

www.pwc.es/alumni

La Academia Alumni *La nueva era digital*

www.pwc.es/academia-alumni

Twitter
#DigitalPwC

*Envíanos tus preguntas a la siguiente
dirección:*
alumni@es.pwc.com

pwc

La Academia Alumni

La nueva era digital

¿Cómo se enfrentan las organizaciones a la transformación digital?



Top Tips

- **Internet como expresión de desarrollo económico**
- **Internet como espejo de tensiones geopolíticas**
- **Cambios en los hábitos de consumo.** Para leer la prensa digital el 74% de los usuarios utilizan el pc en el lugar de trabajo, el 53% utilizan el móvil de camino al lugar de trabajo y el 59% utilizan la Tablet después de cenar ... **que suponen la transformación de algunos modelos de negocio...**
- **Un nuevo consumidor:** En 2017 veremos un nuevo tipo de consumidor denominado "**Digital Native**"
- **La preocupación por el móvil...** El 40% del tráfico de Youtube proviene de Mobile
- **El 70% de las compras** que se hacen online, buscan antes información y opiniones
- Las empresas se tienen que **adaptar** para sobrevivir a la **nueva era digital**



La nueva era digital

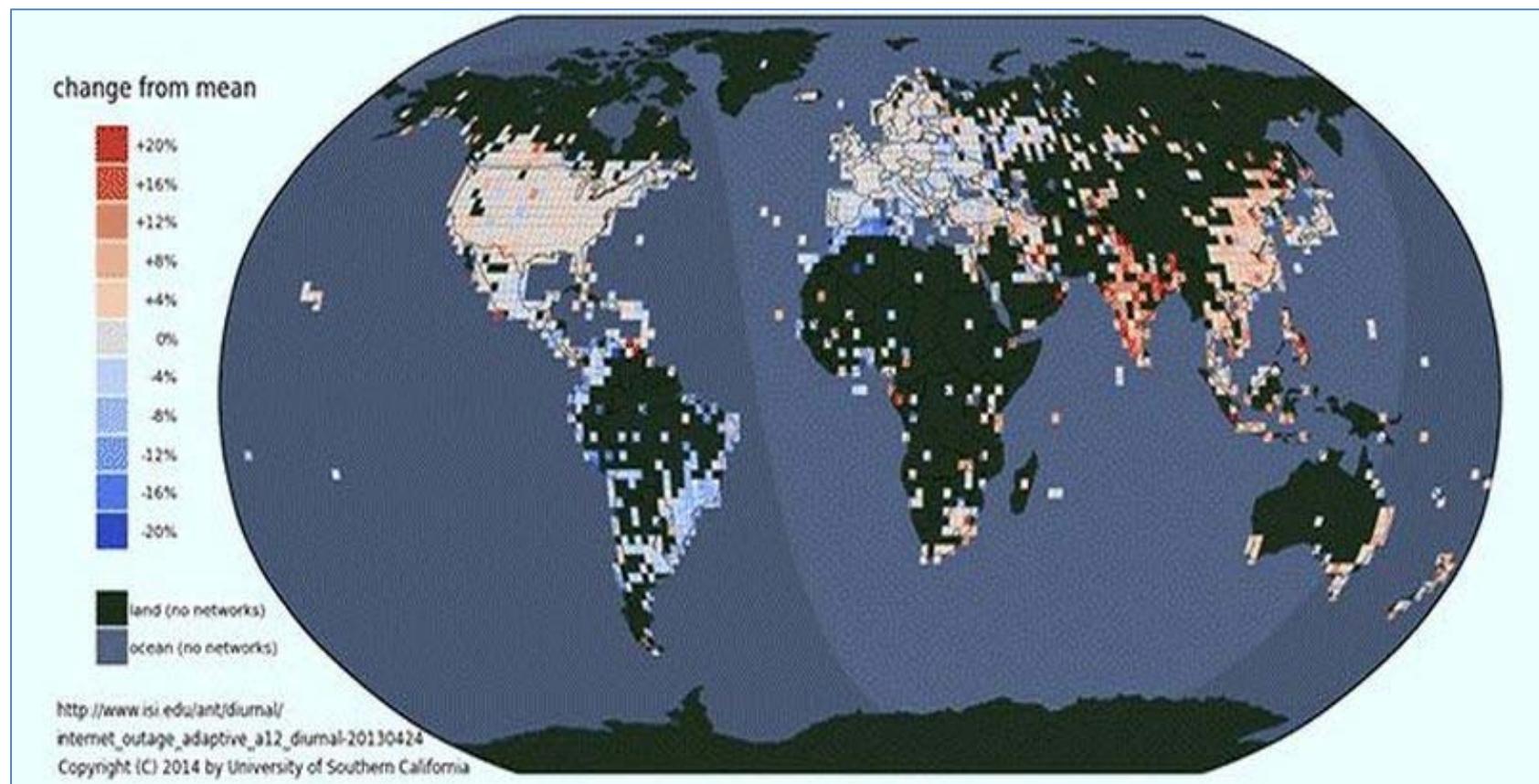
¿Cómo se enfrentan las organizaciones
a la transformación digital?

