

BIG DATA for BUSINESS

1.INTRODUCCIÓN & NEGOCIO

1.3 Aplicación del Big Data

**Conecta
Empleo**

Contenido desarrollado por
Synergic Partners



PROGRAMA

- 
1. INTRODUCCIÓN A BIG DATA
 2. COMPAÑÍAS DATA-DRIVEN
 - 3. APLICACIÓN DEL BIG DATA**
 4. METODOLOGÍAS AGILE y NEW TRENDS IN DATA
 5. BIG DATA & MARKETING

Índice del módulo

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

- Big Data...¿Para qué?
- Tipología proyectos Big Data: Casos de Uso
- Con la analítica no es suficiente: Visualización



Big Data ¿para qué?

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

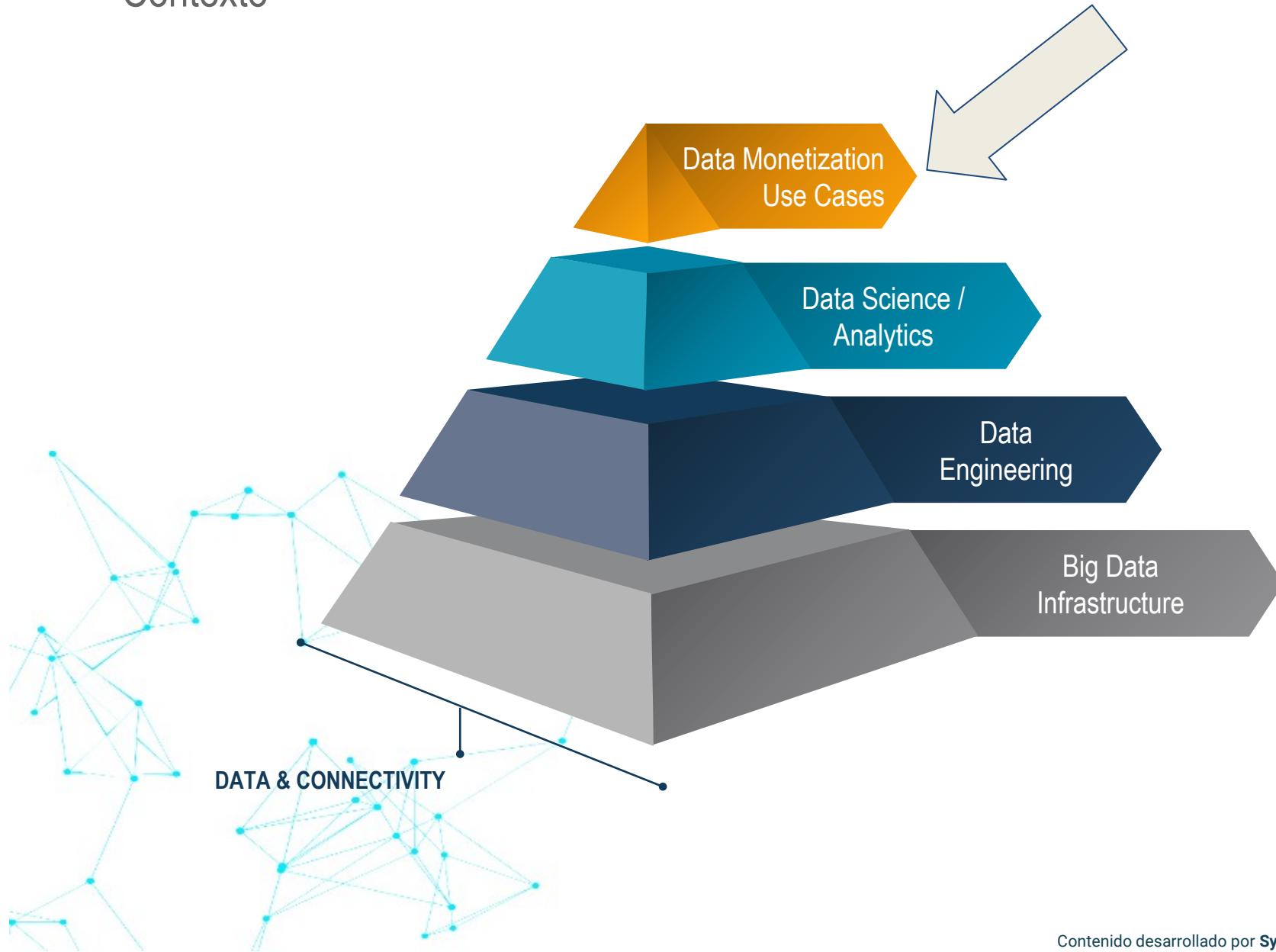
Big Data ¿para qué?



BIG DATA
¿Para qué?

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Contexto



¿Qué es Big Data?

¿CON QUÉ
FINALIDAD?

