

Construya una estrategia de datos maestros para impulsar los resultados del negocio

Guía útil para una visión integral con datos relevantes y confiables



Contenido

Introducción: Los conocimientos de datos confiables impulsan decisiones comerciales seguras	04	Obtener valor de las fusiones y adquisiciones	12
Los mejores resultados comerciales provienen de mejores datos	05	Oportunidades de ahorro de costes en EMC	13
Los datos de confianza conducen a conocimientos fiables	06	Próximos pasos: aproveche los datos maestros para potenciar su organización	15
Atención personalizada al paciente de UPMC	07	Conclusiones clave	17
Mejorar la entrega de productos y servicios con datos	08	Fuentes de Informatica	18
Nissan crea una vista de 360-grados de los clientes	09	Acerca de PowerData	19
Acelere el crecimiento de los clientes mediante el análisis	10		
Transamerica obtiene conocimientos valiosos para ofrecer a los clientes experiencias personalizadas	11		



Introducción

Los conocimientos de datos
confiables impulsan decisiones
comerciales seguras

Los conocimientos de datos confiables impulsan decisiones comerciales seguras

Las organizaciones actuales necesitan innovar y comunicarse para seguir siendo competitivas. Las innovaciones empresariales de éxito se construyen sobre una base de datos fiables. La forma en que los clientes se relacionan con la empresa también ha cambiado. Cada vez son más clientes se comunican con organizaciones a través de redes sociales, multimedia, chatbots y dispositivos móviles por lo que las organizaciones se están transformando con un enfoque empresarial centrado en el cliente y en los datos. Como resultado, las organizaciones se están transformando con un enfoque empresarial centrado en el cliente y basado en datos.

Para mantener el éxito en este panorama de mercado cambiante, su organización necesita introducir rápidamente nuevos productos y servicios, comprometerse continuamente con clientes actuales y potenciales, brindar una experiencia de marca única y crear relaciones sólidas con los proveedores. Todo esto requiere datos confiables, relevantes y fidedignos.

Con demasiada frecuencia, los datos más críticos para el negocio se encuentran dispersos en silos en los sistemas y procesos de la organización. La gran escala de los conjuntos de datos, las complejidades de los procesos comerciales y las muchas aplicaciones que abordan tareas

específicas dificultan el mantenimiento de datos de calidad y la obtención de una visión completa de los conocimientos empresariales.

Según “2017 Global CEO Outlook”, el sesenta y cuatro por ciento de los directores ejecutivos dicen que son efectivos para detectar las señales del mercado. Sin embargo, su éxito continuo se basa en datos de alta calidad. Cuarenta y cinco por ciento dice que su conocimiento del cliente se ve obstaculizado por la falta de datos de calidad y el cincuenta y seis por ciento está preocupado por los datos en los que basan sus decisiones estratégicas.

Para obtener información útil, es necesario capturar, relacionar y compartir los datos entre los procesos y aplicaciones de la empresa en el momento oportuno. La identificación de relaciones útiles entre diferentes tipos de datos requiere conocimientos inteligentes y un único sistema de confianza que proporcione una visión completa de los datos críticos para el negocio. Como resultado, las iniciativas de datos estratégicos que ofrecen una única versión de la verdad han surgido como capas cruciales en la arquitectura de datos de una empresa.

En las siguientes páginas se ofrecen las mejores prácticas y ejemplos de cómo una estrategia eficaz

de gestión de datos maestros, datos relevantes y fiables brinda una vista completa e integral de sus datos para impulsar los resultados comerciales en el mundo actual.

¿Qué es una estrategia eficaz de gestión de datos maestros?

Una estrategia eficaz de gestión de datos maestros implica una visión completa e integral de datos confiables, relevantes, gobernados y autorizados. Este enfoque puede ser modular en función de sus necesidades y puede abarcar múltiples dominios de datos, incluidos clientes, productos, proveedores y potencialmente docenas más.

Una estrategia completa de gestión de datos maestros aborda los objetivos empresariales críticos para las empresas actuales centradas en el cliente y orientadas a los datos.



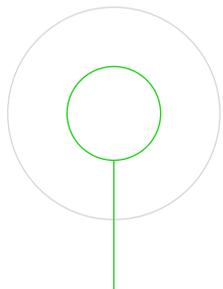
Mejores resultados empresariales provienen de mejores datos

Las iniciativas de datos estratégicos y de confianza con una gestión de datos maestros abordan los problemas de silos de datos y los problemas de calidad, además de proporcionar una visión fiable de sus datos críticos para el negocio y sus relaciones. Este enfoque deliberado en la calidad y la utilidad de los datos empresariales puede eliminar los esfuerzos únicos repetitivos, costosos y que consumen mucho tiempo. Un esfuerzo cuidadoso y centrado en los datos puede ayudar a impulsar decisiones estratégicas, reducir costos, aumentar los ingresos, mejorar las operaciones, reducir los riesgos y capitalizar las oportunidades comerciales.

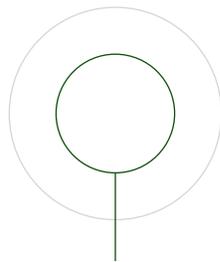
Los datos confiables y de alta calidad le permiten abordar múltiples iniciativas comerciales en su organización.