30 Octubre 2014

pwc

Internet como expresión de desarrollo económico

Un estudio con millones de direcciones IP muestra el patrón horario de las conexiones a lo largo del planeta y su correlación con el desarrollo económico



Internet como espejo de tensiones geopolíticas



Bits

[Go to Bits Home](#)

SECURITY

Cyberattacks Rise as Ukraine Crisis Spills to Internet

By NICOLE PERLROTH MARCH 4, 2014 6:47 PM  4 Comments

 Email

The crisis in Ukraine has spread to the Internet, where hackers from both sides are launching large cyberattacks against opposing news organizations.

 Share

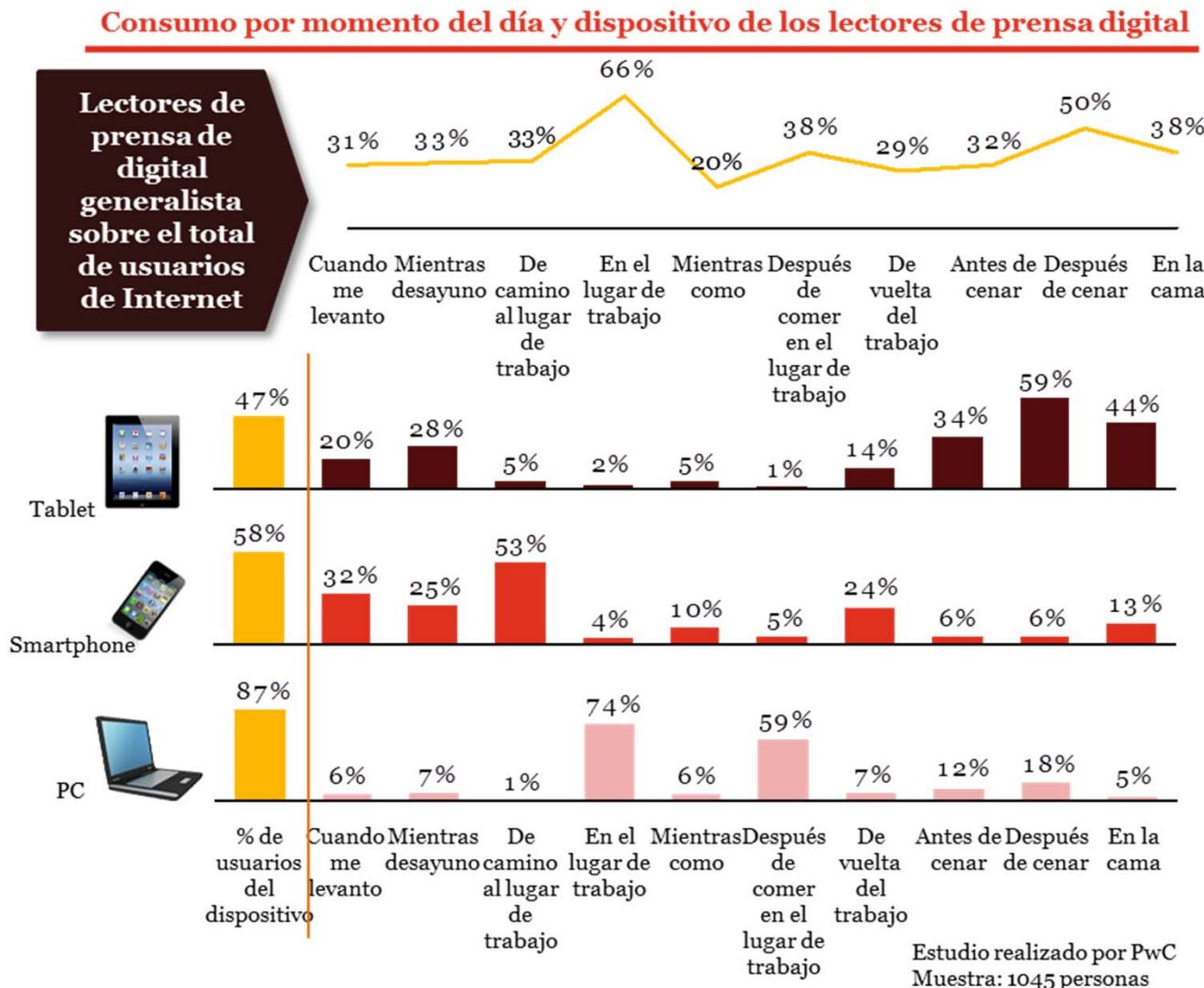
Security experts say that they are currently witnessing unusually large denial-of-service attacks, also called DDoS attacks, in which hackers flood a website with traffic to knock it offline. The attacks