GRANDES
CANTIDADES
DE DATOS



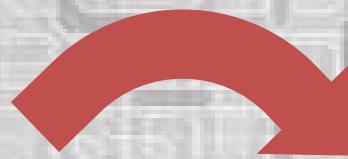
GRAN
VARIEDAD DE
FUENTES DE
INFORMACIÓN



DIVERSIDAD DE
FORMATOS



BIG DATA



EXTRACCIÓN DE
VALOR Y DE
CONOCIMIENTO



ANALÍTICA
PREDICTIVA



MONETIZACIÓN
DEL DATO





Tipología de Proyectos Big Data

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

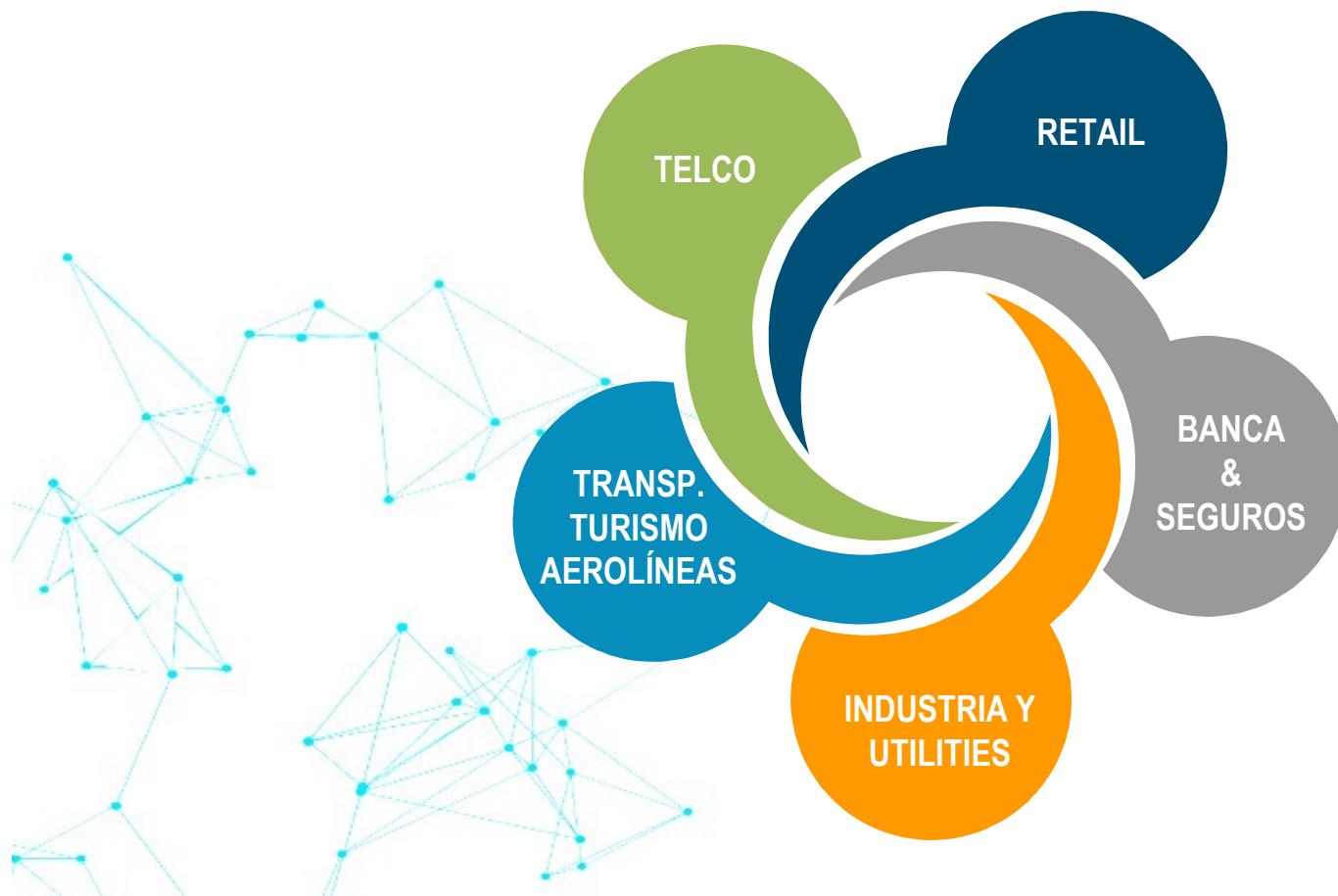
Tipologías de proyectos Big Data

Tipología de Proyecto	Reto a resolver	Quien lo pide
Proyecto Estratégico	Transformar la empresa en una organización data-driven	CEO, CDO, Dirección
Proyecto Arquitectura Big Data	Garantizar la eficiencia operativa de los SSII	Tecnología, CTO
Proyecto Analítico	Resolver una necesidad específica de negocio	El Director de una unidad de negocio
Proyecto Visualización	Tomar decisiones con información	El Director de una unidad de negocio

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

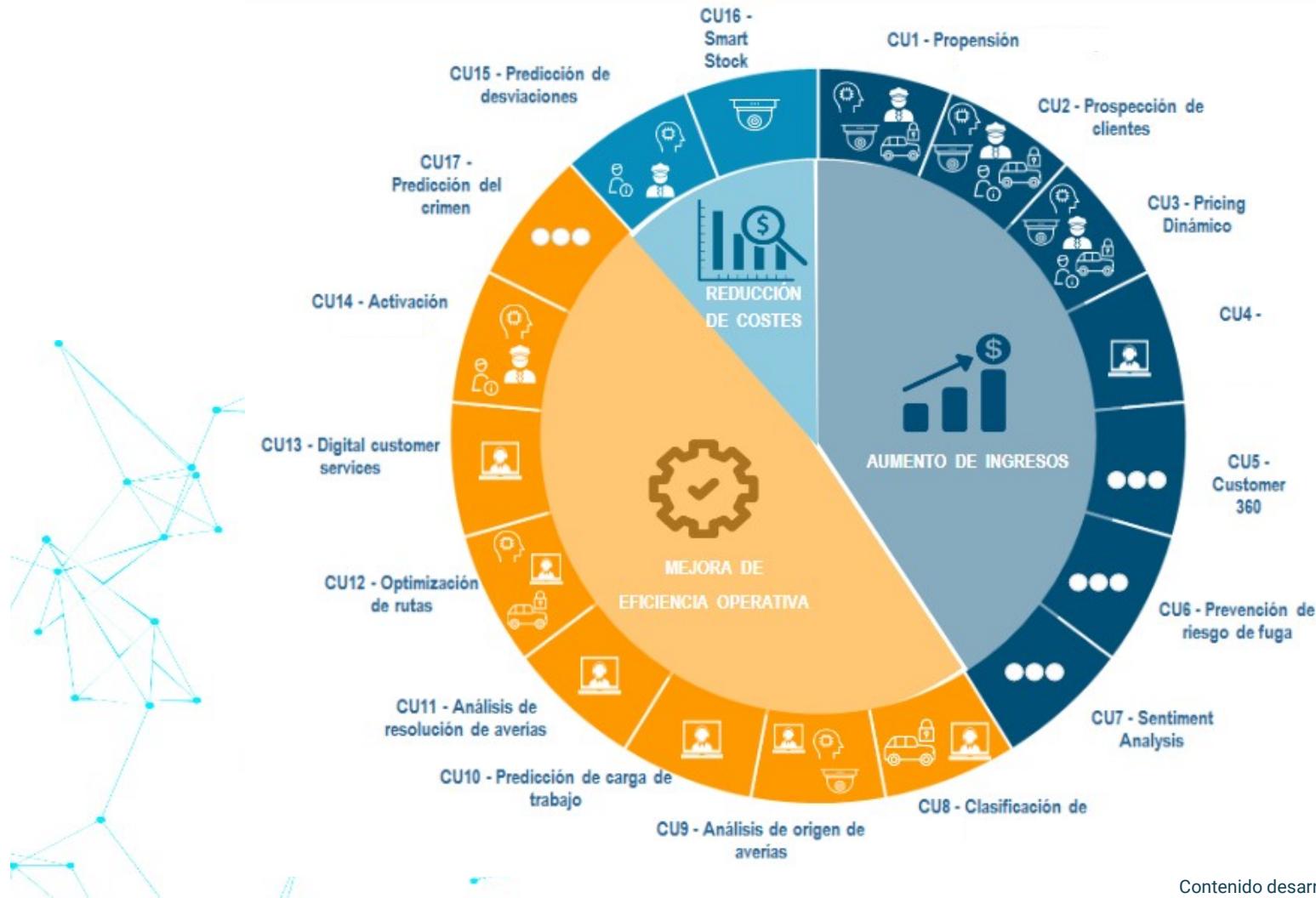
Gran heterogeneidad de sectores en los que aplicar
casos de uso Big Data



