VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

EL IMPACTO DEL **BIG DATA** EN LA **RELACIÓN CON LOS CLIENTES**

Luis Ortiz Marcos

Barcelona, 6 de octubre de 2016

CLUB EXCELENCIA EN GESTIÓN

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

Índice

- El entorno actual
- Qué es Big Data?
- En qué nos podemos beneficiar con Big Data?
- La gestión de la relación con los clientes
- El reto de las empresas
- Predicciones Big Data 2016

© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

En el pasado…

……. vivíamos en un mundo en el que los datos eran escasos……

La mayoría de las compañías se establecieron asumiendo que las decisiones humanas se basan en información que es en su naturaleza pequeña, exacta y causal.

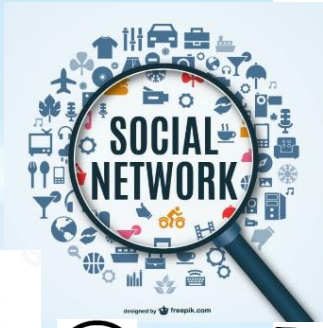
Obtener datos era costoso, tratarlos, recogerlos, guardarlos y explotarlos desde un formato adecuado ha sido el gran objetivo del BI en los últimos años.

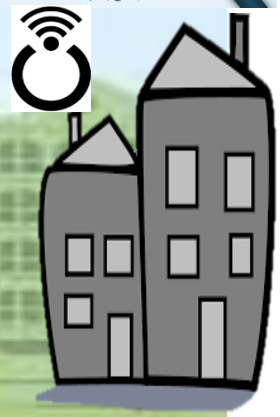
© Copyright VIEWNEXT 2016

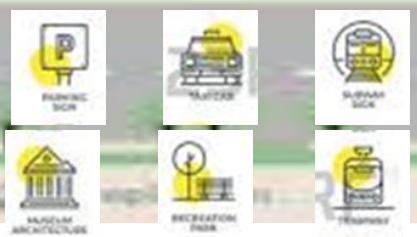
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

… pero hoy la realidad es otra muy diferente…







© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

El entorno actual

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

El mercado está configurando una nueva agenda en los negocios, que está impactando a personas, instituciones e industrias y ofrece nuevas oportunidades

Una nueva agenda

Explosión Social

Los clientes están cambiando sus comportamientos y la forma en que interactúan, colaboran y contratan con las entidades

Revolución móvil

La conectividad, acceso y participación de las personas y las cosas explotando con la proliferación de dispositivos móviles e inteligentes

Hiper-Digitalización

El radical incremento de los contenidos digitales acelera el crecimiento de industrias, mercados y segmentos digitalizados

El poder de la analítica

Los análisis en real-time y predictivos crean valor de negocio a partir de los datos masivos disponibles en la actualidad

© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

El entorno actual

……. ¿Qué ocurre en 1 minuto en Internet? …….

© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

El entorno actual

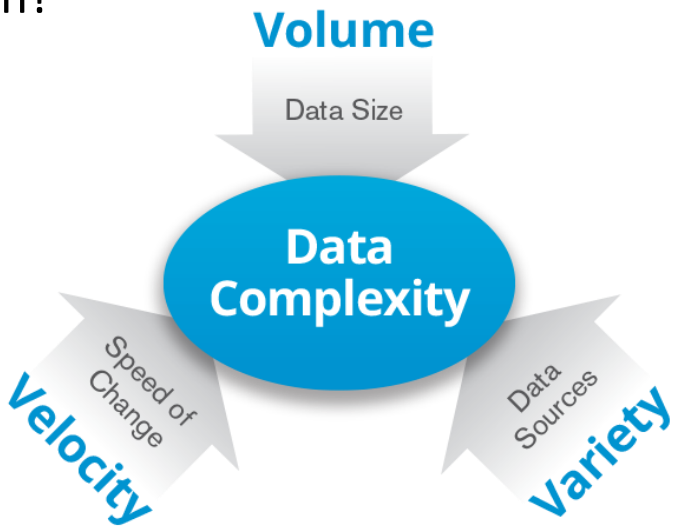
Un minuto en Internet…

© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

El entorno actual

Si se supiera cómo tratar esa información, cómo "sacarle el jugo", eso proporcionaría un conocimiento valiosísimo a la hora de plantear estrategias en cualquier negocio pero ¿cómo "atacamos" esos datos y, sobre todo, cuáles son las dificultades que se presentan?



© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

El entorno actual

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

- ✓ **<u>Volumen</u>: El tamaño (de los datos) si importa:** Las capacidades de los sistemas tradicionales de almacenamiento y procesamiento se ven sobrepasados por la cantidad de datos a tratar.

  El Big Data nos enfrenta a **límites de espacio de almacenamiento** externo e interno.

- ✓ **<u>Velocidad</u>:** Parte o toda la información la recibimos en tiempo real, sin poder identificar un patrón en el ritmo de recepción de la misma.

  El Big Data nos enfrenta a **límites de tiempo**, porque las conclusiones de esa información son útiles si la información es actual.

- ✓ **<u>Variedad</u>:** distintos formatos, distintas fuentes y en muchas ocasiones serán cadenas de texto a investigar .

  El Big Data nos enfrenta a información cuyo **formato y estructura se desconoce** hasta el momento de su tratamiento.

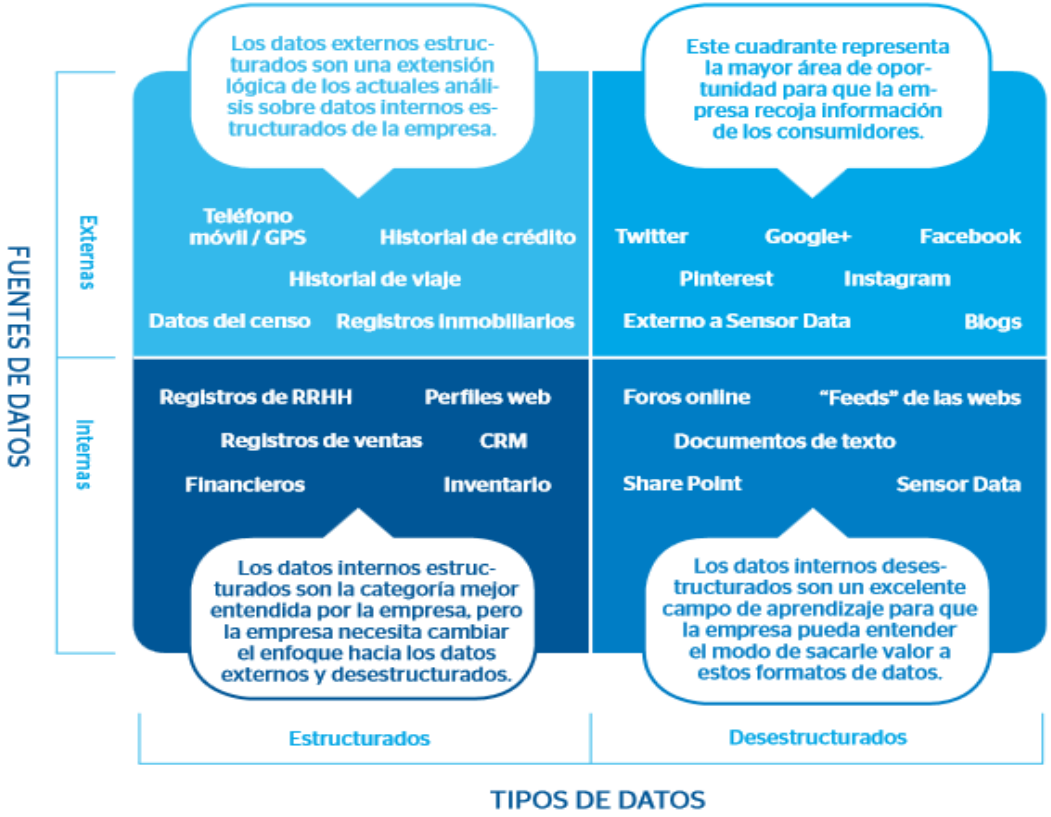
© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

El entorno actual

A lo que hay que añadir ……

La complejidad derivada de la carencia de relación aparente entre las fuentes de información sobre la que se deben aplicar nuevas capacidades de análisis, de naturaleza distribuida y procedente de varios actores.



© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

El entorno actual

La información sólo es **valiosa** en la medida en la que sirva para **mejorar el negocio**.

De no ser así, no se obtendrá la mejora de conocimiento que lleve a mejorar el proceso **de toma de decisiones** en la organización, siendo los recursos dedicados al Big Data carentes de valor.

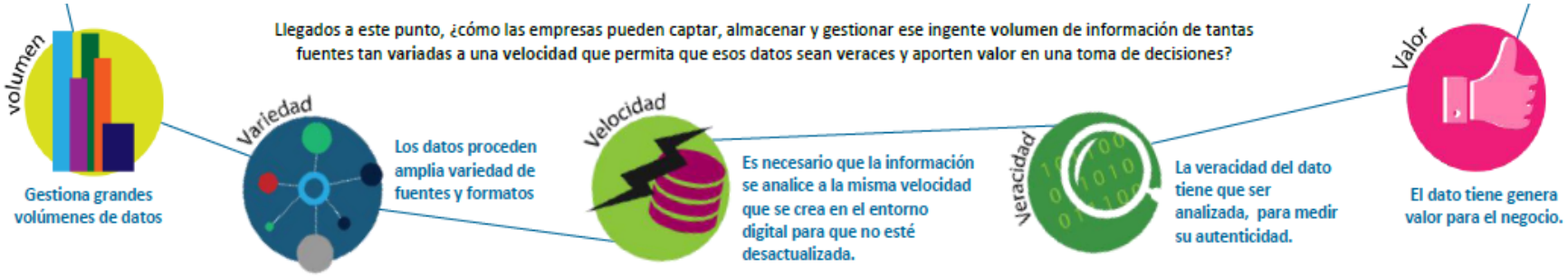
Las empresas y las organizaciones que puedan hacer las preguntas adecuadas (en el momento preciso) **incrementarán su ventaja competitiva**.

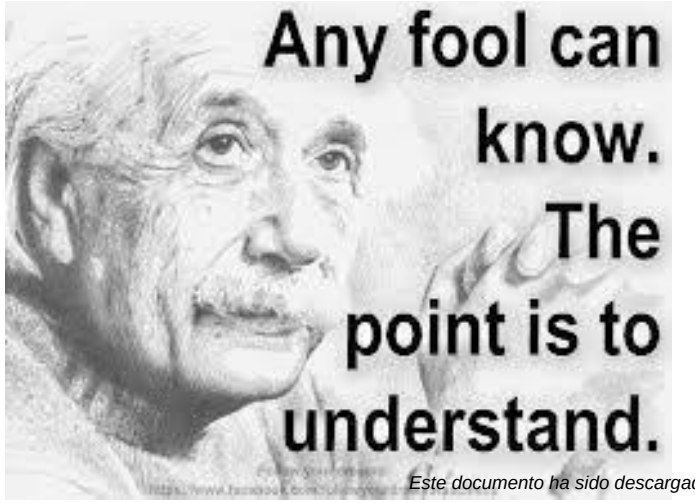
© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

Qué es Big Data?

Entonces ahora que podemos dimensionar qué es, definamos formalmente el término **Big Data**: consiste en la **recolección**, el **almacenamiento**, la **gestión**, la **visualización**, la **vinculación** y el **aprovechamiento de grandes volúmenes de datos**. También es preciso incluir en el Big Data **los sistemas y herramientas de software** que se utilizan para analizar el valor de la información.