[Tweet](#)

Pero vayamos a algo más próximo...

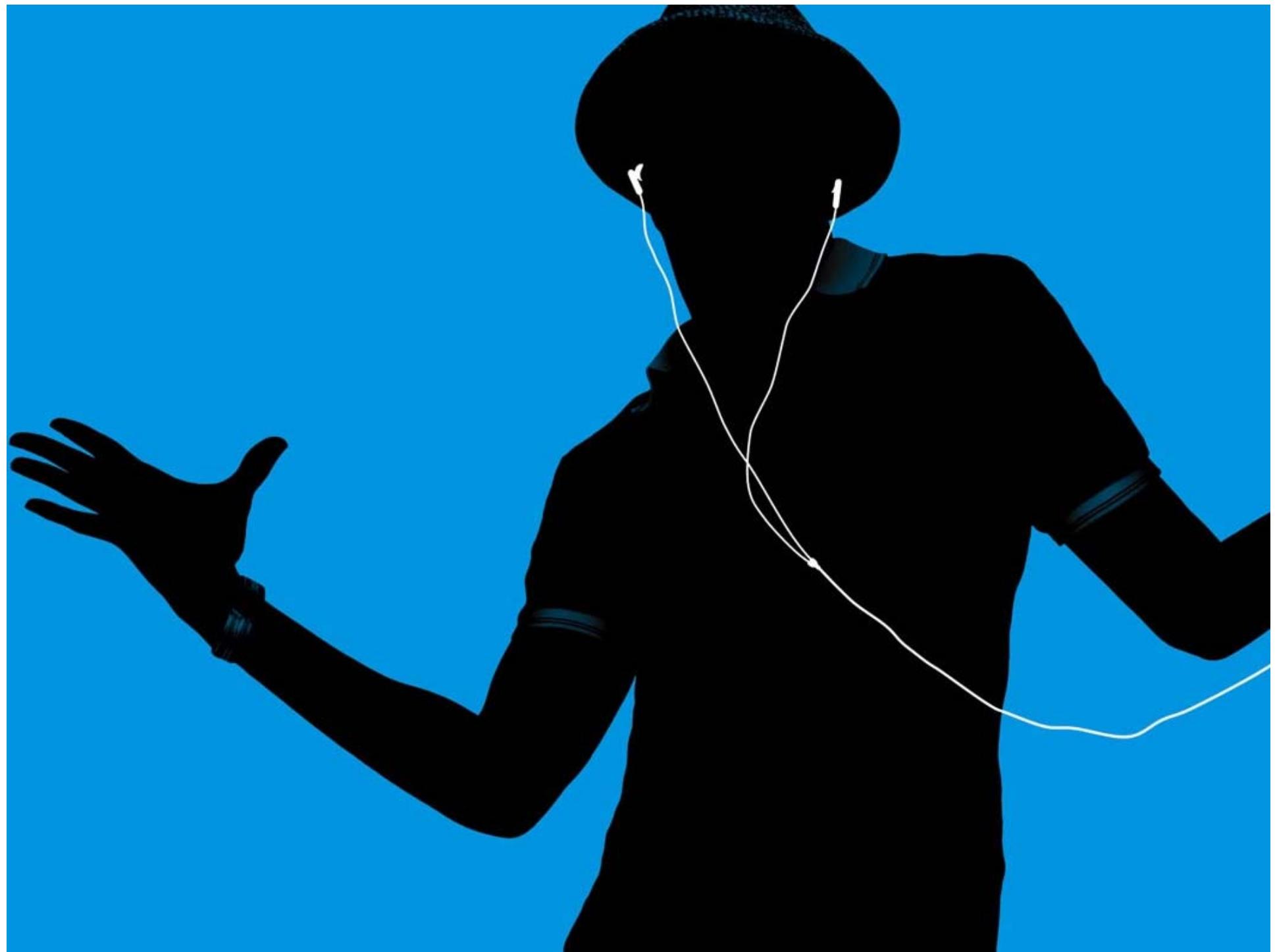


Cambios en los hábitos de consumo...

