

10 maneras en que los **datos** pueden ser su ventaja estratégica



10 maneras en que los **datos** pueden ser su ventaja estratégica

No hay duda de que los datos son un tema candente en los negocios de hoy. Los datos están al centro de discusiones sobre la comprensión del desempeño hasta la predicción de resultados futuros. Sin él, está limitado a tomar decisiones basadas en el instinto o en la intuición. Ocasionalmente, eso podría funcionar, pero ¿por qué correr ese riesgo cuando los datos pueden permitirle tomar decisiones importantes con confianza?

Desde ventas y marketing hasta recursos humanos y operaciones, tener los datos correctos le permite tomar decisiones estratégicas más rápido. Le da a su negocio lo que necesita para obtener una ventaja sobre la competencia. ¿Y qué negocio no ama una ventaja competitiva?

Veamos las 10 formas en que los datos pueden ser una ventaja estratégica para su negocio.



1. Incrementando ventas e identificando oportunidades futuras.

Los datos de ventas muestran lo que los clientes compraron y cuándo. Esto permite pronósticos más precisos de la actividad futura de ventas. La gestión de las relaciones con los clientes (CRM), el sitio web, el marketing y los datos de las redes sociales también revelan mucho. Conocer los grupos de edad, el género, el ingreso promedio, el tamaño de la familia y el uso de internet permite tomar más decisiones estratégicas en función de a quién se dirige.

Dicho esto, el poder de los datos va más allá de estos beneficios obvios. Los datos también pueden ayudar a las personas a administrar el tiempo de manera más eficaz al proporcionar una vista de cuántos productos más vender y cuándo venderlos. Debido a que esta información se prioriza, se pierde menos tiempo y todos pueden ser más productivos. Es posible ver qué compró un cliente y cuándo, y usar esos datos para pronosticar cuándo volverán a comprar. Además, estos detalles pueden ayudar a determinar si es apropiado ofrecer productos complementarios para oportunidades de venta cruzada. Usando datos, los líderes de ventas pueden volver a las tareas de alto valor y concentrarse en el cliente.



2. Superando a la competencia

Los datos permiten a las empresas comprender mejor las demandas de sus clientes, lo que les permite posicionar sus productos o servicios de manera más estratégica que sus competidores. Por ejemplo, los datos pueden ayudarlo a determinar qué características desean ver sus clientes en su próximo lanzamiento de producto. Tener esta perspectiva asegura que su audiencia obtendrá lo que espera cuando llegue el día del lanzamiento.

Los datos también proporcionan información sobre quién visita su sitio web, cómo se están realizando sus campañas de marketing y quién está comprando sus productos. Puede concentrarse en quién está escribiendo comentarios sobre sus productos, discutiendo sobre sus productos y quién está comprando un producto de la competencia o dejando su marca a favor de otro producto. Con los datos correctos, crear experiencias personalizadas para sus clientes es más fácil.



3. Mejorando productos y servicios

Cuando los clientes reaccionan a productos y servicios específicos, crean datos accesibles y útiles. Tanto las críticas dolorosas como los elogios ofrecen una mejor comprensión de lo que quieren los clientes, así como de lo que los clientes potenciales esperan. Las revisiones y otros datos de redes sociales, devoluciones de productos, datos de correo electrónico como tasa de apertura, tasa de clics y datos de conversión o entrega ayudan a formar una imagen completa. Puede aplicar sus conocimientos a su negocio y repetir las tácticas, prácticas y mejoras que funcionan, o aplicar sus hallazgos a otras áreas del negocio.

Si ve la necesidad de revisar o mejorar sus líneas de productos, servicios o políticas, los datos pueden ayudar a establecer umbrales que emitirán notificaciones cuando los clientes respondan a los cambios. Esto evitará que su negocio se desvíe en la dirección equivocada, ya que trata de superar las expectativas del cliente.



4. Expansión hacia nuevos mercados

Es difícil determinar dónde expandirse en nuevos mercados sin datos. Los datos demográficos pueden ofrecer una visión de los grupos de edad que están activos en un mercado establecido o en uno nuevo. El género, el ingreso promedio, el tamaño de la familia, el uso de internet y otros identificadores también son útiles. Los datos y las métricas del sitio web pueden indicar la ubicación del visitante, el idioma, los términos de búsqueda y los sitios de referencia. También puede haber una interacción más directa, como por ejemplo, quién está haciendo confi-rios, haciendo compras y revisando productos.

Mientras tanto, las revisiones de sitios web, blogs, productos y servicios combinadas con las tendencias de publicidad y redes sociales proporcionan datos considerables sobre mercados emergentes. Las empresas pueden usar este tipo de información para prepararse para los planes de expansión del mercado. Además, los datos sobre las bases de clientes, el pago y la entrega son fundamentales para elaborar un plan de expansión. Los datos se pueden utilizar para apuntar al mercado perfecto para la expansión. Una vez que se implementa la expansión, es posible estudiar los datos para comprender el rendimiento y determinar si, cuándo y dónde se expandirá en el futuro.



