

Estrategia y Gestión Empresarial basada en datos

Profesor de la asignatura: Gerardo Herranz

Sesión 12: Visualización del conocimiento

Temario

Clase de hoy

- ▶ Tema 1. La función empresarial y el valor de los datos
- ▶ Tema 2. Inteligencia de negocios: contenido y alcance
- ▶ Tema 3. El papel de los sistemas de información en la inteligencia de negocio
- ▶ Tema 4. Aspectos éticos y regulatorios en materia de seguridad y de privacidad
- ▶ Tema 5. Datawarehouse o almacén de datos
- ▶ **Tema 6. La Dirección estratégica**
- ▶ Tema 7. Nuevos perfiles profesionales en las corporaciones data driven
- ▶ Tema 8. La privacidad y el análisis masivo de datos en la práctica



Principales conceptos:

- Dónde se sitúa dentro del proceso de toma de decisiones
- Necesidades / Objetivos que satisface
- Dificultades que presenta
- Herramientas



Visualización de Resultados

Cuadros de Mando Dinámicos

Objetivo: Monitorizar la actividad de marketing (resultados acciones tácticas) así como la evolución del negocio, a través de cuadros de mando interactivos



¿Donde se sitúa el Proceso de Visualización?



Necesidades que satisface un proceso de Visualización de Datos

**“Olvido lo que leo...
Recuerdo lo que veo”**

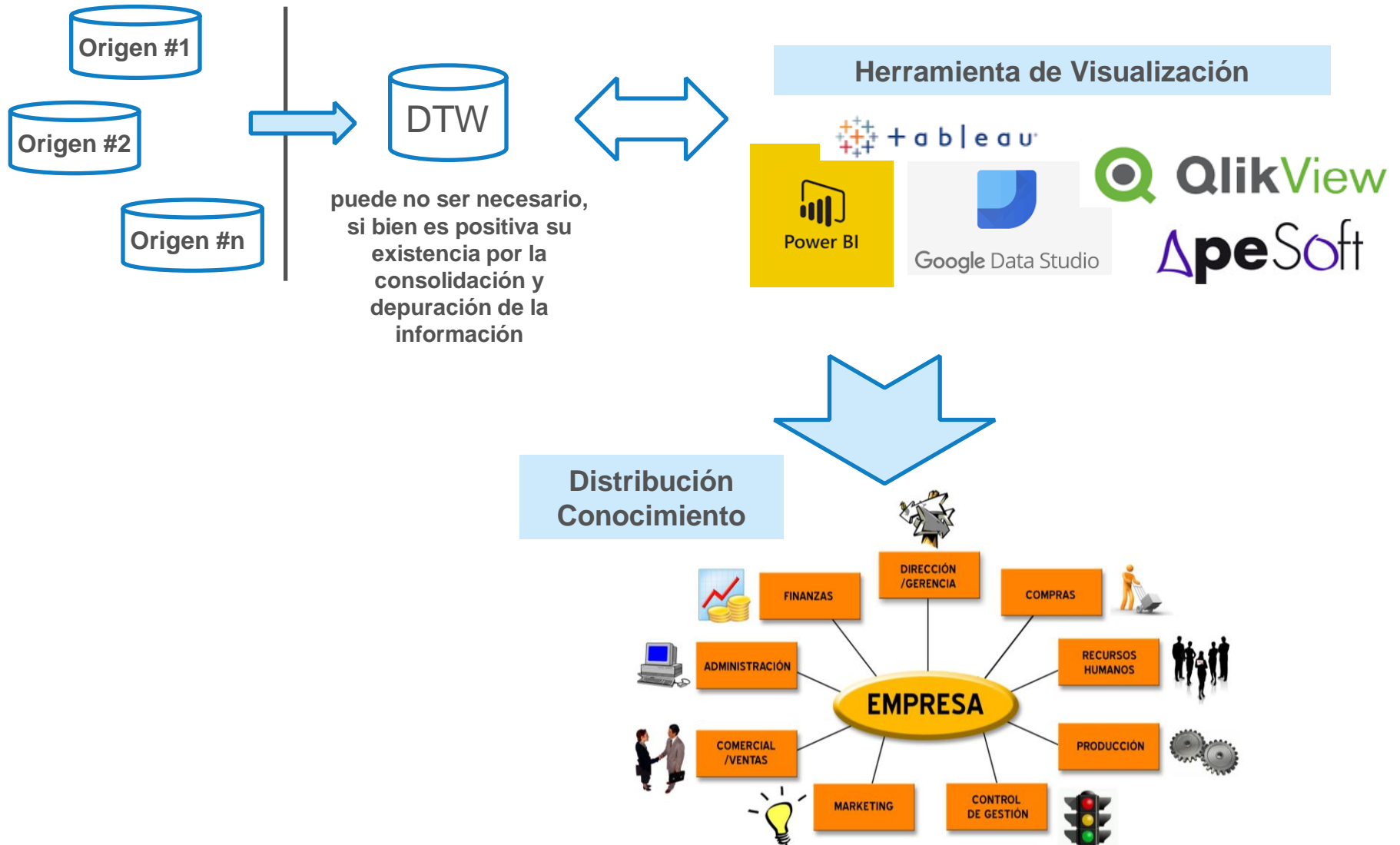


Resume bastante bien la importancia de una correcta visualización de la información y/o conocimiento

Necesidades

- Reporting que sintetice ese conocimiento
- Generar conocimiento
- Seguimiento del Negocio
- Distribuir a la Cía el conocimiento generado
- Optimizar recursos: mejora en eficacia y eficiencia

Proceso de Visualización



Proceso de Visualización

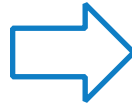
Dificultades / Aspectos a tener presentes:

- **Integración** de las distintas fuentes de información (internas, externas)
- Objetivo del proceso de visualización: **facilitar la asimiliación** del conocimiento generado
