

### **Cultura de Transformación Digital**

1. ¿Está alineada mi organización con valores como la Apertura y Transparencia, Colaboración, Comunidad, Reciprocidad, Buen Humor, Diversidad, Pasión, Diversión, Flexibilidad, Innovación, Diálogo?

Stradivarius, como parte de Inditex, fomenta valores de innovación y diversidad a nivel global. Su integración de equipos creativos y tecnológicos refleja colaboración y flexibilidad. Sin embargo, podría reforzarse la promoción de valores sociales como la reciprocidad y la diversión.

2. ¿Tenemos una red social corporativa que es usada dinámicamente por empleados y directivos para dialogar y comunicarse de una forma más social, para colaborar y debatir sobre ideas y para compartir conocimiento?

Aunque es probable que utilicen herramientas corporativas, el uso dinámico para fines colaborativos y sociales dependerá de las políticas internas.

3. ¿Los empleados disfrutamos de flexibilidad horaria, teletrabajo, entornos colaborativos, empoderamiento y estamos motivados por objetivos intrínsecos y misiones trascendentes de nuestra organización?

Stradivarius está adoptando modelos híbridos de trabajo. Sin embargo, la flexibilidad horaria podría ser desigual, especialmente en logística y diseño.

4. Preferimos en mi empresa ¿la adaptabilidad por encima de la eficiencia? ¿Las redes a la jerarquía? ¿El empowerment al control del empleado? ¿La comunidad a la gestión de proveedores? ¿La motivación intrínseca a las recompensas extrínsecas?

La adaptabilidad por encima de la eficiencia, las redes a la jerarquía, el empowerment al control del empleado, la comunidad a la gestión de proveedores y la motivación intrínseca a las recompensas extrínsecas. Estas preferencias están alineadas con la empresa para mantenerse competitiva y adaptarse a las tendencias cambiantes.

5. Nuestra organización ¿demuestra velocidad y agilidad con el lanzamiento ágil de nuevos servicios o productos, innovando y adecuando procesos?

Es fundamental demostrar estas características. La capacidad de lanzar colecciones nuevas rápidamente y de ajustar los procesos internos para satisfacer la demanda son aspectos cruciales.

### **Liderazgo y Personas en Transformación Digital**

6. ¿Puedo leer al CEO de mi organización blogueando sobre nuestra estrategia o dialogando con las personas en las redes sociales públicas o corporativa?

Los líderes de Inditex no tienen una presencia destacada en redes sociales públicas, lo que supondría un área de mejora.

7. ¿Existe un CDO (o un role de responsable de Transformación Digital) y/o un equipo impulsor explícito?

Inditex cuenta con equipos dedicados a la transformación digital, respaldando iniciativas tecnológicas y de sostenibilidad.

8. ¿Disponen los empleados de información inteligente sobre nuestra organización y ámbito operativo, así como la autonomía suficiente como para tomar decisiones ágiles y oportunas?

Herramientas como CRM y plataformas de análisis de datos facilitan la toma de decisiones informadas.

9. ¿Son nuestros empleados miembros activos en redes sociales profesionales, siendo excelentes embajadores de nuestra marca? ¿Tienen perfiles digitales ricos en redes sociales?

No, Stradivarius podría fortalecer la capacitación de sus empleados para que se conviertan en embajadores digitales de la marca.

10. ¿Es nuestro equipo competente en operativa y comunicación digital? ¿Se adapta ágilmente a nuevas herramientas? ¿Pueden llegar a ser usuarios avanzados? ¿Saben buscar, encontrar y contrastar información? ¿La comparten y enriquecen?

Las competencias digitales son esenciales para cualquier equipo en una organización global como Stradivarius. Desde la gestión de tiendas online hasta las estrategias de

redes sociales, estas habilidades son fundamentales para mantenerse relevante en el mercado actual.

### **Organización y Procesos en Transformación Digital**

11. ¿Nuestros empleados llevan en su móvil todas nuestras aplicaciones corporativas y colaborativas con las que pueden trabajar de forma ubicua?

Inditex ha implementado herramientas móviles para áreas logísticas y administrativas.

12. En nuestra operativa diaria ¿cada vez hay menos correos, menos listas de distribución, menos destinatarios en el CC y menos adjuntos? ¿Más reuniones virtuales, más trabajo colaborativo y concurrente sobre documentos compartidos? ¿Más nube?

Microsoft Teams y Google Workspace han mejorado la colaboración interna.

13. ¿Hacemos uso de herramientas de RRHH 2.0? ¿Para recruiting on-line? ¿Para encuestas de clima laboral y de fidelización del empleado? ¿Para e-learning? ¿como portal y autoservicio del empleado? ¿como buzón de sugerencias e ideas de tipo social?

La empresa emplea plataformas digitales para reclutamiento, pero debería potenciar herramientas de autoservicio del empleado y e-learning.

14. ¿Hace nuestra organización uso intensivo del marketing digital integrado? ¿Del marketing automation? ¿Hacemos buen uso del CRM?

Stradivarius tiene un enfoque multicanal consolidado y utiliza CRM y marketing automation para personalizar la experiencia del cliente.

15. ¿Disponemos de soluciones tecnológicas para gestionar la innovación, el lanzamiento de productos, la inteligencia competitiva, la logística, etc?

Sí.

### **Negocio Digital**

16. ¿Hemos diseñado y puesto en el mercado nuevos servicios o productos con un componente digital mayoritario?

La empresa ha innovado a través del comercio electrónico y herramientas digitales como la realidad aumentada.

17. ¿Trabajamos de forma multicanal con el cliente, asegurando la consistencia e integración de todos los mensajes y garantizando una experiencia única y personalizada?

Stradivarius ha logrado consistencia entre canales físicos y digitales, mejorando la experiencia del cliente.

18. ¿Disponemos de una unidad de negocio digital en pleno funcionamiento, con recursos dedicados y objetivos de contribución definidos?

La existencia de una unidad de negocio digital es imprescindible en el sector retail. Stradivarius cuenta con equipos digitales dedicados que gestionan desde el e-commerce hasta la presencia en redes sociales.

19. ¿Somos capaces de personalizar la relación con el cliente en cuanto a canales, oferta, comunicación y gestión?

La personalización es clave en la moda. Stradivarius utiliza datos del cliente para adaptar sus ofertas y comunicaciones, y ofrece experiencias únicas en los diferentes canales.

20. ¿Aprovechamos alguna de las tecnologías emergentes para acelerar o innovar en nuestros servicios y/o productos?

La integración de inteligencia artificial para gestionar inventarios y optimizar procesos es una iniciativa clave.