5. Atraer, ganar y retener más clientes

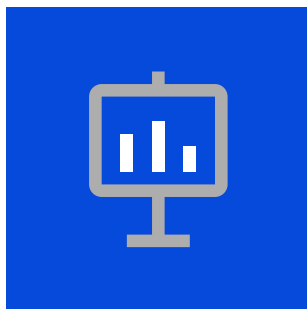
Para atraer, ganar y retener más clientes, es importante saber qué tácticas funcionan (o no funcionan). Sin datos, ese conocimiento puede ser imposible. Puede ser difícil dirigir el mensaje correcto al grupo correcto si no conoce sus preferencias y hábitos. Los datos pueden mostrar a las empresas si lo que están haciendo para aumentar las ganancias y la lealtad está funcionando.

Por ejemplo, los datos de los programas de lealtad pueden indicar qué productos prefieren los clientes, qué ofertas están buscando, cuánto están dispuestos a gastar y cómo están utilizando los beneficios ofrecidos. Con esa

10 maneras en que los **datos** pueden ser su ventaja estratégica

información, es posible encontrar nuevos clientes con ofertas que se haya comprobado que funcionan. Los datos también pueden permitir a las empresas innovar y probar nuevas ofertas.

Otros datos de clientes recopilados por las empresas a lo largo del tiempo a partir de transacciones, encuestas y activos de marketing cerrados pueden ser útiles para la segmentación. La edad del cliente, los ingresos, el entorno de vida, los hábitos de compra del hogar, el gasto promedio en ciertos bienes, el puesto de trabajo y otra información son útiles si desea llegar a diferentes audiencias.



6. Mejorando operaciones

Los datos ofrecen información sobre cada fase de las operaciones y procesos para facilitar el diagnóstico de debilidades o errores. Los datos pueden ayudar a las operaciones a pronosticar una multitud de circunstancias basadas en bloqueos y problemas pasados, desde el mejor resultado posible hasta el peor escenario. Es posible trabajar hacia atrás utilizando datos para identificar lo que está sucediendo, lo que está frenando las operaciones y los procesos, eliminando la duda y la incertidumbre de las conjeturas en el proceso.

No solo eso, sino que cuando las empresas integran datos en sus procesos operativos, pueden funcionar de manera más fluida. Por ejemplo, los datos pueden ayudar a identificar fallas en los procesos de fabricación. Puede usarse para garantizar que las rutas de entrega sean las más eficientes y efectivas. Las relaciones de datos, los patrones y las tendencias pueden mostrarle formas de controlar con mayor eficacia el inventario y la distribución. Los datos también pueden mostrarle qué medidas tomar, e incluso optimizar su plan para mejorar la eficiencia operativa.



7. Reclutamiento, contratación y crecimiento del talento

Un negocio es tan bueno como sus empleados. Los datos pueden desempeñar un papel fundamental para asegurarse de contratar y desarrollar el mejor talento. Los datos que HR recopila pueden ayudar a identificar qué candidatos son los que mejor se adaptan, ahorrando tiempo y aumentando el potencial de su negocio. Los datos relacionados con el desempeño de los empleados se pueden utilizar para determinar las bonificaciones y aumentos, tanto para mantener la moral alta como para aumentar la motivación.

Los datos pueden incluso desempeñar un papel clave en la medición de la efectividad de las prácticas de contratación y retención, lo que significa que puede limitar la rotación y mantener la química del equipo. Y para aquellas empresas que desean desarrollar su talento actual (lea: todas las empresas), los datos se pueden utilizar para evaluar los programas de educación continua para asegurar que sus empleados crezcan y se mantengan a la vanguardia de las tendencias y tecnologías emergentes.



8. Acelerar la planificación, presupuesto y previsión

Si trabaja en finanzas, es posible que entienda la importancia de los datos para la planificación a largo y corto plazo. Sin embargo, las ideas que usted puede obtener provienen de más allá de los datos financieros. Lo que podría no darse cuenta es que los datos operativos (tanto dentro como fuera de la organización) pueden mejorar los procesos de planificación, presupuesto y previsión.

El volumen y variedad de datos no financieros pueden ser un tesoro de información sobre el desempeño futuro. Los datos no financieros pueden incluir información sobre problemas de la cadena de suministro, tendencias de recursos humanos, problemas de calidad del producto e incluso el clima. Por ejemplo, las métricas de navegación del sitio web de una empresa pueden indicar la popularidad de elementos específicos mucho antes que los datos de ventas reflejen una gran demanda. Cuando se identifica y se utiliza de manera efectiva, este tipo de información puede ser invaluable para los pronosticadores.



9. Protegiendo la marca

De vez en cuando, la reputación de un negocio puede ser impactada. En esos casos, las herramientas de los medios sociales se pueden usar para monitorear y ver las tendencias en torno al tema. Pero la buena noticia es que los datos de las redes sociales también pueden usarse para proteger y/o reparar una reputación de marca. Los datos generados por los blogs y las redes sociales pueden ayudarlo a identificar clientes infelices antes de que sus opiniones negativas se vuelvan virales. Además, estos datos pueden ayudarlo a evaluar mejor la opinión y sacar un producto o servicio problemático antes de que se convierta en un gran problema que afecte a las ventas.



