

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE PABELLÓN DE ARTEAGA

SEP

SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA



Desarrollo Aplicación y Consultora de Sistemas de
Información

Lectura 2

**Unidad I: Fundamentos del análisis de sistemas de
información.**

PRESENTA: ***Ricardo Montoya Gómez***

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: estas son las herramientas que utiliza para asegurarse de que está obteniendo el máximo rendimiento de su inversión en marketing.

la directora de marketing Michelle Peluso encargó una plataforma a medida que pone todos sus datos de marketing y audiencia en un solo lugar. Esa plataforma se llama Perla.

lo que caracteriza a esta plataforma es su capacidad de visualizar la efectividad que tiene la campaña. para poder hacer esto perla agrega agregar numerosos datos marketing de terceros y los transforma en cuadros y graficas que ayudan al especialista a que tome una decisión.

"Ese tipo de transparencia y ese tipo de visualización obligan a la acción", dijo Peluso a Business Insider.

Cómo IBM transformó la forma en que trabajan sus especialistas en marketing

La página Top Sheet, fe creada por IBM para mostrar un resumen de la efectividad de cada campaña de marketing en toda la empresa. Con el objetivo de saber qué equipo gasta su dinero de marketing de manera más efectiva.

Esa información se agrega de una variedad de fuentes de terceros, incluidas algunas de las herramientas más populares en marketing, incluidas las de startups respaldadas por venture como Lotame y Optimizely. Sin embargo, lo que hace que Pearl sea único es que todos los datos están en un solo lugar y se representan visualmente de una manera que hace que sea fácil compararlos entre todas las diversas fuentes de datos

Actualmente, la plataforma Pearl está disponible exclusivamente para equipos dentro de IBM, pero un vocero dijo que la compañía espera comercializarla en el futuro.