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

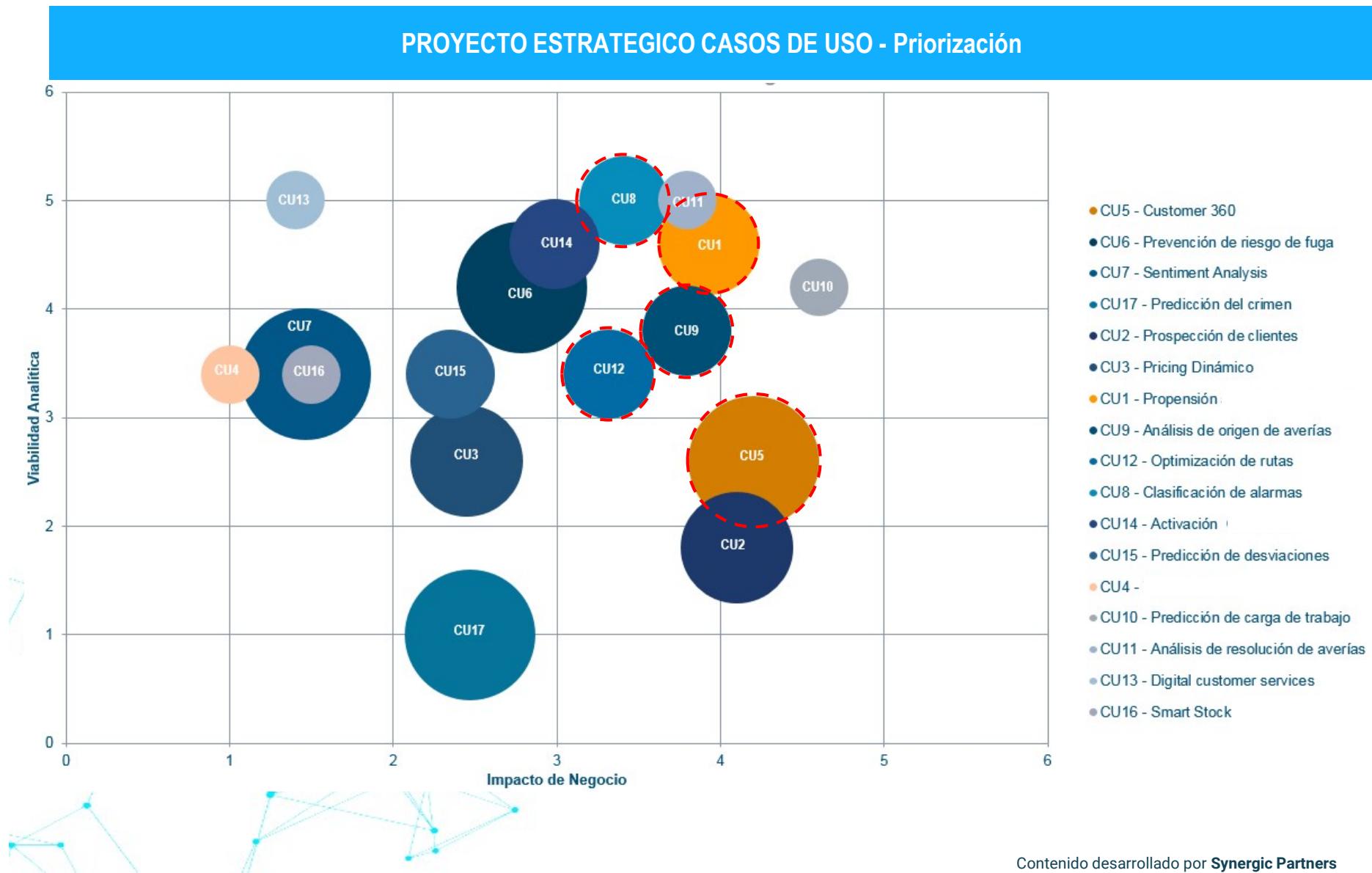
PROYECTO ESTRATEGICO CASOS DE USO - Identificación casos de uso



Contenido desarrollado por Synergic Partners

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

PROYECTO ESTRATEGICO CASOS DE USO - Fichas

DASHBOARD 360° | DESCRIPCIÓN

Descripción

Se propone el desarrollo de un dashboard para el equipo encargado del marketing y las campañas de la Galería Canalejas con el objetivo de proporcionarles las herramientas necesarias para garantizar una visión global de todos los aspectos de la Galería y del entorno que resulten relevantes a la hora de acometer acciones comerciales.

Características

Centralización de información

El Dashboard 360° centraliza la información procedente de fuentes internas de la Galería y de fuentes externas en un mismo punto para **facilitar la difusión de contenido** que mejore la imagen de la Galería.



Visión externa

Es posible obtener información procedente de fuentes externas tales como **eventos** de la ciudad, **festividades** internacionales, el **tiempo** o tendencias en **RRSS**.

Análisis de campañas

Desde el dashboard se puede analizar la **repercusión online** de las campañas de marketing realizadas así como su influencia en la atracción de visitantes a la Galería.

Visión interna

A nivel interno, se dispone de parámetros como los niveles de **ocupación** en tiempo real e información histórica, ya sea en las boutiques o en la zona de restauración.



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

PROYECTO ESTRATEGICO CASOS DE USO - Fichas

DASHBOARD 360° | EXPLOTACIÓN

synergic partners
A Telefónica COMPANY

Dashboard interactivo

Con el fin de **dar a conocer la oferta de lujo exclusiva** de la Galería Canalejas, el desarrollo de un dashboard interactivo pretende facilitar el lanzamiento de campañas de marketing través de medios online así como la publicación de contenido que suscite el interés del público objetivo.

Gracias al marketing inteligente, la Galería Canalejas podría mantener una **comunicación multicanal y multidireccional** que ofreciendo a su target una experiencia única.

Valor de negocio

01. Captación

Mejorar las acciones de **marketing** en Redes Sociales y lanzamiento de campañas para la **atracción de clientes**.

02. Impacto

Disponibiliza la información necesaria para evaluar y **mejorar el impacto** de las campañas y publicaciones ejecutadas a través de las Redes Sociales.

03. Planificación

Aporta visibilidad sobre **eventos** de la ciudad y **festividades internacionales** de cara a una mejor previsión de afluencia a la Galería.

04. Afluencia

Ofrece información sobre la **afluencia**, permitiendo explorarla a nivel histórico, en tiempo real o en base a predicciones, tanto de forma global como por establecimiento.