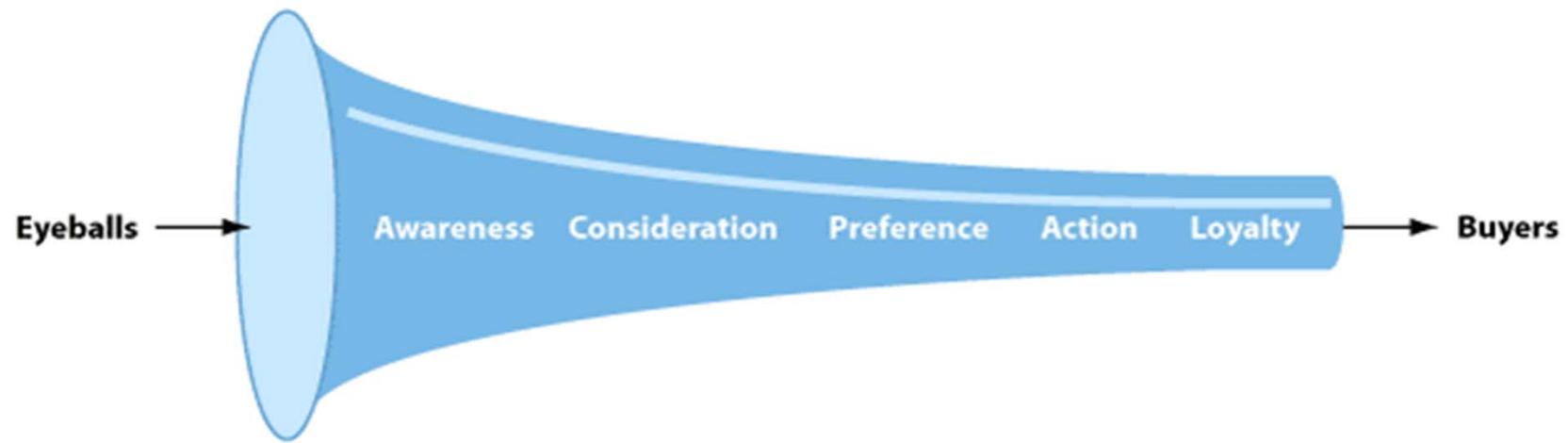


... que suponen la transformación de algunos modelos de negocio...