- **Usabilidad de la Herramienta** de visualización: que facilite su uso en usuarios no técnicos (interfaz “friendly”, no necesario programar)
- **Gran cantidad de información a** agregar / resumir / **VISUALIZAR**
- **Formación continuada en Skills** para manejo de la herramienta por parte de los dptos. Cliente
- Establecer **operativa de distribución y acceso** a los diferentes deliveries generados en el proceso de visualización

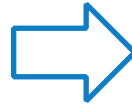
Proceso de Visualización como parte fundamental del proceso de toma de decisiones

Proceso

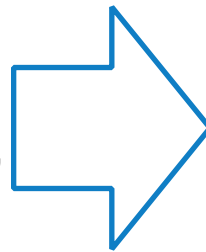
- Generar conocimiento relativo a la navegabilidad de los clientes



- Analizar ratios de conversión



- Analizar comportamientos
- Analizar ventas: mercados, productos, SKU...



Objetivo

Rediseñar y Optimizar la web para incrementar CX

Mejora continua del proceso de compra para maximizar tasa de compra

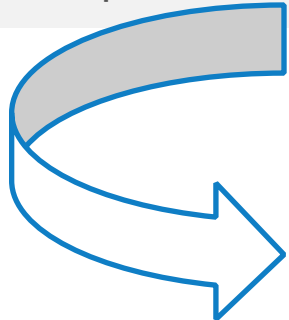
- Definición de tipologías de clientes
- Establecer distintas estrategias promocionales
- Identificar necesidades de personal, aperturas nuevos ppvv...

Herramientas de Visualización: Evolución



Análisis Estáticos

- **Formato:** excel
- **Distribución:** email, papel
- **Interactividad:** no es posible (lo máximo es una tabla dinámica)
- **Actualización:** según periodicidad establecida
- **Grafismo:** gran limitación en los recursos gráficos disponibles
- **Análisis Geográfico:** gran dificultad para su incorporar



Análisis Dinámicos



- **Formato:** múltiples y adaptadas al cliente
- **Distribución:** on-line (email con link) o plataformas ad-hoc (por ejemplo, Tableau Server: url con login del usuario)
- **Actualización:** real time
- **Interactividad:** total por parte del usuario e incluso, con posibilidad (por parte de usuario) de rediseñar informe
- **Grafismo:** nuevos gráficos, nuevas infografías, donde se permite la creación de “historias”
- **Análisis Geográfico:** mapas incorporados

