



MASTERCLASS

**CÓMO IDENTIFICAR LAS
OPORTUNIDADES EN EL NUEVO
ENTORNO DIGITAL**

Por Juan Campins



JUAN CAMPINS CRESPI

Nacido en Palma de Mallorca, España, es Licenciado en Economía, MBA por el Instituto de Empresa y Digital Tourism Executive program también en el Instituto de Empresa.

Sus inicios profesionales fueron en banca y en empresas consultoras internacionales como Ernst & Young y Deloitte para terminar recalando hace quince años en Grupo Piñero, empresa líder del sector turístico español, donde del 2010 al 2019 ocupó el puesto de Ecommerce & Direct Sales Director de la cadena hotelera Bahía Principe Hotels & Resorts, liderando la transformación digital de la comercialización de la misma. Desde el 2019 hasta 2021 está lideró el área de servicios y cliente digital del Grupo Piñero

Apasionado por su trabajo, familia, el golf y los retos constantes a los que se enfrentan las compañías en este entorno digital tan dinámico, que aportan valor y negocio presente y futuro a la empresa.



Juan Campins

Modelo Comercial Tradicional



Juan Campins

Modelo Ecommerce



Juan Campins

- Internet of Things
- Big Data
- Customer Experience
- Omnicanalidad
- Blockchain → Criptomonedas
- Nuevos modelos de negocio → Economía colaborativa
- Pandemia del Coronavirus



¿Qué hacemos?

Canal → En estos momentos los canales de venta directo se van a convertir en imprescindibles.

Pricing → Redefinir nuestra estructura de precios, haciéndola más flexible que nunca, adaptándola casi a tiempo real a las fluctuaciones de demanda y oferta.

Experiencia Cliente → El cliente quiere experiencias mas adaptadas a sus necesidades, mas personalizadas, con visión 360 e uniforme a nivel multicanal en todo el customer journey (Omnicanalidad).

Fidelización → Tenemos que conocer bien a nuestro cliente, para intentar adaptarnos lo antes posibles a sus necesidades, o cambio de hábitos. Los programas de Fidelización ayudarán a conocer, retener e incrementar a nuestros clientes

Digital → El cliente requerirá a las empresas mas transacciones y servicios digitales.

Distribución → Habrá que revisar las relaciones comerciales con nuestros partners, buscar nuevos aliados digitales, replantearnos en mix de canales.

Trust → El cliente buscará relaciones de confianza con las organizaciones, por lo que las empresas deberán ser mas transparentes con la relación con el cliente.

Metodologías Agile → Los modelos de negocio tradicionales, para adaptarse mejor a la nuevas realidad digital, tendrán que abrazar metodologías de trabajo agile, como el Lean, Design thinking o Scrum.

Data → Define y construye tu estrategia de Big Data, que te va a permitir a eficienciar procesos, conocer mejor a tus clientes, adaptando y personalizando servicios.



Juan Campins



Gracias por asistir