

# La estrategia digital en distribución

Aunque algunos distribuidores aún no han subido al tren de las inversiones tecnológicas, muchos de ellos reconocen la necesidad de actualizar sus plataformas tecnológicas, **como apuntan los resultados de la encuesta de MDM-Infor® sobre estrategia digital en la distribución**. La mayoría planifica invertir, pero todavía existe una clara desconexión entre las expectativas y el enfoque.



## Enfoque general de la estrategia digital



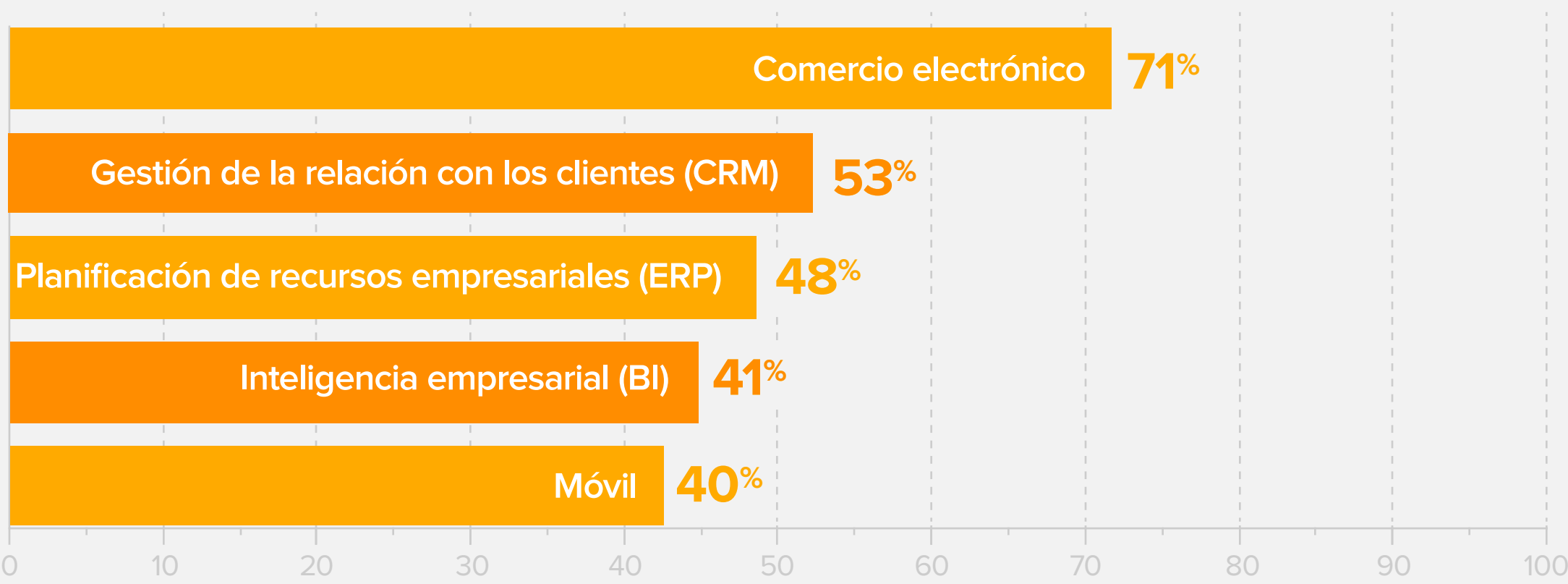
El **31%** tiene una **estrategia digital completa** que incluye todo tipo de software y soluciones

El **54%** de los encuestados **contempla un enfoque general** hacia sus estrategias digitales