SEGUIMIENTO EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD



Cuadro de Mando Integral

Cuadros de mando
Estáticos



Creación de KPI's de negocio para seguimiento de actividad a nivel Global

Kit Travel Club: Cuadro de Mando Estación de servicio

EE.SS. CRED SANTA AGNES
Código Salud: 88302003
Código Empresa: 36262

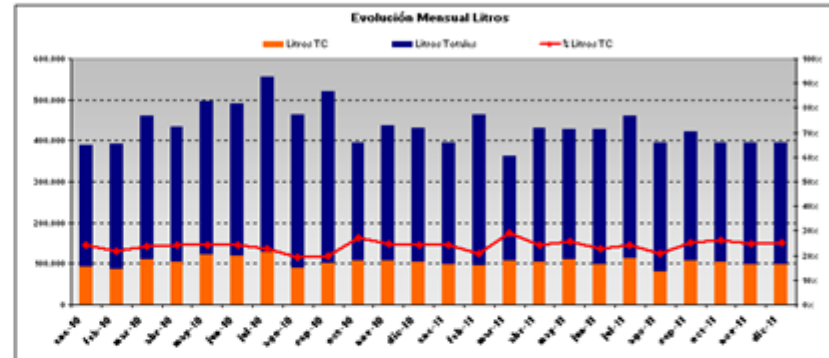
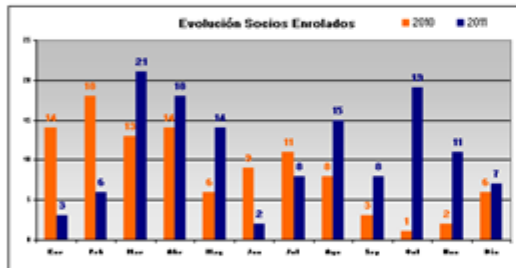
Jefe Provincial: PORTA SALAS, VICTOR
Delegación: Buenos Aires
Fecha utilizada: dic-11



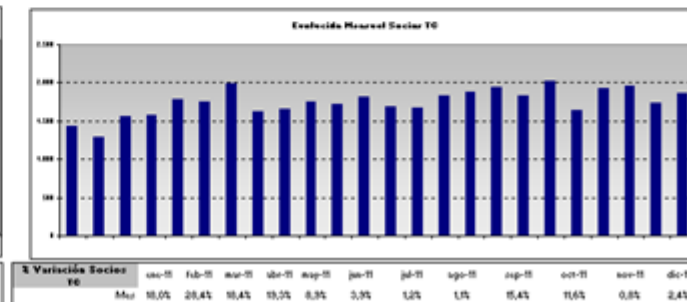
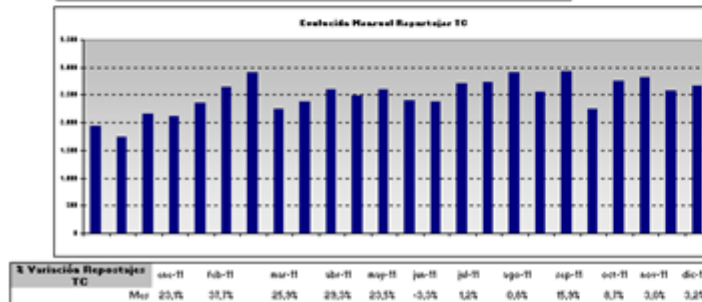
PRINCIPALES MÉTRICAS (Año actual)			
	Abc.	% vs aa	
RPS	4.574.330	+8,3%	
TC	1.268.885	+4,3%	
Total Litros			
% Venta TC	24,3%		
Total Reportajes TC	31.676	+12,6%	
Total Socios TC	21.934	+10%	
Litros incrementales potenciales	222.212		

Enrolamiento y Captación (Año actual)			
	Abc.	% vs aa	
Socio	132	+26%	
#			
Litros	85.650	+10,5%	
% vs aa			