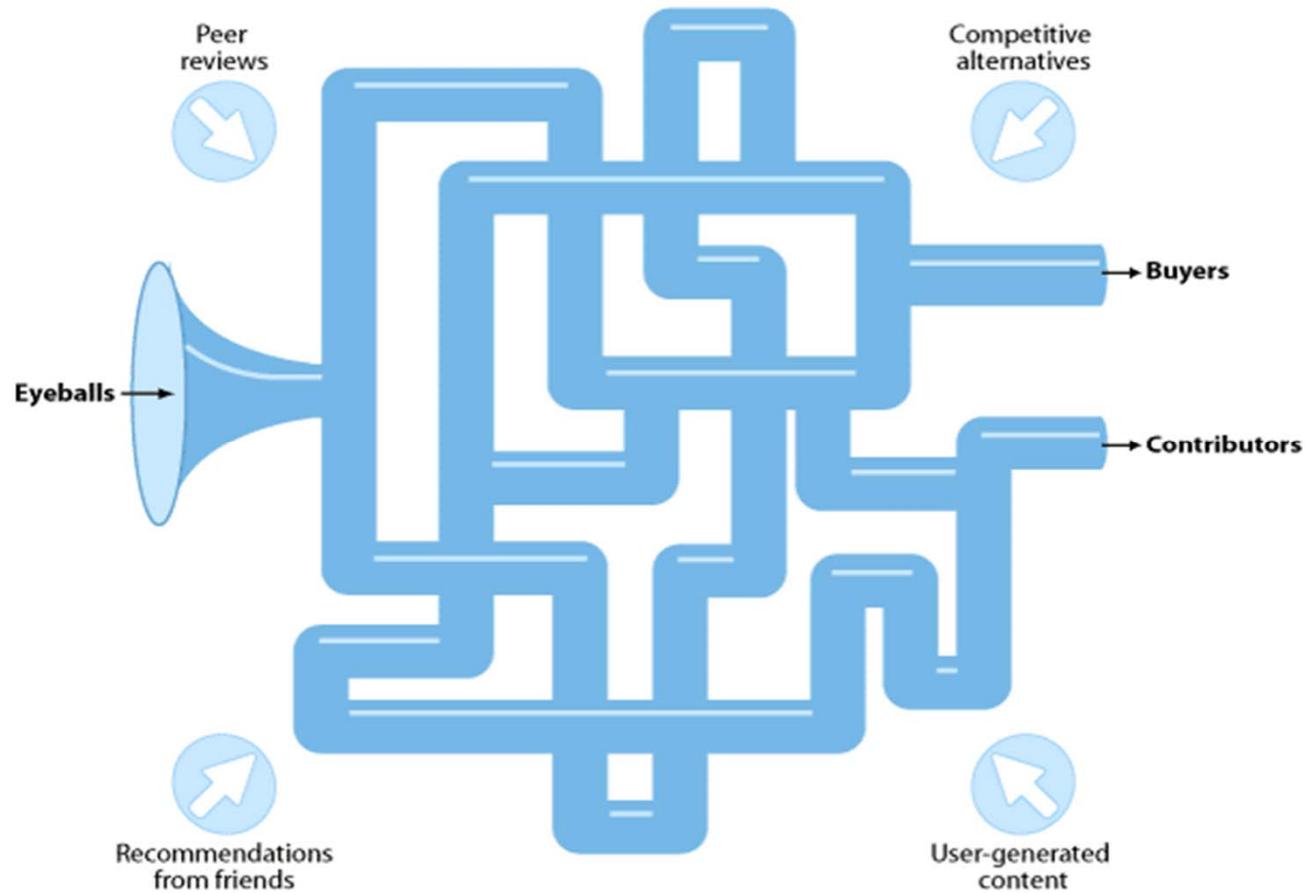




Ya a mi esto, ¿qué?



Digital customer journey



Digital customer journey: un estudio de Google

**Beyond last click:
Understanding your consumers'
online path to purchase**

Insights and learnings from Google's
clickstream research

Google™

UK Study	Sample size*	Definition of purchase
Travel	15,453	Online travel purchase
Apparel	12,831	Online apparel purchase
Mobile Phones	6,713	Online mobile phone purchase
Energy	4,729	Online utilities purchase
Car Insurance	3,796	Online insurance purchase
Loans	1,700	Online loan purchase
Property	3,722	Download (PDF, schedule etc), Action (email friend etc) or contact pages

Digital customer journey: un estudio de Google

Beyond last click:
Understanding your consumers' online path to purchase

Insights and learnings from Google's clickstream research

Google

El tiempo de análisis se prolonga y en algunas categorías puede llegar hasta un mes o más

Una de cada tres conversiones se producen un mes después de que empezara el research

El 70% de las compras usan búsquedas en su proceso de research

El 48% de las compras alternan entre términos de marca y genéricos

*La cantidad de research que se lleva a cabo online **no** está relacionado con el **tamaño** del ticket de compra*

*La forma en la que se busca y compra no sigue los patrones tradicionales de **marketing funnel***

Y para continuar con la complejidad
del entorno... la “economía
colaborativa”...