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

PROYECTO ESTRATEGICO CASOS DE USO - Fichas

DASHBOARD 360° | FUENTES DE DATOS



Fuentes Internas

- **Ocupación:** La información de ocupación procedente del sistema de footfall permite estudiar tendencias, impacto de campañas o anticiparse ante la ocupación prevista en el futuro.
- **Wi-Fi:** La información de las conexiones a la red Wi-Fi de la Galería permite obtener mayor información sobre el perfil de los clientes que se encuentran en la Galería en un determinado momento.
- **App Móvil:** El uso de la aplicación móvil en la galería también aporta información adicional que ayuda a perfilar los clientes de la Galería en un momento concreto.
- **Otras:** Información sobre colas, mapas de calor.

Fuentes Externas

- **Eventos:** La información sobre los eventos que se desarrollan en la ciudad aporta visión sobre posibles actividades que puedan atraer turismo objetivo de la Galería.
- **Vuelos:** El seguimiento de llegadas de vuelos puede habilitar el desarrollo de campañas o actividades comerciales.
- **Meteorología:** La información meteorológica de la ciudad en tiempo real y a corto plazo permite planificar acciones comerciales.
- **Redes Sociales:** Las Redes Sociales permiten escuchar el sentimiento de clientes, conocer tendencias, realizar acciones comerciales y conocer eventos críticos, como manifestaciones en el entorno de la Galería.

PROFUNDIDAD HISTÓRICA

Para que los resultados de los modelos predictivos reviertan suficiente robustez, la profundidad histórica almacenada de las fuentes de información deberá ser, como mínimo, de seis meses, siendo recomendable un año.





Sector Telecomunicaciones

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (1)



Nombre del caso de uso

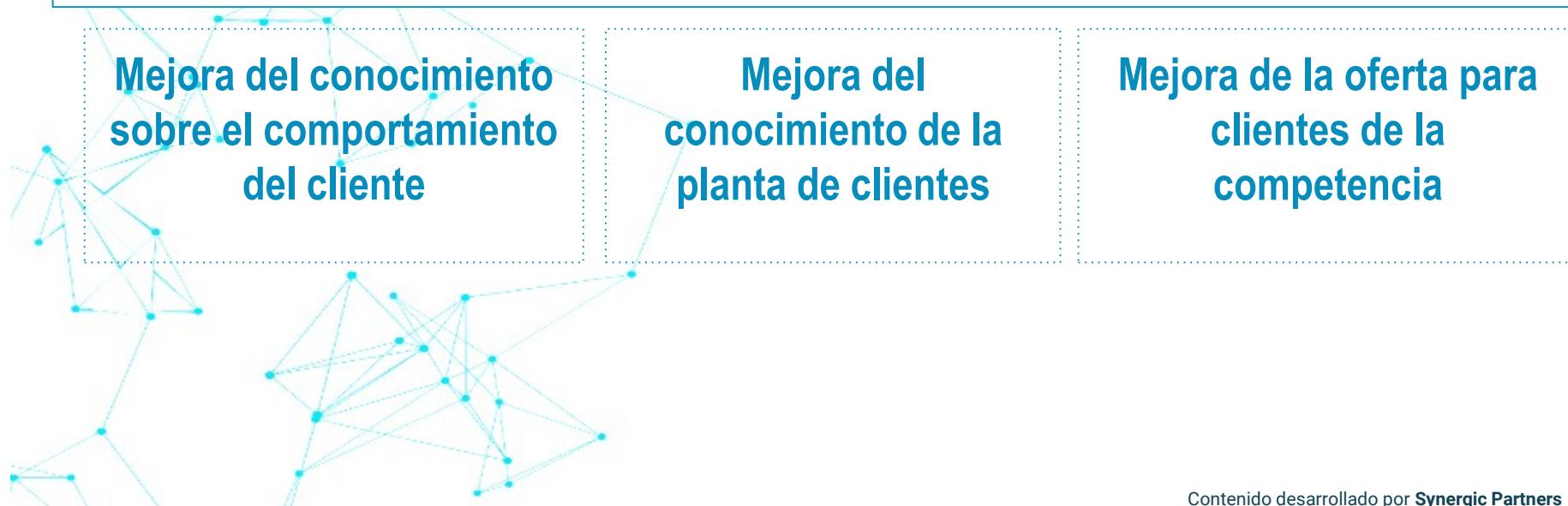
MICRO-SEGMENTACIÓN DE LOS CLIENTES

DESCRIPCIÓN



Estudio del comportamiento de los clientes en base a la información disponible de la compañía, que reflejan su actividad y su consumo. El objetivo es conseguir la información necesaria para segmentar la planta de la compañía en función de sus **patrones de comportamiento**.

Objetivo/problema: mejorar el conocimiento actual del cliente



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (1)



Nombre del caso de uso

MICRO-SEGMENTACIÓN DE LOS CLIENTES

FUENTES DE DATOS INTERNAS

- **DPI:**
 - Duración y tipo de conexión: Navegación web, correo, juegos, contenido multimedia, compras, navegación en webs de compañías competidoras...
 - Consumo por conexión
 - User Agent: Tipo de dispositivo, navegador, sistema operativo.
- **Call Center**
- **Analítica de Vídeo**
- **Otras:** ARPU, Edad, Productos y Servicios contratados, Problemas de pago, QoS, histórico de las campañas aplicadas...

FUENTES DE DATOS EXTERNAS

- **Redes sociales:** Permite enriquecer el perfilado de los clientes, por un lado, y el análisis de su interacción con la compañía en dichas redes, por otro, para conocer sus posibles quejas e inquietudes. A nivel de empleado también pueden aportar información, y redes sociales profesionales como LinkedIn cobran especial relevancia.
- **Open Data:** Añade información de geolocalización y de contexto al perfil de cada cliente.
- **Demografía:** La información censal complementa la información de Open Data de cara al perfilado preciso del cliente en relación con su contexto social.



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (2)



Nombre del caso de uso

SEGMENTACIÓN SEGÚN COMPORTAMIENTO EN EL CANAL DIGITAL

DESCRIPCIÓN



Estudio del comportamiento de los clientes en base a la información en base a su comportamiento en el canal digital, que reflejan su actividad y su consumo, con el fin de conocer mejor su comportamiento en el canal online y mejorarla

Objetivo/problema: incrementar el nº clientes digitales



Segmentos objetivo



Fija, Internet y TV



Móvil prepago



Móvil postpago

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso



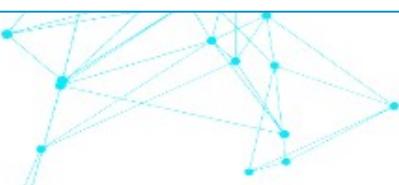
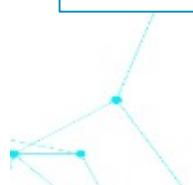
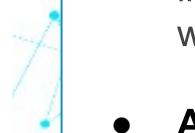
TELECOMUNICACIONES (2)

Nombre del caso de uso

SEGMENTACIÓN SEGÚN COMPORTAMIENTO EN EL CANAL DIGITAL

FUENTES DE DATOS INTERNAS

- **Web:**
 - ID (datos de login de los clientes)
 - Web Analytics: Destino, tiempo promedio de permanencia en una página, número de páginas visitadas, eventos, navegadores, abandono de los clientes.
- **Información sobre el cliente:** ARPU (average revenue per user), información sociodemográfica.
- **Actividad del cliente:** Altas/Bajas, Parque recargador, Consulta de Saldos, Intentos de consulta, intentos de recarga, intentos de compra, recargas, saldo, quejas/incidencias, quejas/incidencias de la web, reclamos, llamadas al call center.
- **Acciones sobre el cliente:** Planes/Tarifas, Promociones, Campañas.



