

El 92% de las empresas del sector industrial no están preparadas para la transformación digital

Connex y Valmetal presentan el primer estudio sobre marketing industrial de la Comunitat Valenciana. Con las herramientas adecuadas, en menos de dos años las empresas pueden sumarse a la revolución digital, aumentar sus ventas y reducir costes.

Por
Economía
COMARCAL CV

-
13 marzo, 2018

El 92% de las empresas industriales valencianas no sabe hacer negocio en Internet. Un dato que evidencia que el **sector industrial de la Comunitat todavía no está preparado para la transformación digital, y al que se suma un 65% de compañías con estrategias de captación y fidelización de clientes “obsoletas”.**

Asimismo, y aunque las empresas intuyen que en Internet hay una oportunidad para hacer negocio, -un 78% ha invertido en una nueva web en los últimos 3 años-, no les está reportando resultados comerciales.

A pesar de que el 78% ha invertido en una nueva web, esta no les está sirviendo para vender más

Estas son las conclusiones del encuentro 'El estado del marketing en la Industria 4.0', organizado por la agencia valenciana de Inbound Marketing [Connex](#) y la agrupación innovadora [Valmetal](#). El evento, respaldado por **FEMEVAL**, ha contado con la presencia de Marcel Cerveró, responsable de dirección y calidad de Valmetal, y Marcos García, co-fundador y director de estrategia de Connex.

García ha dado a conocer los resultados del estudio '[Estado de Marketing Industrial 2017-2018](#)' elaborado por su equipo de expertos en marketing industrial y con una muestra cualitativa de empresas industriales valencianas.

Del informe se desprende que los principales objetivos del marketing industrial son apoyar e impulsar las ventas y mejorar su presencia en su mercado. *"Sin embargo, resulta contradictorio que para ello no se considere primordial ni fidelizar a los clientes actuales ni captar nuevos"*, apunta García.

De hecho, el 65% del origen de los contactos comerciales se obtiene mediante prospección comercial, una técnica tradicional que desaprovecha los recursos de Internet. Lo mismo ocurre con las acciones de fidelización, que todavía **el 92% de organizaciones de la industria realiza mediante contacto comercial, ignorando a los nuevos consumidores digitalizados y las nuevas tendencias del mercado online.**

Además, los equipos de marketing del sector técnico están preocupados por la efectividad, puesto que no pueden invertir en más recursos o equipo. No obstante, desconocen cómo ser más efectivos, ya que no disponen de un sistema CRM que les ayude a "ahorrar esfuerzos en su gestión de clientes" y establecer sinergias con ventas, que sí tiene "un peso importante dentro de la empresa".

El 65% de las firmas del sector industrial desaprovechan los recursos de Internet para captar clientes, y solo el 8% están adaptadas a los nuevos mercados y consumidores digitales

Oportunidades de la transformación digital

Desde Connexit recalcan que "*las oportunidades de la transformación digital del marketing y ventas son inmensas*". Para impulsar esta revolución digital, García y Cerveró han mostrado las soluciones disponibles en el panorama valenciano.

Entre ellas, la creación de un '[Roadmap](#)' en el que se establece el plan de trabajo inicial para la transformación digital del marketing y ventas; la 'Máquina de Generar Clientes' – para optimizar la presencia digital – y el diseño de un '[Modelo de Captación](#)'. Con estas herramientas, en aproximadamente 6 meses las empresas pueden comenzar su digitalización, y **en 18-24 meses pueden completar este cambio 4.0**, reduciendo su coste por contacto comercial hasta un 62%, logrando un 54% más de contactos y siendo capaces de aumentar sus ventas hasta en un 47%.

En 6 meses las empresas industriales pueden comenzar su digitalización con éxito

Desde Valmetal explican que, para ayudar a impulsar la adaptación digital de las firmas valencianas, el IVACE ha desplegado diferentes programas de ayudas, de los cuales las empresas pueden asesorarse a través de esta asociación.