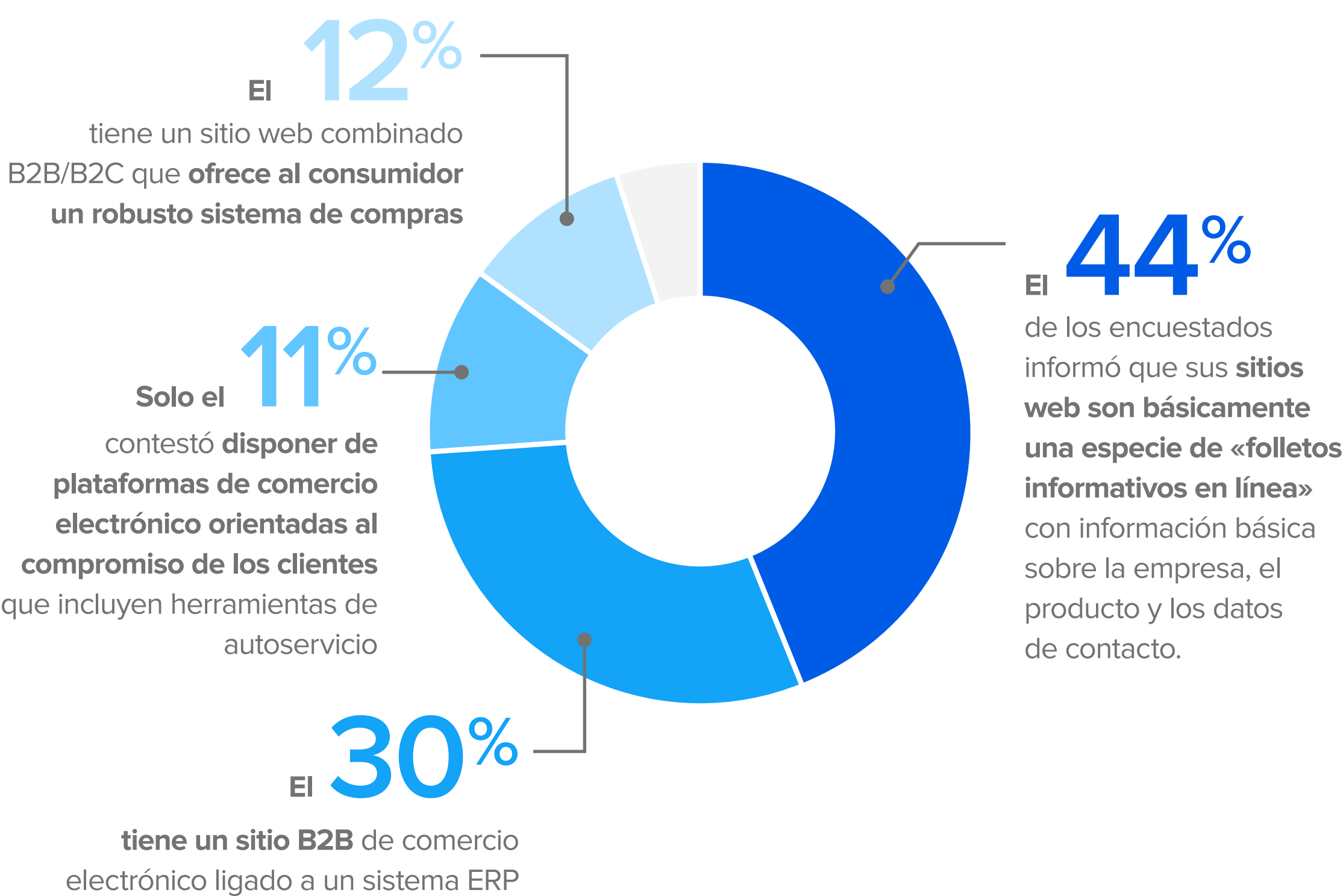
El **15%** tiene en cuenta **las actualizaciones digitales sólo cuando son necesarias**

## 5 plataformas en las que invertir

¿En qué plataformas tecnológicas está considerando invertir?