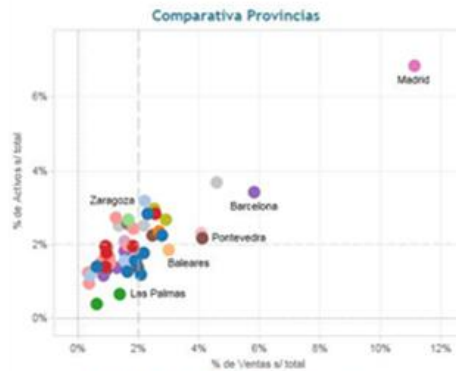
Redención on-site			
	Abc.	% vs aa	
Nº de operaciones	29	+480%	
% vs aa			
Punto	74.250	+102%	
% vs aa			



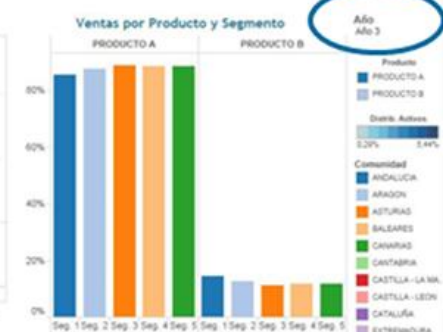
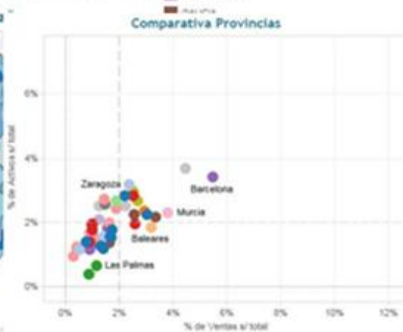
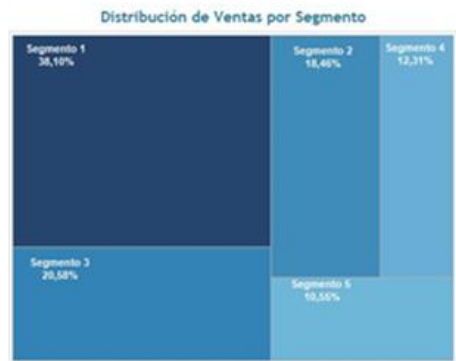
% Variación Litros (vs año anterior)	ene-11	feb-11	mar-11	abr-11	may-11	jun-11	jul-11	ago-11	sep-11	oct-11	nov-11	dic-11
Med (Litros total)	2,1%	11,3%	-21,4%	-1,1%	-13,1%	-12,2%	-16,3%	-14,3%	-16,7%	0,0%	-3,3%	-1,3%
Med (Litros TC)	3,3%	12,7%	-3,4%	-0,5%	-8,5%	-18,1%	-15,5%	-8,5%	3,4%	-3,3%	-10,4%	-5,3%