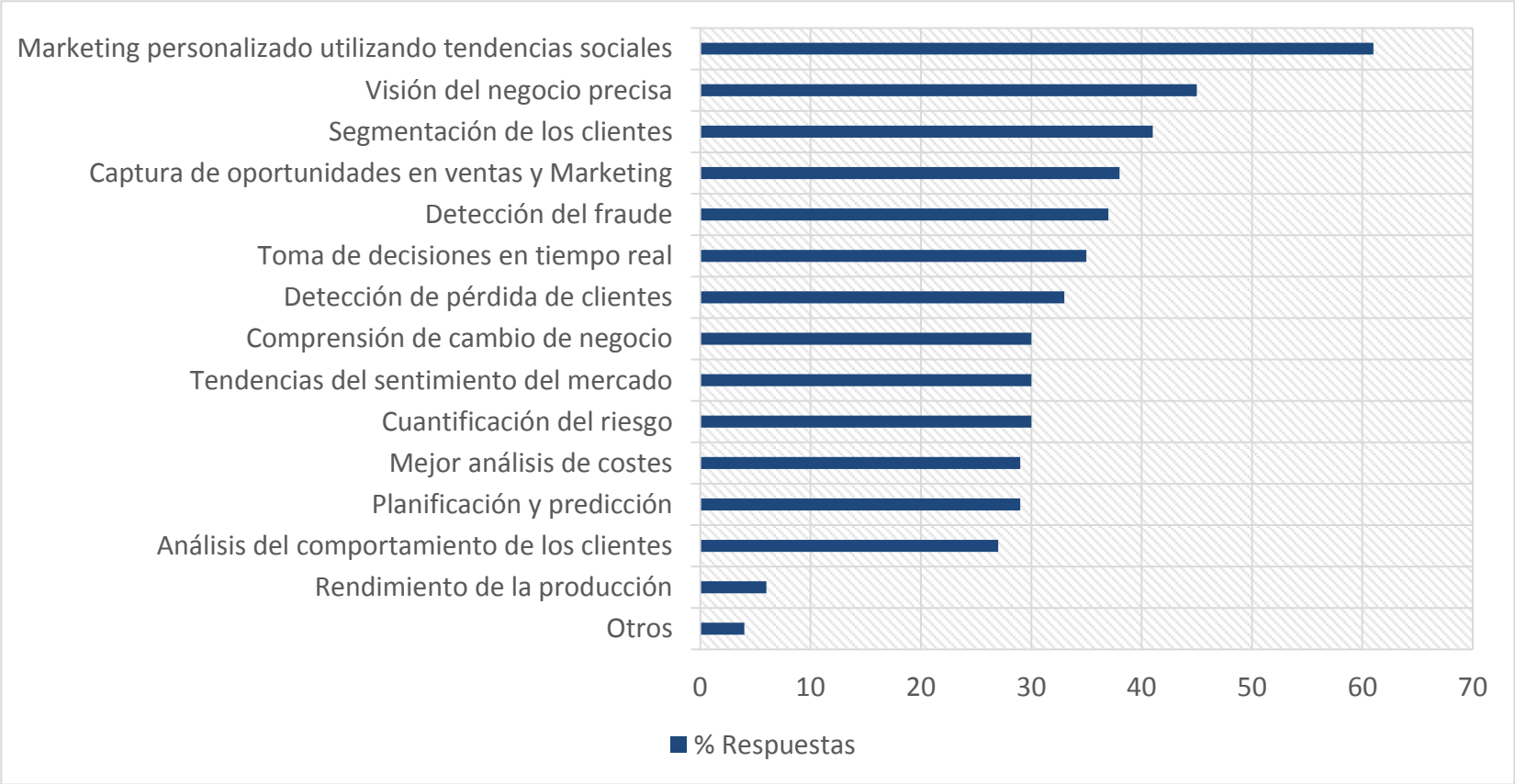
© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

En qué nos podemos beneficiar con el Big Data?

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

Las empresas se pueden beneficiar del Big Data en varias áreas, como el **conocimiento del cliente**, **Marketing, Operaciones y Gestión del Riesgo**.



© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

Customer Centric Management

Si piensas en mi, como yo y conmigo, ENTONCES conectarás conmigo

airbnb Booking.com wallapop

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

La experiencia cliente

Gestión de las nuevas expectativas del comprador digital

- Conecta el on y el off
- Desea vivir la experiencia de marca, de producto
- Quiere conocimiento por parte del vendedor, resolver dudas
- Busca gratificación (precio, promociones, ‘uniqueness’, …)
- Quiere sentirse especial

Tecnología y Cliente en el centro de la estrategia

- Omnicanalidad - Integración del e-commerce con los espacios de venta físicos, y la adaptación al entorno del ‘shopper’ digital.
- “Precios bajos cada día” - etiquetas electrónicas, para garantizar siempre al cliente precios actualizados y competitivos.