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (3)



Nombre del caso de uso

MEJORA DE LAS CAMPAÑAS DE UP/CROSS SELLING

DESCRIPCIÓN



Estudio de la propensión de los clientes de la compañía a contratar productos y servicios adicionales a los que ya tienen contratados (**cross-selling**) o a realizar una mejora de los mismos (**up-selling**).

Objetivo/problema: incrementar tasa conversión en campañas de up/cross



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (3)



Nombre del caso de uso

MEJORA DE LAS CAMPAÑAS DE UP/CROSS SELLING

FUENTES DE DATOS INTERNAS

- DPI:** Permite extraer información del cliente relacionada con su uso de internet tales como su perfil de consumo de datos, si consume contenido multimedia, gustos, visitas a marcas que puedan indicar su nivel económico,...
- Call Center y Canales de Venta:** Ofrecen información sobre contratación de productos por parte del cliente (histórico de ventas), así como posibles demandas que reflejan necesidades por cubrir.
- Analítica de Vídeo:** De cara a ofrecer paquetes adicionales o mejoras en la calidad (HD).
- Otras:** ARPU, Edad, Productos y Servicios contratados, Problemas de pago, QoS...



FUENTES DE DATOS EXTERNAS

- Tarifas de compañías competidoras:** Permite tener en cuenta el precio medio de las tarifas, que se ofrece en cada caso, si existe algún tipo de oferta paquetizada (de cara al cross-selling) y, sobre todo, contribuye a conocer cómo fidelizar al cliente evitando su fuga hacia estas compañías.
- Open Data y Demografía:** Añade información de geolocalización y de contexto al perfil de cada cliente para estimar su potencial económico.

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (4)



Nombre del caso de uso

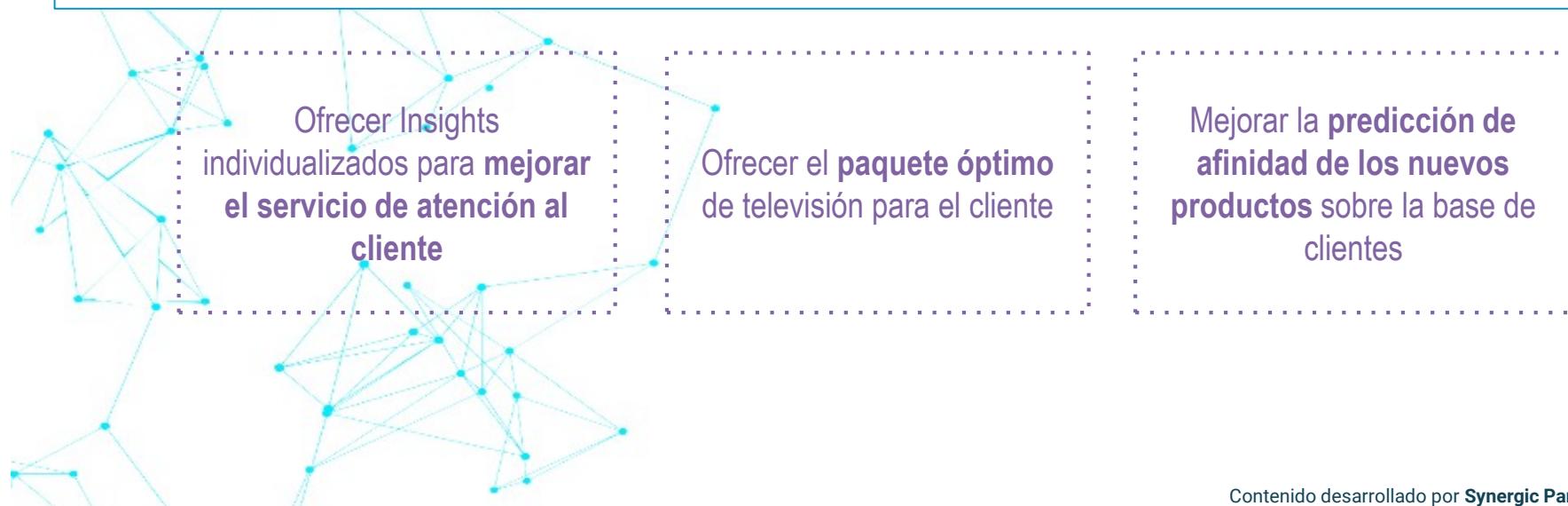
RECOMENDADOR DE PAQUETES COMERCIALES Y CONTENIDO TV

DESCRIPCIÓN



Recomendación de productos comerciales de video para cada cliente, con el objetivo de maximizar el porcentaje de clientes de TV de Alto Valor

Objetivo/problema: incrementar tasa conversión/consumo en el contratación de paquetes o contenido TV



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (5)



Nombre del caso de uso

PREDICCIÓN DE LA FUGA DE CLIENTES

DESCRIPCIÓN



- **Scoring de churn:** Este Caso de Uso tiene como finalidad **calcular el score de fuga** del segmento objetivo, con el fin de identificar aquellos clientes con un score más alto y, con ello, mayor probabilidad de fuga.
- **Path-to-churn:** Este Caso de Uso permite detectar el comportamiento previo al abandono de la compañía de los individuos analizados, con el fin de determinar **patrones de comportamiento** típicos al fenómeno del churn.

- Plantear acciones de retención personalizadas y aumentar el porcentaje final de los clientes retenidos.
- Reducción de costes



- Identificar las diferentes sendas de desvinculación.
- Generar nuevas estrategias de actuación o mejorar las actuales

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (6)



Nombre del caso de uso

DETECCIÓN DE COMPORTAMIENTOS ANÓMALOS

DESCRIPCIÓN



Prevención de posibles escenarios de fraude por medio de la detección temprana de comportamientos anómalos, en lo que se refiere al uso de los sistemas y aplicativos que podrían derivar como fraudulentos en un futuro próximo. Esta identificación permitirá tomar cuantas acciones de negocio se estimen necesarias para impedir la continuidad de ese evento.