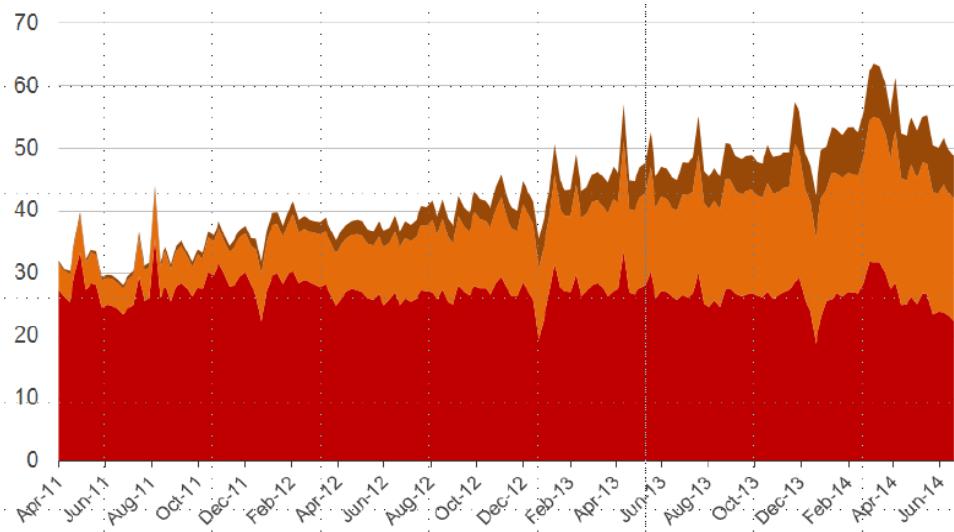
U B E R



Apple Pay



La preocupación por el móvil

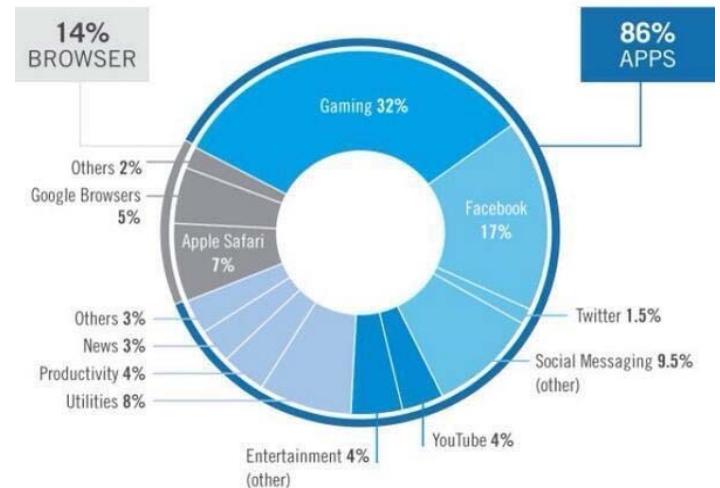


Computer
Mobile
Tablet



El 40% del tráfico de Youtube proviene de Mobile

Time Spent on iOS and Android Connected Devices



La preocupación por el móvil....



Un nuevo tipo de consumidor aparece...

Illustrative representation



... y las organizaciones se adaptan...

What does this mean for business?

The diagram illustrates the relationship between the digital customer and the digital organization. It features two smartphone-like devices side-by-side. The left device, representing the digital customer, has a white screen with an orange title 'The digital customer' and an orange silhouette of a person. Below the title is a list of characteristics: 'Has increasingly high expectations set by market-leading brands', 'Is better informed than ever', 'Trusts his/her peers more than advertising', 'Has a myriad of choices', and 'Has a voice via social media'. The right device, representing the digital organization, has a white screen with an orange title 'The digital organisation' and an orange silhouette of a building. Below the title is a list of characteristics: 'Uses insight to understand customer needs and deliver better customer outcomes', 'Has detailed insight into how its products and services are consumed', 'Is confident with disruptive digital technologies', 'Continuously innovates, understands and exploits the potential of new business models', and 'Understands the broader ecosystem and builds a network of partnerships'. The background of the diagram is a light beige color.

The digital customer

- Has increasingly high expectations set by market-leading brands
- Is better informed than ever
- Trusts his/her peers more than advertising
- Has a myriad of choices
- Has a voice via social media

The digital organisation

- Uses insight to understand customer needs and deliver better customer outcomes
- Has detailed insight into how its products and services are consumed
- Is confident with disruptive digital technologies
- Continuously innovates, understands and exploits the potential of new business models
- Understands the broader ecosystem and builds a network of partnerships

... bajo el catalizador digital como
acelerador del “total customer
centricity”



+ Factor?

¿Y organizativamente?



Algunos casos reales



Algunos casos reales



Muchas gracias

PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, S.L. (en adelante, PwC) no acepta ninguna responsabilidad ante terceros que pudieran hacer uso del contenido de este informe, sin la aceptación previa de PwC.

© 2014 PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, S.L. Todos los derechos reservados. "PwC" se refiere a PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, S.L., firma miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.

www.pwc.es/alumni

La Academia Alumni *La nueva era digital*

www.pwc.es/academia-alumni

Twitter
#DigitalPwC

*Envíanos tus preguntas a la siguiente
dirección:*
alumni@es.pwc.com

pwc