

La marca personal del trabajador es el valor diferencial
0 Comentarios Leer más

TRIBUNA MÁS ARTÍCULOS

Hacia la alfabetización digital
0 Comentarios Leer más

La primera guerra mundial del talento
0 Comentarios Leer más

El navío de Brexit ya vislumbra los acantilados de Dover y aún no sabe ni cómo ni dónde atracará
0 Comentarios Leer más

BOLSA

Investing.com

Nombre	Último	Var.	% var.
S&P 500	2.599,95	-50,59	-1,91%
FTSE 100	6.829,39	-15,78	-0,23%
Euro Stoxx 50	3.086,35	-6,25	-0,20%
DAX	10.861,92	-3,85	-0,04%
SMI	8.679,50	-44,40	-0,51%

Cotizaciones del Ibex y demás índices, proporcionadas por Investing.com

TWITTER

Tweets por @DirectivosyEmpr

DirectivosyEmpresas retwitteó
Bloomberg @business
How Toyota changed the way the world makes products bloom.bg/2EnUbZV

16 dic. 2018

DirectivosyEmpresas retwitteó
Ana Botín @AnaBotin
Los jóvenes españoles fueron los más afectados por la crisis. Por eso me alegra mucho ver que,