Cuadro de Mando Integral

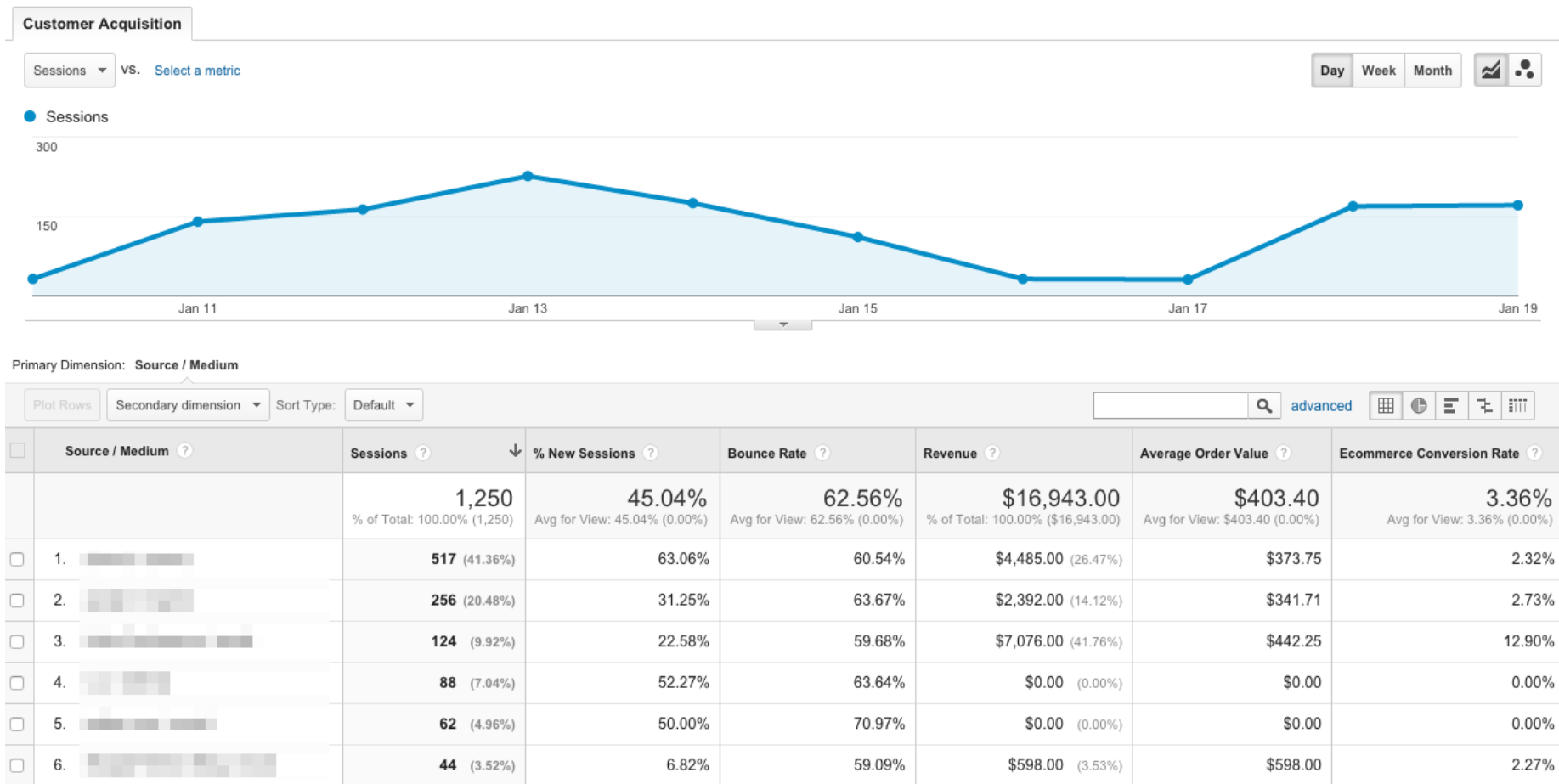


Interactivo