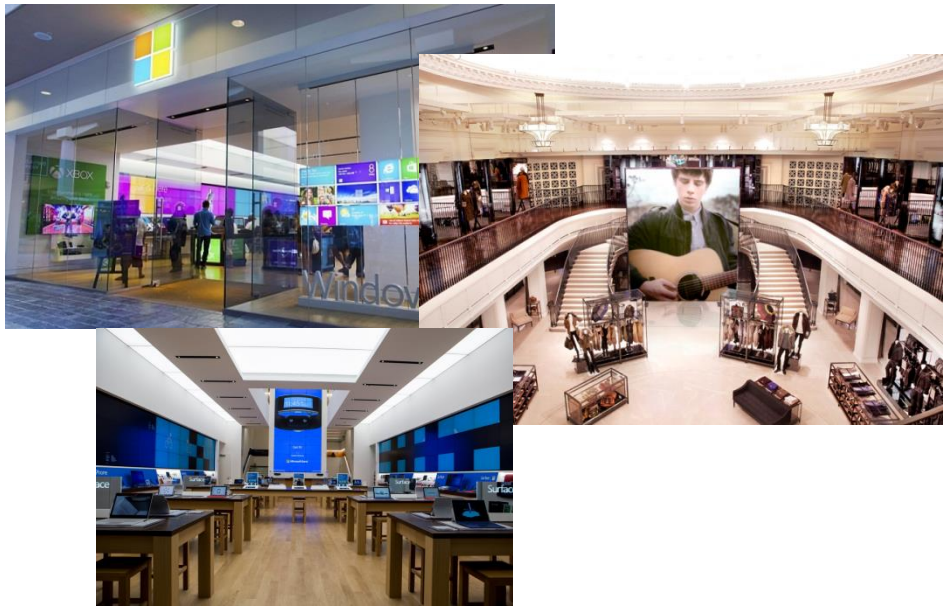
MediaMarkt

© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

La gestión de la relación con los clientes

La experiencia cliente



La tienda física se está convirtiendo en un "Showroom" o en un almacén que aporte valor adicional o facilite el servicio

© Copyright VIEWNEXT 2016

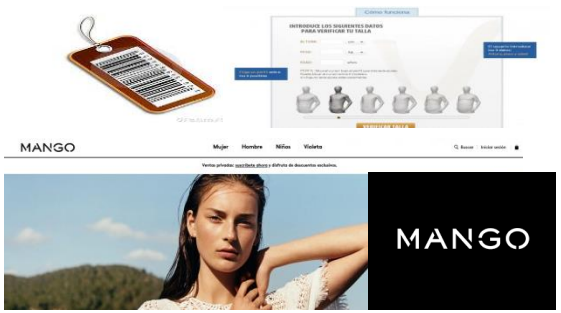
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

La experiencia cliente

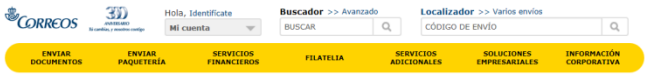
El ROPO ('Research On line, Purchase Off line') ha muerto

Research off line, purchase mobile



Venta anticipada, compra colectiva

Compra on line, recogida off line



Research mobile, purchase off line

Scan & Go

© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

Conocimiento detallado

Info del accidente

- Estilo de carretera
- Tipo de carretera
- Ciudad/Municipio/ Localidad
- Tipo de vía/ Nombre/ Número
- Velocidad máxima permitida
- Precipitación
- Visibilidad

Estado del vehículo

- Airbags
- Frenos
- Cinturones de seguridad en uso
- Probabilidad de daños

Información del viaje

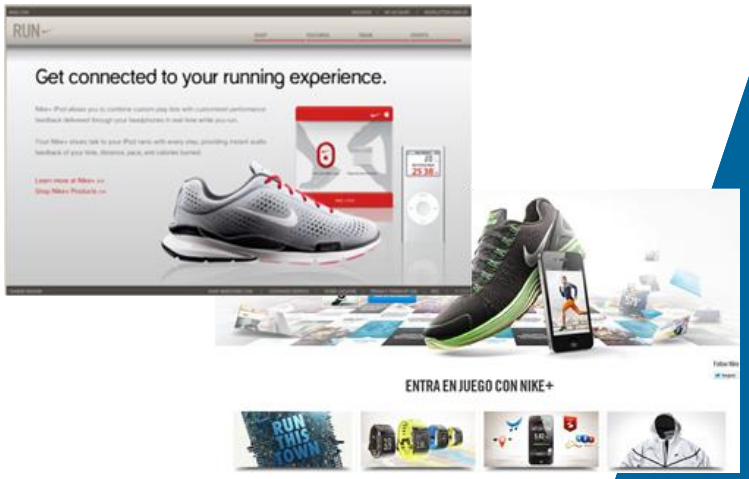
- Nº kms. realizados
- Total horas de conducción
- Franjas horarias
- Características del conductor
- …