Objetivo/problema: reducción de la tasa de fraude



Enfoque predictivo ante posibles casos de fraude



Toma de decisiones con carácter anticipativo



Mejora del performance en la operativa del área



Disminución de las pérdidas asociadas a escenarios anómalos o casuísticas de fraude

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (7)



Nombre del caso de uso

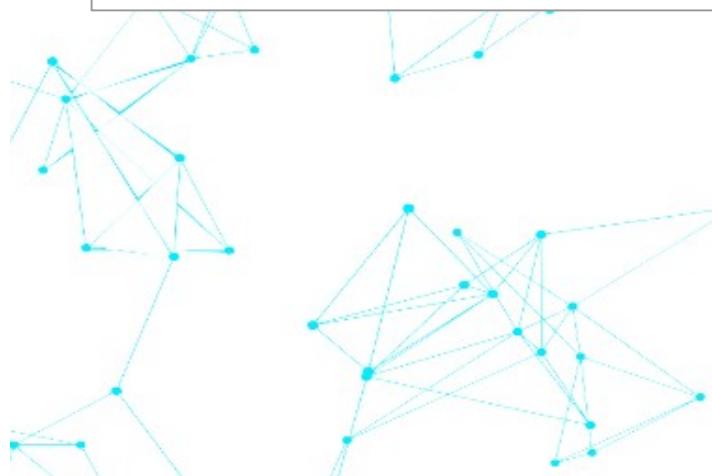
DETECCIÓN DE FACTURACIÓN ERRÓNEA DE PRODUCTOS DE TV EN CLIENTES HORECA

DESCRIPCIÓN



Análisis de los **patrones de consumo de TV** para mejorar la detección de este uso indebido de contrataciones.

Problema: El precio de un producto de TV es sustancialmente diferente entre clientes del hogar o del canal Horeca. La **indebida contratación del servicio de TV por parte de Bares y Hoteles como si fuesen clientes del hogar** lleva a la pérdida de millones de euros.



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (8)



Nombre del caso de uso

OPTIMIZACIÓN DE LA INVERSIÓN EN REDES (CAPEX)

DESCRIPCIÓN



Este caso de uso tiene como objetivo priorizar el CAPEX de red, asegurando el retorno de la inversión (cobertura y capacidad). El resultado obtenido ofrecerá una lista priorizada de zonas para acciones de red en cobertura y/o incrementos de capacidad



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (9)



Nombre del caso de uso

SMART STEPS

DESCRIPCIÓN



Smart Steps es una solución que transforma datos en bruto de red en información agregada y anonimizada sobre **movilidad** y **afluencia** de los usuarios. Esto permite trazar un **perfil demográfico** para contestar a las preguntas “**¿quién?** **¿cuándo?** **¿dónde?** **¿cómo?** **¿por qué?**”

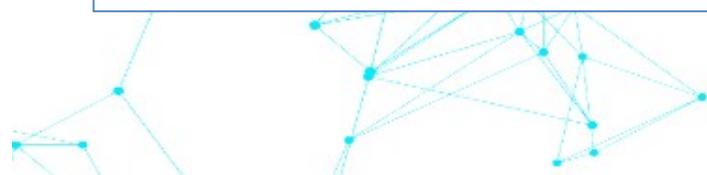
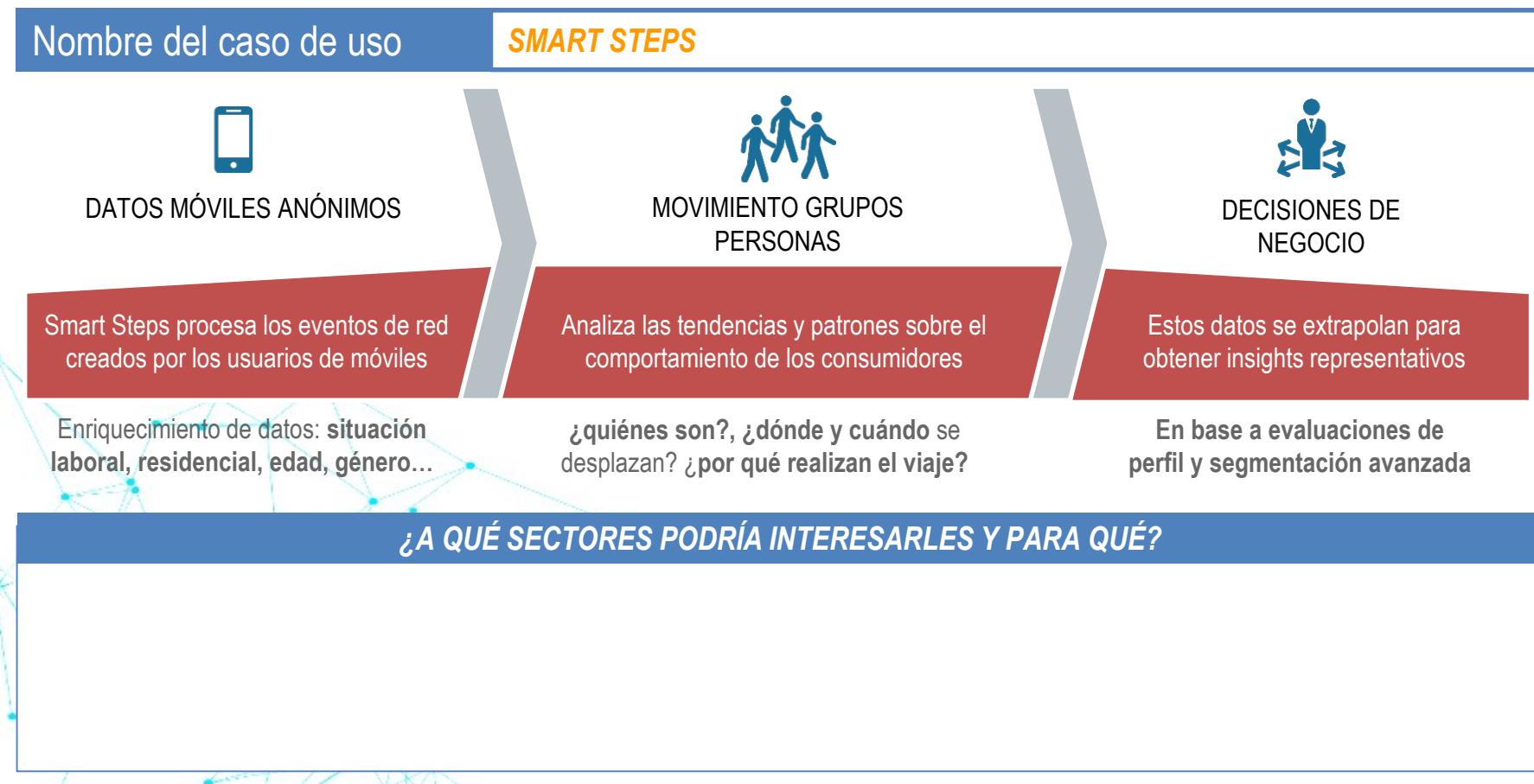
- **¿Quién?**: Perfilado por características como el género, la edad o el país de procedencia.
- **¿Cuándo?**: A qué horas se realizan los desplazamientos, en qué fechas, si es entre semana o en fin de semana.
- **¿Dónde?**: Cuál es el origen y cuál el destino, si son hogar y trabajo.
- **¿Cómo?**: En qué medio o medios de transporte y por qué ruta.
- **¿Por qué?**: El motivo y la frecuencia del desplazamiento.