10. Identificación de áreas de mejora

Las oportunidades para mejorar los negocios son infinitas en todas las unidades de negocios y en toda la organización. Los datos pueden ayudarlo a identificar políticas, productos, servicios y otras ofertas que no ofrecen los mejores resultados comerciales posibles. Por ejemplo, su empresa podría haberse acostumbrado tanto a presupuestar para un proceso o hacer una compra anual que no se cuestiona su costo. Pero puede haber formas de reducir ese costo o incluso eliminarlo. El examen de los datos de cada aspecto puede indicar dónde deben abordarse los desperdicios o la ineficiencia o dónde está dejando dinero en la mesa.

Los datos también pueden ayudar con los indicadores de rendimiento clave (KPI) utilizados para mejorar diferentes aspectos del negocio. Por ejemplo, ¿qué indicadores requieren un seguimiento diario, una revisión semanal o un análisis mensual? ¿Qué KPI exigen una atención completa e inmediata, y cuáles necesitan solo un ajuste?

Los datos que recopila pueden ayudarlo a categorizar y priorizar esos medidores, separándolos de los indicadores que no requieren un monitoreo constante.

Aprovechando el poder de los datos

Hay tanto que puede hacer con los datos si tiene las herramientas y soluciones adecuadas. El lugar donde se encuentran, se accede a ellos y cómo se protege y se asegura es vital para los muchos equipos dentro de su empresa, todos los cuales dependen de sus [soluciones infraestructura de TI](#).

El primer paso para aprovechar sus datos es hablar con el responsable de su departamento de TI (o, si trabaja en TI, lea a continuación). Para facilitar la conversación, puede compartir la información que aprendió en este documento, así como proporcionarles más literatura técnica que se proporciona a continuación.

En la actualidad, existen muchas empresas de investigación que proporcionan análisis e información sobre una amplia gama de temas de datos para ayudar a su organización a encontrar el socio de infraestructura de TI adecuado.

Artículos de analistas:

- **Forrester:** La clave de la estrategia multinube híbrida empresarial
- **451 Research:** Nube híbrida segura: el enfoque estratégico para TI empresarial
- **Gartner:** Top 10 Data and Analytics Technology Trends That Will Change Your Business

Confíe en la infraestructura de IBM:

- **IBM y Red Hat:** Entregando la plataforma de multinube híbrida de próxima generación
- **Almacenamiento:** Adopción de la multinube híbrida
- **Servidores:** Viaje a la multinube híbrida

Conquiste suas cargas de trabalho mais exigentes com servidores, armazenamento e software da IBM:

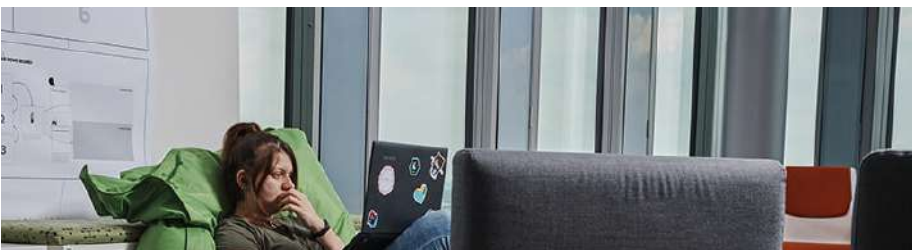
© Copyright IBM Corporation 2018
IBM Business Analytics
IBM Corporation
Nueva Orchard Road Armonk, NY 10504
Producido en los Estados Unidos de América, noviembre de 2018.

IBM, el logotipo de IBM, ibm.com, IBM Cognos Analytics, IBM Planning Analytics y IBM Watson Analytics son marcas comerciales de International Business Machines Corp., registrada en muchas jurisdicciones en todo el mundo. Otros nombres de productos y servicios pueden ser marcas registradas de IBM u otras compañías. La lista actual de marcas registradas de IBM está disponible en la web en "Copyright y marcas registradas de marcas registradas está disponible en la web en" Información de copyright y marcas registradas "en ibm.com/legal/copytrade.shtml

Este documento está actualizado a partir de la fecha inicial de publicación y puede ser modificado por IBM en cualquier momento. No todas las ofertas están disponibles en todos los países en los que opera IBM.

Los ejemplos de clientes citados se presentan únicamente con fines ilustrativos. Los resultados reales del rendimiento pueden variar según las configuraciones específicas y las condiciones de operación.

LA INFORMACIÓN DE ESTE DOCUMENTO SE PROPORCIONA "TAL CUAL", SIN NINGUNA GARANTÍA, EXPRESA O IMPLÍCITA, INCLUIDAS SIN GARANTÍAS DE COMERCIABILIDAD, APTITUD PARA UN PROPÓSITO PARTICULAR Y CUALQUIER GARANTÍA O CONDICIÓN DE NO INFRACCIÓN. Los productos de IBM están garantizados de acuerdo con los términos y condiciones de los acuerdos bajo los cuales se proporcionan.



Conozca más sobre la multinube híbrida



Historias de clientes de América Latina y el mundo



Eventos que están por venir



Blog de Infraestructura de TI



Converse con un especialista

