



El correo electrónico y la agilidad en la estrategia de negocios



¿El correo electrónico impulsa o frena los procesos de negocio?

¿Qué podemos identificar detrás de su uso en la actualidad y cómo podemos tenerlo como nuestro mejor aliado para salir adelante con nuestras estrategias de negocio?

Hoy por hoy poco nos hacemos estas preguntas y en su lugar se ha convertido el correo electrónico en una herramienta más, que no va más allá de comunicar, solicitar, reclamar, exigir y todos los demás verbos infinitivos posibles, ¿pero en cuáles de ellos pudiéramos detenernos para asegurar un mejor manejo?

Como consultores en diferentes industrias y clientes, en esta ocasión nos lleva a detenernos para hacer una reflexión acerca de un comportamiento que se ha vuelto tendencia, si no es que ya se le puede reconocer como un hábito. Muy posible en la dinámica de los negocios en la actualidad, sin saberlo, en algún momento se puede no estar contribuyendo totalmente a la consecución de los objetivos propuestos y al cierre de los esfuerzos involucrados desde la misma directiva de la entidad, cuando el *Staff* puede no ir en línea a marcar esa diferencia en lo que reclaman más hoy en día los clientes, tenerle como su aliado cercano a su operación o negocio.

Comunicación asertiva en el manejo responsable de los medios digitales, es la habilidad de saber identificar qué medio y en qué momento, es el más efectivo para acertar en la consecución del objetivo propuesto

Desde sus inicios el correo electrónico ha sido una herramienta facilitadora, más sin embargo, en el tiempo actual ha incidido en gran medida a la pérdida de agilidad y al distanciamiento social, incluso mucho antes de la misma pandemia, obstaculizando algunas veces el buen curso de los procedimientos y procesos desde los cuales seguramente pueden haber nobles intenciones de querer de alguna manera contribuir a que se gane esa oportunidad de tomar ventaja diferencial con la competencia y que se sabe esta consignada en su estrategia misional.

Es increíble reconocer hoy, que cuando más demandan las entidades contar con procesos ágiles para sus propósitos de negocio y estrategias corporativas, en su enrolamiento con los clientes e incluso al interior de la misma entidad, para el lanzamiento quizás de nuevos productos o servicios, sea el correo electrónico considerado por muchos el primer y único medio para establecer contacto o pensar que se pueda hacer un acercamiento.

Para nadie es un secreto las bondades y beneficios en el cómo facilitó el surgimiento del correo electrónico nuestra calidad de vida y

el de las empresas, consiguiendo a través de los años una tendencia positiva en uso y aceptación, que acortó no solo las distancias (para quienes tuvieron la oportunidad de enviar físicamente éstos), sino además y más importante el factor tiempo. Es algo que hoy reconocemos cuando miramos atrás a mediados de los 90's, cuando se hizo masivo su uso y se convirtió en el primer medio digital al alcance nuestro para romper fronteras, lo cual, sin embargo, no viene al tema ahora.

En la era de lo digital, así también de una nueva normalidad, es preciso revisar en el cómo podemos contribuir a mejorar esa normalidad generando acercamientos a nuestros intereses particulares y/o corporativos, y no precisamente la inclusión de nuevas herramientas o soluciones digitales, más sí a la adopción de un comportamiento humano diferente que converja con los intereses de otros o nuestros pares. Es así una razón, para que uno de los principios detrás del manifiesto ágil de Scrum®; este último como uno de los marcos de trabajo que ha cobrado gran aceptabilidad por estos tiempos, dicte qué: “la conversación directa es el método más eficiente y efectivo de transmitir información, tanto al equipo como dentro de éste”.

Dentro de las organizaciones hoy en día han hecho del correo electrónico una herramienta que antes de asegurar una comunicación efectiva entre las partes involucradas, algunas veces interesadas, está la de dejar evidencia ante todo que usted sí comunicó oportunamente o hizo su tarea, solo a modo de dejar rastro o librar responsabilidad ante el evento probable que lo requiera para rendir cuentas; sin embargo, lastimosamente para entonces quizás se habrá perdido la oportunidad para haber conseguido su propósito.

Tomar ventaja en los propósitos de negocio, considerando los factores de tiempo, acción y efecto en la consecución de nuestros intereses

Ahora aduciendo nada es absoluto, no debe entenderse que el correo electrónico reste importancia para comunicar solo verbalmente. Se trata de clasificar aquello que por su grado de interés individual o colectivo quiera

asegurarse usted el tomar ventaja, hacerse a lo que persigue sea en el debido tiempo, tomando las acciones que estén a su alcance y que puedan contribuirle a conseguir el efecto esperado.

Retirar de nuestro hábito lo que quizás se ha vuelto un cliché, “ahí te mandé un correíto”, pretendiendo comunicar de manera escrita algo de pronto supremamente importante (High Importance), algo para ya, cuando siendo medio día, de pronto se percate que hace poco le enviaron un correo informándole lo que no puede faltar para el Comité de las 2:00 p.m.; es algo que debe invitar a reflexionar, si el interés primario está bien dejarlo en un correo electrónico o por el contrario sea también una opción, el tomar el teléfono o físicamente tratar de una vez con quien corresponda.

No olvide que, ante lo urgente o prioritario, el correo electrónico solo debe ser un complemento para formalizar o perfeccionar los términos del compromiso, de lo acordado, del detalle en consecuencia

Este año atípico donde el confinamiento y aislamiento forzoso lleva a la virtualidad en gran medida, se hace necesario no olvidar nuestro principio como principales actores y moderadores de lo digital, que somos humanos y en esencia está demostrado que es más ágil y certero, si se acerca más a sus pares o al mismo cliente (si se le permite), para tratar verbalmente, aquello de lo cual está muy seguro será de gran valor y vital importancia para usted poder mostrar u ofrecer, antes de que piense entregar éste como única opción, en su próximo correo ¡Hablemos!



© 2020 KPMG S.A.S., sociedad colombiana por acciones simplificada y firma KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Derechos reservados.

La información aquí contenida es de naturaleza general y no tiene el propósito de abordar las circunstancias de ningún individuo o compañía en particular. Aunque procuramos proveer información correcta y oportuna, no puede haber garantía de que dicha información sea correcta en la fecha que se reciba o que continuará siendo correcta en el futuro. Nadie debe tomar medidas con base en dicha información sin el debido asesoramiento profesional después de un estudio detallado de la situación en particular.

Contáctenos:



Álvaro Enrique Chacón

CISA, CSXF, CFC, Gerente
Information Risk
Management - IRMeA
Auditoría
achacon@kpmg.com

colombia@kpmg.com.co

home.kpmg.com



KPMG en Colombia

KPMG_CO