Servicio de asistencia

- Hora de aviso
- Tiempo de llegada al sinistro
- Tipo se asisstencia prestada
- …

Daños producidos

- Daños materiales
- Daños personales



© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

Tratamiento personalizado

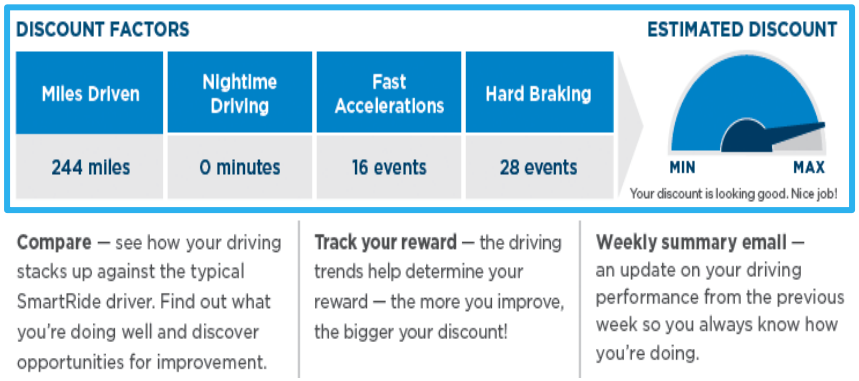
Pay as you Drive (PayD)

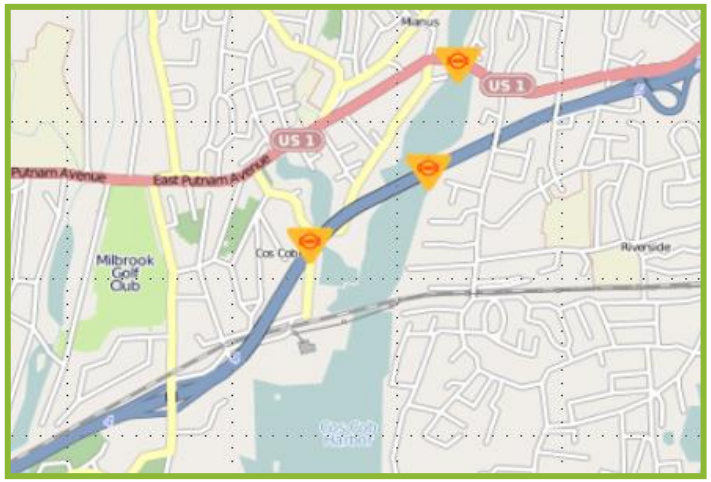
Nuevos modelos analíticos llamados **Pay as you Drive**. Cada usuario pagará por su perfil de conducción dentro del modelo. Perfiles agresivos pagarán más mientras que clientes que exhiban un carácter conservador y cauto pagarán menos.

Además, dicha solución incluye sugerencias al conductor a través de una aplicación móvil en casi tiempo real.

Algunos de los **beneficios** son:

- **Descuentos** en real time por seguir los consejos/mejores prácticas.
- Incremento de la **satisfacción** de los clientes y reducción de siniestros.
- **Ahorro** en el pago de la póliza.





© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

Tratamiento personalizado

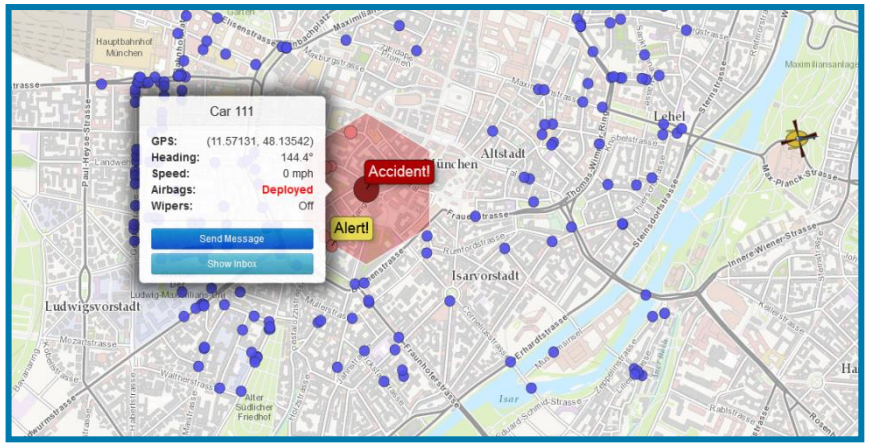
Declaración del siniestro

Solución para la gestión de eventos/siniestros. Dicha solución es un servicio integrado en una aplicación smartphone que incluye las siguientes características:

- Sistema de reporting de incidencias
- Primera estimación de la reparación gracias a un sistema sofisticado de reconocimiento de imágenes y a través del input obtenido
- Declaración del Siniestro

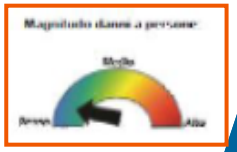
Algunos de los **beneficios** son:

- Incremento en la **eficiencia operativa**
- **Integración** con los **canales** digitales
- Aumenta la **satisfacción del cliente**



Crash Report	
Detalles de Localización	
Coordenadas localización	
Caracteríticas lugar del siniestro	urban
Estilo de carretera	two lane
Tipo de carrertera	asphalt
sLímite de velocidad	25 mph
Condiciones meteorológicas	
Precipitaciones	rain
Visibilidad	good
Detalles del accidente	
Velocidad	40 mph
Dirección	NW
Fuerza de impacto	5.2 g

Daños materiales $ Rango



Daños personales $ Rango

© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

El reto de las empresas

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

Anticiparse a las necesidades del cliente manteniendo la coherencia omnicanal

Next-Best-Action: Optimización del valor para cada cliente

- Procesos fluidos por todos los canales
- Gestión común de casos
- Historial común de casos
- Utilización de los datos del servicio con las herramientas predictivas y adaptativas

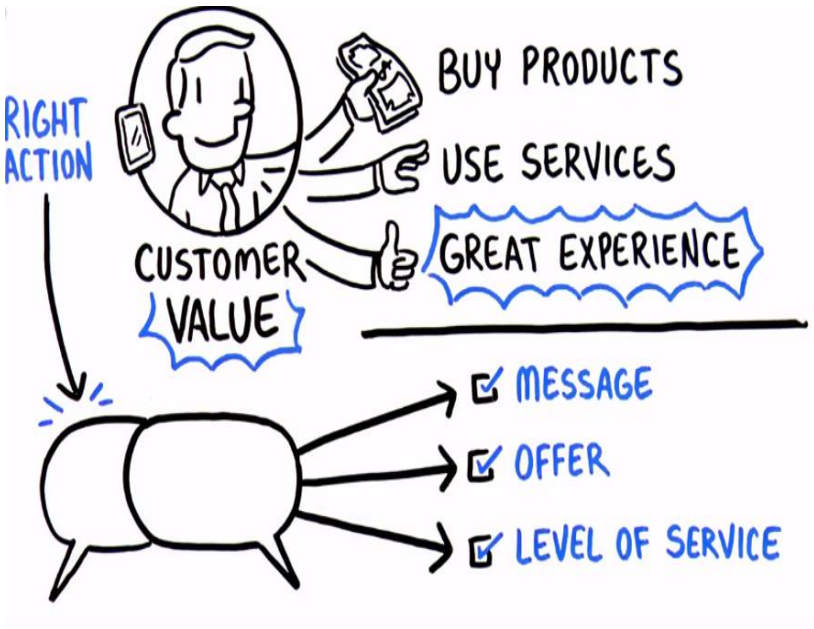
© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

El reto de las empresas

Mantener interacciones con alto valor añadido …

- … en las que se sea capaz de seguir el **procedimiento**
- … con foco en la **recomendación de nuevos productos y servicios**
- … con **mensajes de relevantes en tiempo real**
- … mostrando facilidad de **adaptación en la escucha on-line** del cliente
- … optimizando el **valor de las interacciones**