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (9)



Contenido desarrollado por **Synergic Partners**

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (10)



Nombre del caso de uso

Smart Marketing & Customer Insights

DESCRIPCIÓN



- Servicio de datos para una aseguradora de coches para adaptar la tarifa del seguro de automóviles en base a los hábitos de conducción.
- Este servicio se basa en recoger los datos telemáticos generados por una aplicación móvil y del propio smartphone para generar una valoración del comportamiento de la conducción para que la compañía aseguradora decida nuevas tarifas a cada grupo de conductores.
- Adicionalmente, se desea determinar si los datos telemáticos disponen de un mayor valor para generar modelos predictivos para identificar las buenas y malas conducciones.



Contenido desarrollado por **Synergic Partners**

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (10)



Nombre del caso de uso

Smart Marketing & Customer Insights

Fuentes de datos



Información de Ruta (Localización, Carreteras, Límites de Velocidad, Dirección, Ruta),

Información de Eventos (Sensores de Acelerómetro, Giroscopio),

Información del cliente



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

TELECOMUNICACIONES (10)



Nombre del caso de uso

Fuentes de datos





Contenido desarrollado por **Synergic Partners**

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

RETAIL (1)



Nombre del caso de uso

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES (B2B)

DESCRIPCIÓN



El objetivo del caso de uso es la realización de una segmentación de los canales de distribución y ventas tradicional (tiendas), en base al comportamiento de consumidores.

Objetivo: detectar aquellas tiendas con mayor y menor potencial de ventas

Beneficios

- Identificación de los flujos de clientes target que pasan por el área de influencia de cada tienda
- Mejora del conocimiento del canal a partir de los datos de clientes
- Optimización del surtido, precios y acciones comerciales
- Identificación de las tiendas con alto potencial de venta en las que no se distribuye el producto

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

RETAIL (1)

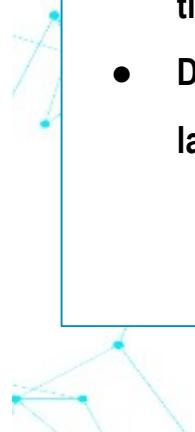


Nombre del caso de uso

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES (B2B)

FUENTES DE DATOS INTERNAS

- Información del cliente
- Ventas
- Tipo de establecimiento cliente
- Datos B2B (para conocer la facturación de las tiendas clientes)
- Datos B2B (para conocer los puntos de venta de las tiendas no clientes)



FUENTES DE DATOS EXTERNAS

- Smart Steps
- Puntos de interés
- Registro municipal
- Catastro
- AEMET



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

RETAIL (2)



Nombre del caso de uso

ANÁLISIS DEL CARRO DE LA COMPRA Y RECOMENDACIÓN DE PRODUCTOS EN TIEMPO REAL

DESCRIPCIÓN



Recomendación de acciones o productos en el momento de la compra a partir del análisis de la información del cliente

Estudio de los productos adquiridos por el cliente en la compra actual y compras pasadas para identificar relaciones entre los propios productos o entre productos y otros parámetros

Recomendación en tiempo real de aquellos productos establecidos como complementarios a los productos ya adquiridos, según parámetros externos.

Beneficios

- Personalización de la experiencia de compra.
- Adaptación a las necesidades del cliente en el momento concreto.
- Aumento del ticket medio
- Aumento del índice de satisfacción del cliente y fidelización

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

RETAIL (3)



Nombre del caso de uso

ANÁLISIS AVANZADO EN RED DE TIENDAS

DESCRIPCIÓN



Conocer las áreas de influencia de la red de tiendas y las relaciones entre los diferentes centros a partir de las transacciones realizadas por los clientes.

Beneficios

- Mejora del conocimiento relativo al comportamiento de los clientes, permitiendo de este modo identificar datos tipo:
 - La procedencia del gasto según residencia del cliente
 - Distancias medias recorridas por los clientes
 - Áreas de influencia de las tiendas
- Identificación de potenciales redes de influencia
- Análisis del comportamiento de compra entre clientes compañía y el resto de población

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

RETAIL (4)



Nombre del caso de uso

OPTIMIZACIÓN DE LA INVERSIÓN EN MEDIOS

DESCRIPCIÓN



Determinar la relación entre la inversión publicitaria por medios y las ventas por hipermercado, de tal modo que se podrá predecir las ventas del próximo mes y mejorar el reparto del presupuesto a invertir en medios.

OPTIMIZAR INVERSIÓN EN MEDIOS

Determinar el impacto por cada uno de los medios en el incremento de venta de cada tienda analizada

PLANIFICACIÓN

Determinar los diferentes tipos de campaña: branding, servicios, productos
Predecir el momento óptimo de lanzamiento de una campaña concreta para maximizar su impacto

PREDICCIÓN DE LA DEMANDA

Determinar el impacto por cada uno de los medios en el incremento de venta de cada tienda analizada

Minimizar la inversión para la consecución de un incremento de ventas en ti



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

RETAIL



Taller

Nombre del caso de uso

DESCRIPCIÓN



SOLUCIÓN

¿A QUÉ SECTORES PODRÍA INTERESARLES?





Sector Banca y Seguros

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

BANCA Y SEGUROS (1)



Nombre del caso de uso

RECUPERACIÓN DE CLIENTES

DESCRIPCIÓN



El objetivo de este caso de uso es **identificar y conocer mejor los clientes fugados y los inactivos**, con el fin de obtener un índice de estimación por cada cliente sobre la probabilidad que tiene la entidad de recuperarlo o reactivarlo.

Resultados y Beneficios

- Geolocalización de clientes por sucursales e identificación de aquellos clientes recuperables
- Incremento del retorno directo.
- Aumento de rentabilidad por provincia, oficina y segmento de cliente
- Segmentación del cliente más recuperable y listado de clientes con mayor probabilidad de recuperación.

