

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE PABELLÓN DE ARTEAGA



Análisis de sistemas

Resumen 2

ALUMNO: Arely Esmeralda Zapata Núñez

DOCENTE: Eduardo Flores Gallegos



PABELLÓN DE ARTEAGA, AGS., 31 DE AGOSTO DE 2018



Los datos son el rey en el departamento de marketing de IBM

Hoy en día hay muchas herramientas para la visualización de datos y la transparencia. son clave para algunas personas. Y una de ellas es la directora de marketing de IBM, Michelle Peluso quien encargó una plataforma a medida que pone todos sus datos de marketing y audiencia en un solo lugar. El objetivo de la plataforma cual fue llamada Pearl, es visualizar la efectividad de la campaña. Y para eso agrega datos de numerosos recursos de marketing de terceros y los transforma en cuadros y gráficos que ayudan a los especialistas en marketing a tomar decisiones más informadas, en pocas palabras Pearl les permite a todos ver qué equipos están gastando sus dólares de la manera más eficiente. Otro objetivo muy importante es extraer datos de herramientas de marketing populares y colocarlos en un solo lugar para que los especialistas en marketing puedan hacer todo su trabajo desde una sola ventana.

Pearl se lanzó oficialmente en IBM después del Día de San Valentín de este año y está disponible exclusivamente para equipos dentro de IBM. Las herramientas que IBM usa para mejorar su comercialización son 4. La primera se llama Lotame, la cual permite a sus especialistas en marketing personalizar su alcance.

en segundo lugar, esta: Optimizely la cual es la encargada de probar las campañas antes de lanzarlas. En tercer lugar, esta. HotJar: una herramienta que les dice a los mercados a los usuarios qué les interesa al rastrear clics, toques y comportamiento de desplazamiento. Y por último esta. Sprinklr: una plataforma de gestión de redes sociales que permite a los especialistas en marketing ver el impacto de las campañas sociales omnicanal con mayor claridad. Sin embargo, Sprinklr todavía no está integrado en Pearl.