Diseño *ad hoc*

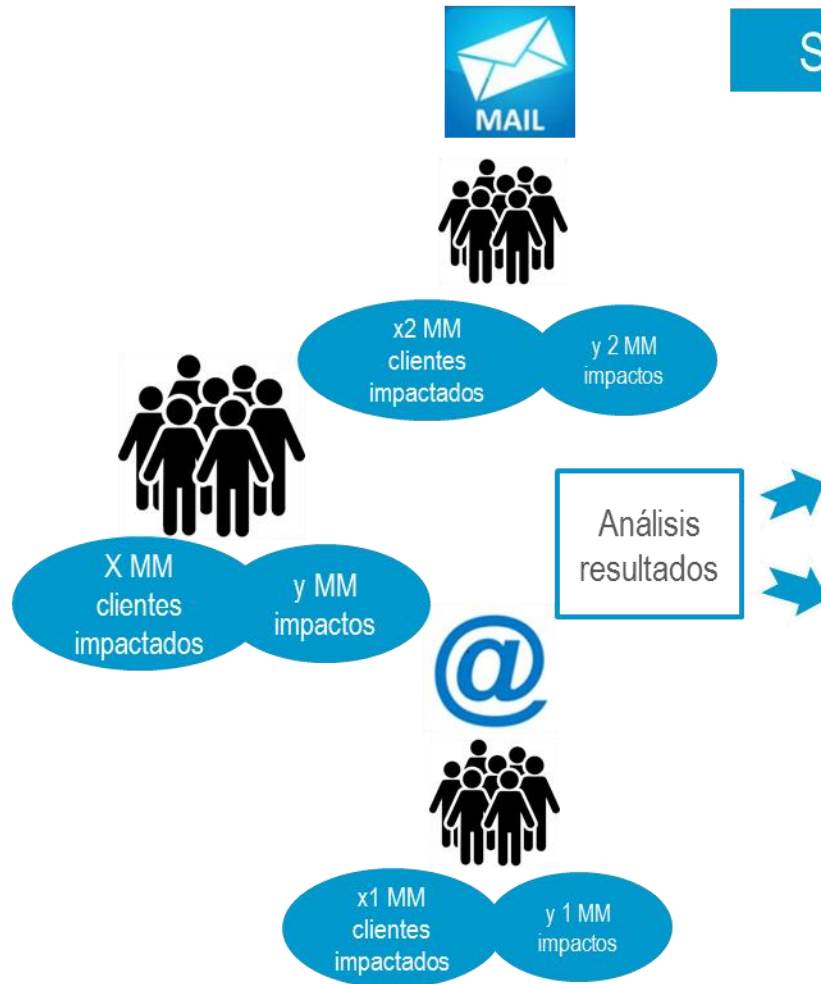


Interactivos (*Drill Down*)