© Copyright VIEWNEXT 2016

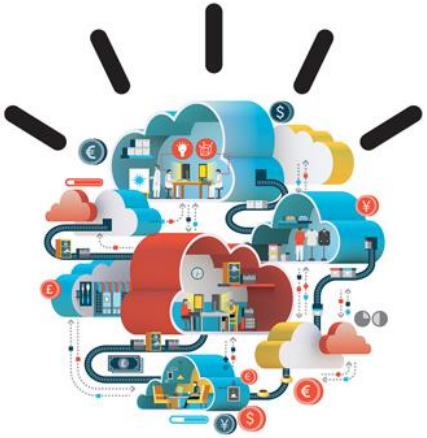
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

Predicciones Big Data 2016

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

1. ‘Internet de las Cosas’ se mueve a lo concreto

2. La analítica en modo Cloud



3. Datos en ‘streaming’

© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

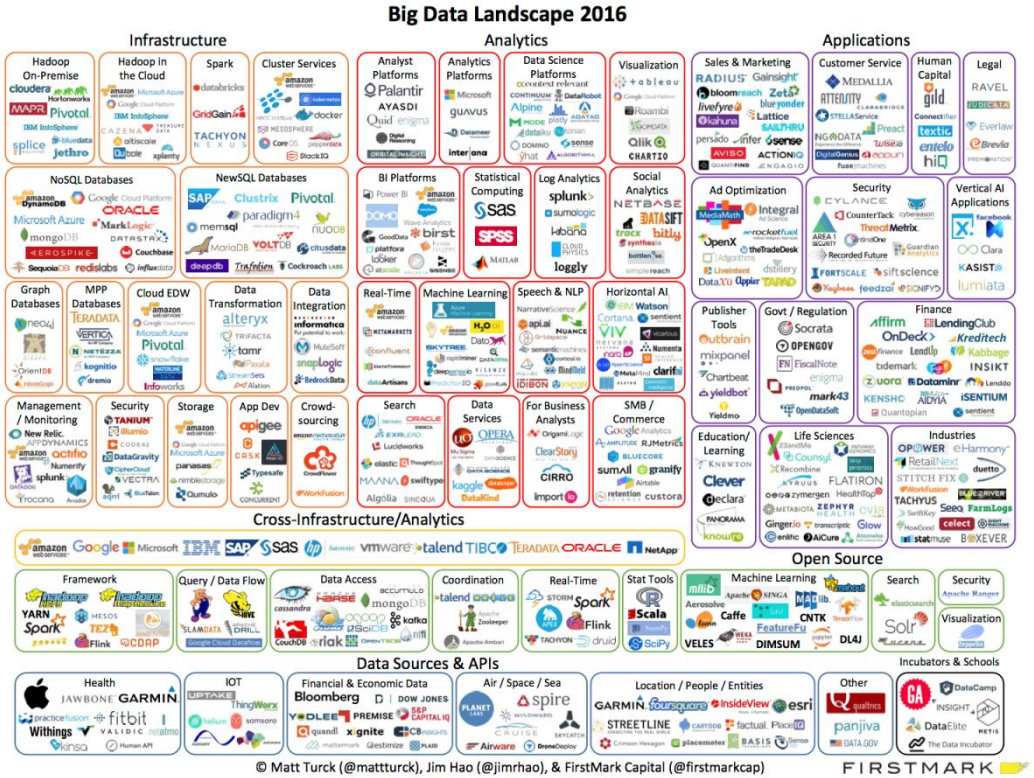
Predicciones Big Data 2016

VIEWNEXT
AN IBM SUBSIDIARY

4. Análisis de operaciones al alza

5. El mejor producto no es suficiente

6. Proceso de consolidación de proveedores



© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

OFICINAS

Madrid – Barcelona – Valencia – Bilbao – Sevilla – Softinsa (Lisboa)

CENTROS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Cáceres –Salamanca (Aldeatejada y Villamayor)– Orense – Reus – Almería – Málaga – Zaragoza – Portugal (Tomar)

© Copyright VIEWNEXT 2016

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org