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

BANCA Y SEGUROS (1)



Nombre del caso de uso

RECUPERACIÓN DE CLIENTES

FUENTES DE DATOS INTERNAS

- Información de recibos
- Tarjetas
- Tipología de operaciones según el sector y comercio
- Histórico de productos y servicios contratados
- Información del cliente / producto / oficina
(esta información ayudará a determinar el gasto mensual en los diferentes sectores)



FUENTES DE DATOS EXTERNAS

- **Smart Steps**
- **Puntos de interés**
- **Registro municipal**
- **Catastro**
- **AEMET**

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

BANCA Y SEGUROS (2)



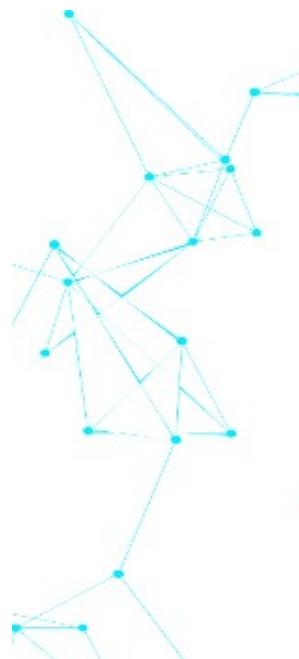
Nombre del caso de uso

DETECCIÓN DE CLIENTES DE ALTO VALOR

DESCRIPCIÓN



Detectar a **clientes actuales del banco potenciales de ser clasificados como de alto valor** pero que en la actualidad no lo están debido a los productos contratados y la actividad generada con la entidad financiera.



LO QUE SE VE

- Una cuenta que ha pasado de 5.500 euros a 800 euros en dos años
- Con esa cuenta paga un préstamo cuyo titular es su hermana

LO QUE NO SE VE

Cliente estándar con vivienda
> 1 mill euros



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

BANCA Y SEGUROS (3)



Nombre del caso de uso

PROPENSIÓN A LA CONTRATACIÓN DE PRODUCTOS

DESCRIPCIÓN



El objetivo es detectar, de forma predictiva, aquellos clientes con una mayor propensión a la compra de determinados productos bancarios

Resultados y Beneficios



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

BANCA Y SEGUROS (4)



Nombre del caso de uso

REDES DE INFLUENCIA

DESCRIPCIÓN



Detectar las personas más influyentes, así como las personas que pueden ser influenciadas, de cara a las distintas estrategias de marketing o diversas estrategias a realizar.

Se obtiene la representación de las relaciones existentes entre las personas según sean familiares, transnacionales, bancarias, sociales, empresariales, por gustos e intereses .

Resultados y Beneficios



Mayor nivel de personalización en las campañas de marketing

Nuevos insights de negocio relativos al conocimiento del cliente

Identificación de grupos de clientes de interés para futuras acciones comerciales

3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

BANCA Y SEGUROS (5)



Nombre del caso de uso

RISK SCORING & MONTHLY FEE RECOMMENDER

DESCRIPCIÓN



Clasificar usuarios en rangos de riesgo de acuerdo a su probabilidad de impago mensual. Riesgo de morosidad asociado a cada uno de los clientes.

Características y Beneficios

- Identificación de patrones de riesgo
- Detectar clientes con mayor potencial de consumo y cuáles son sus límites
- Diseño de nuevos planes y ofertas para adaptarse al comportamiento del cliente y reducir el impago



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

BANCA Y SEGUROS (6)



Nombre del caso de uso

REDUCCIÓN DEL RIESGO EN LA TOMA DE SEGUROS

DESCRIPCIÓN



Detectar las **relaciones ocultas** entre titulares, tomadores y resto de personas registradas para evitar fraudes en la contratación de pólizas.

Resultados y Beneficios

- Ranking de los clientes que **más influencia** poseen en el mercado de la aseguradora.
- Análisis acerca de edades, ciudades, entidades bancarias de las personas con influencia, con el fin de realizar **ofertas comerciales a medida**.
- Detectadas **relaciones familiares no declaradas**



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

BANCA Y SEGUROS (7)



Nombre del caso de uso

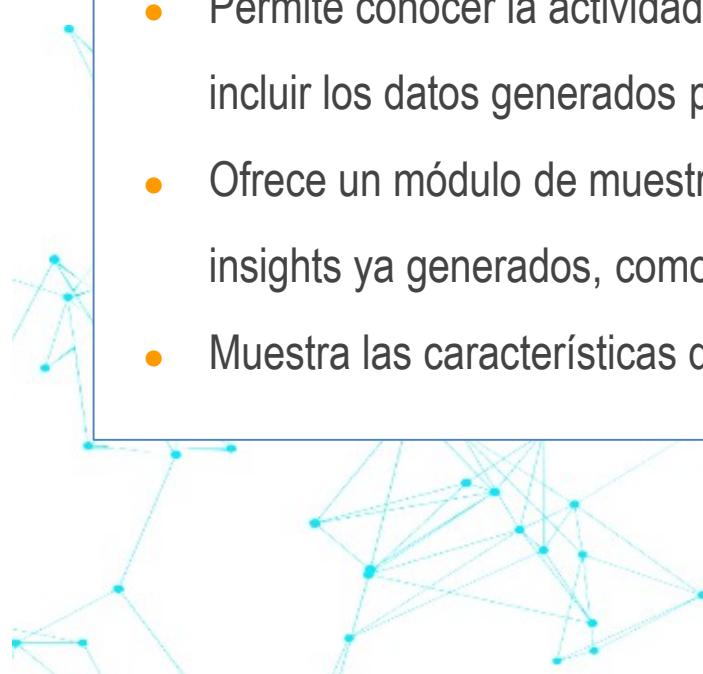
COMMERCE 360°

DESCRIPCIÓN



Transformación de datos de compras en información disponible para la toma de decisiones de negocio y captación de clientes.

- Permite conocer la actividad de una zona y sector concretos, incluyendo la posibilidad de incluir los datos generados por los TPV contratados por el cliente.
- Ofrece un módulo de muestras de datos ya analizadas poniendo a disposición del cliente insights ya generados, como son los patrones temporales de compras.
- Muestra las características demográficas y códigos postales de los *customer* del cliente.



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

BANCA Y SEGUROS (7)



Nombre del caso de uso

COMMERCE 360°

Muestra de datos ya analizados

Muestra analizada	JUN	MI NEGOCIO
Facturación	54.796€	▲9,45%
Transacciones	1.706	▲4,85%
Tarjetas	1.611	▲3,36%



3. APLICACIÓN DEL BIG DATA

Tipologías de Casos de Uso

BANCA Y SEGUROS (7)



Nombre del caso de uso

COMMERCE 360°

Muestra de patrones temporales para conocer a qué días y horas se vende más

Patrón horario del gasto



Patrón semanal



A qué días y horas se vende más en mi sector