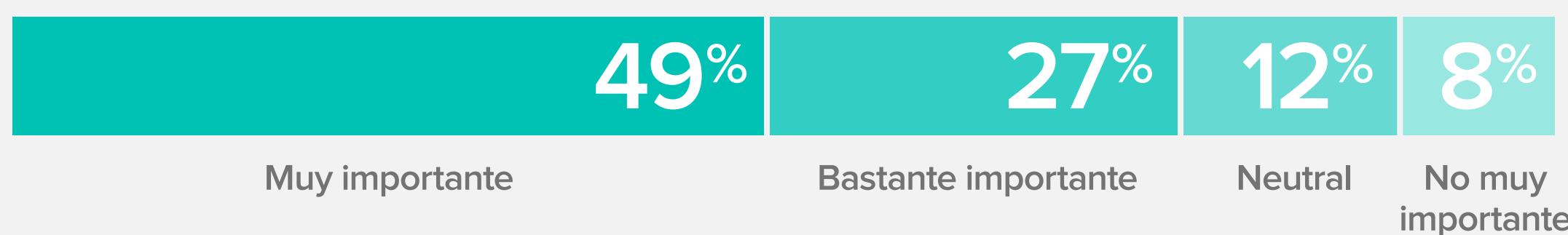


## Presencia actual en la web



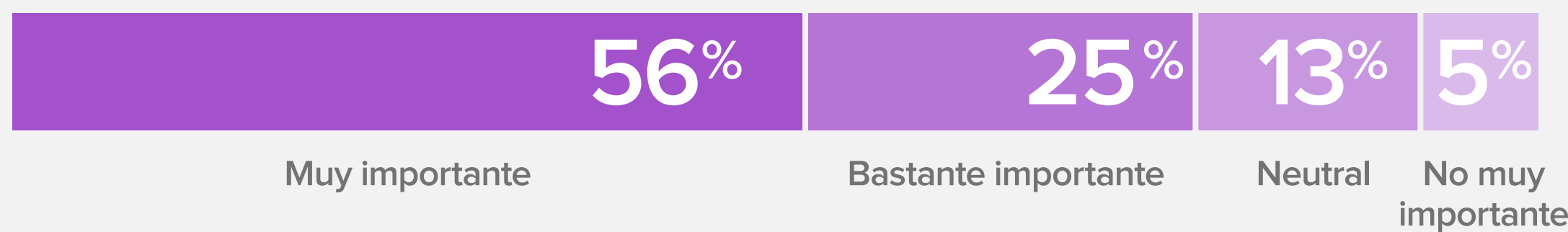
## Importancia de una experiencia de compras online sólida

Los distribuidores están empezando a reconocer que ofrecer al consumidor una buena y sólida experiencia de compra online, es:



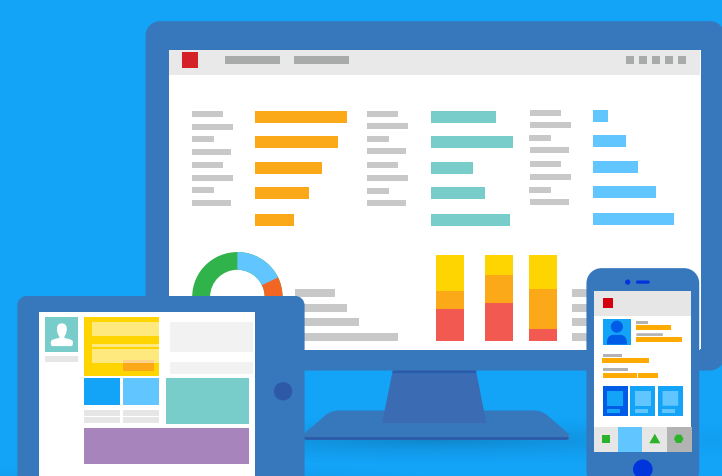
## Importancia del compromiso online del cliente

El compromiso online del cliente significa mucho más que únicamente experiencias de compra. Por esto los distribuidores reconocen que la necesidad de proporcionar diversas opciones de autoservicio es:



## La reflexión sobre su tecnología, no puede dejarse para más tarde

La tecnología debe formar parte de la estrategia general de la empresa porque juega un papel en casi todos los aspectos del negocio. Descargue el informe para saber más sobre los resultados de la encuesta de Infor MDM sobre estrategia digital en la distribución.



[Más información >](#)