Cuadro de Mando Integral

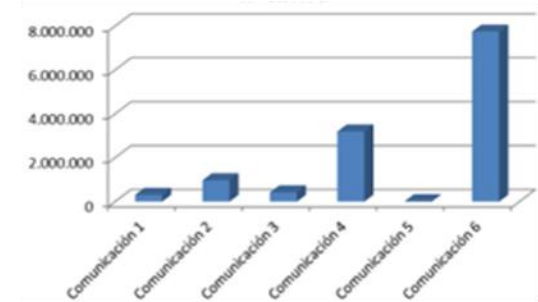


Cuadro de Mando Integral



Seguimiento resultados estrategia de marketing

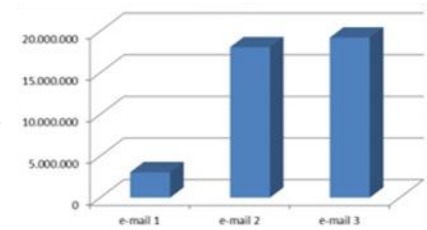
N.º envíos



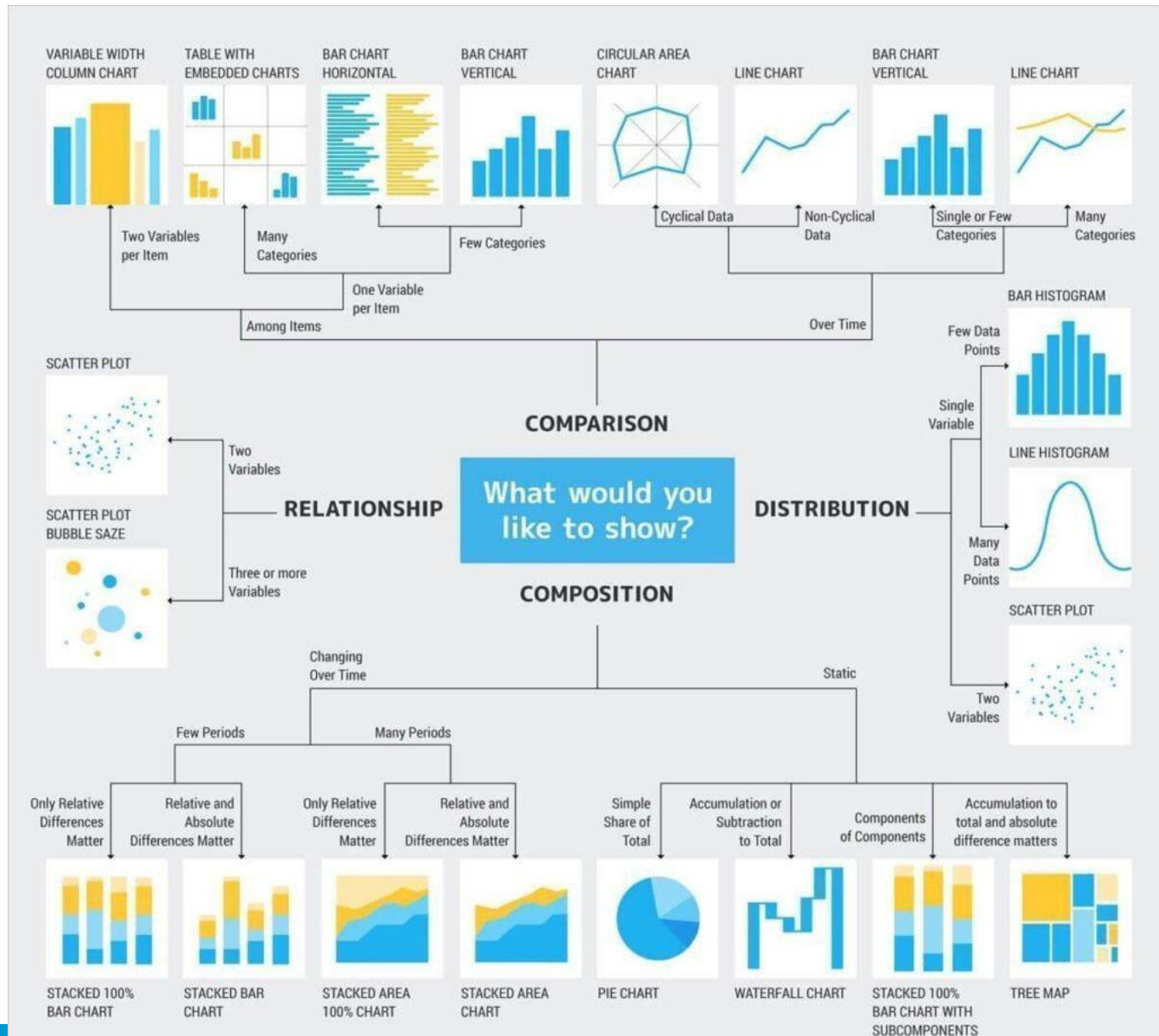
Oferta	Envíos	Impactos	Activos Total	Varia Impactos	% IDK	Gasto medio	Tickets medio	Recurrencia
Seg. 1 1.000 puntos	392	0	0	0	0,0%	0,4	0,4	0,0
	127.524	14.133	1.332	1.330.919	4,7%	2.024 €	1.333 €	1,3
Seg. 2 300 puntos	10.252	0	0	0	0,0%	0,4	0,4	0,0
	1.247.192	1.245.094	4.974	7.740.094	0,3%	1.794 €	1.014 €	1,3
Seg. 3 300 puntos	194	0	4	0	0,0%	0,4	0,4	0,0
	15.338	1.384	434	172.217	2,2%	1.741 €	1.430 €	1,3
Seg. 4 300 puntos	18.474	0	4	0	0,0%	0,4	0,4	0,0
	3.889.341	398.437	2.055	1.498.701	0,2%	1.723 €	1.392 €	1,7

ENVIOS	APERTURAS	CLICK THROUGH	ACTIVOS APERTURAS	ACTIVOS NO APERTURAS	ACTIVOS TOTAL	%IMPACTO	CLICK THROUGH (APERTURAS)	IDK
Seg. 1	2.335	0	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%
	71.639	3.330	372	11	93	7,4%	7,0%	2,0%
Seg. 2	490	0	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%
	220.311	17.384	694	0	34	7,4%	2,2%	0,2%
	363.189	22.094	1.273	14	130	7,5%	5,6%	6,4%

N.º envíos



¿Qué tipo de gráfico es el más adecuado?





www.unir.net