Por ejemplo, le ayuda a:

- Permitir que los equipos de marketing segmenten mejor a sus clientes y destinen sus dólares de marketing a campañas que generen un ROI más alto
- Capacitar a los equipos de ventas con un conocimiento profundo del cliente para identificar las mejores oportunidades de venta cruzada o de venta adicional
- Permita que los equipos de servicios predigan los desafíos de los clientes y resuelvan problemas de forma proactiva.



El 45% de los directores ejecutivos dicen que la percepción del cliente se ve obstaculizada por la falta de datos de calidad.



El 56% de los directores ejecutivos están preocupados por los datos en los que basan sus

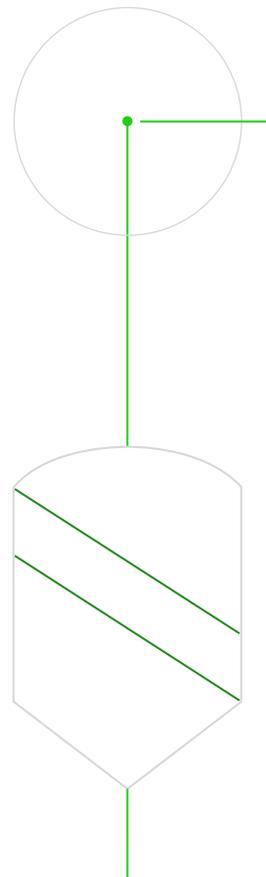
Los datos de confianza conducen a conocimientos fiables

Muchas organizaciones sufren debido a la mala calidad de los datos. Por ejemplo, la fragmentación y degradación de datos en numerosas aplicaciones locales y en la nube afecta la confiabilidad de los datos, por lo tanto afecta en sus decisiones y estrategias comerciales basadas en estos datos.

Sin una visión única y de 360 grados de los datos, los empleados dedican una enorme cantidad de tiempo en la agregación manual y limpieza de datos. La fragmentación también conduce a errores en los datos, información incompleta y datos poco fiables. Posteriormente, sus proyectos de análisis corren el riesgo de obtener datos incompletos, propensos a errores y no estandarizados.

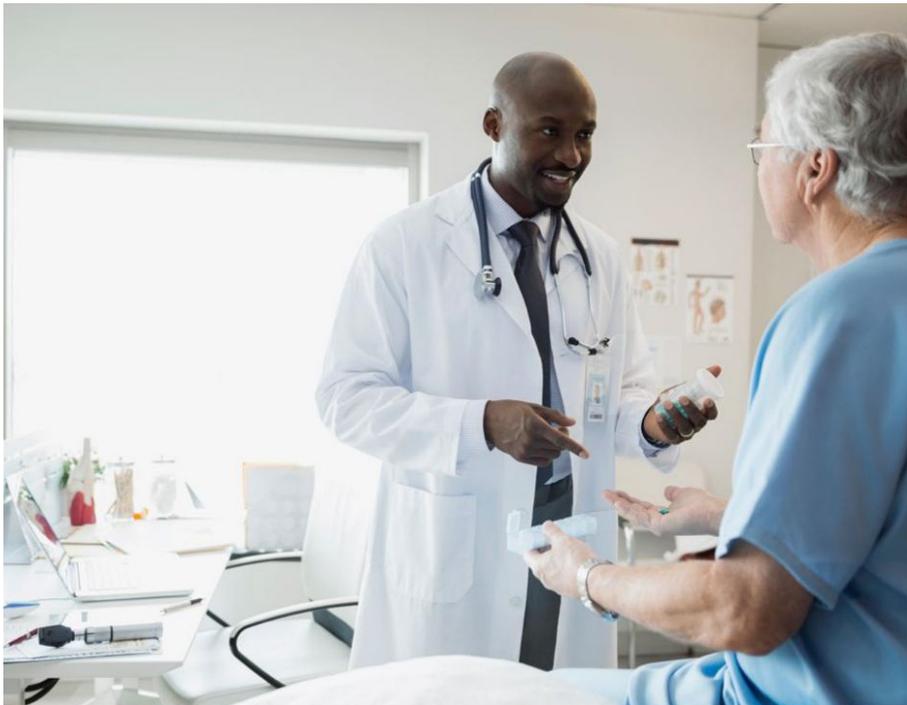
Al centrarse en la calidad de los datos, así como en crear una visión estandarizada de sus clientes y sus relaciones, puede acelerar sus iniciativas de transformación digital basadas en datos, desarrollando rápidamente nuevos productos, llegar a clientes actuales y potenciales, brindar una experiencia de marca única y crear relaciones sólidas con los proveedores.

Según Harvard Business Review, solo el tres por ciento de los datos de las empresas cumple con los estándares básicos de calidad. La mejora de la calidad de los datos debe ser su máxima prioridad.



Solo el **3%** de los datos de las empresas cumple con los estándares básicos de calidad.

La UPMC es ahora capaz de ofrecer una forma repetible y personalizada para producir los mejores resultados posibles para los pacientes.



La atención personalizada al paciente de UPMC

UPMC es un proveedor de atención médica de clase mundial que utiliza datos confiables para impulsar un enfoque de autoservicio más integral para sus análisis.

Como muchas organizaciones, UPMC enfrenta el desafío de los datos generados por varias partes de la empresa. Además de los desafíos técnicos de garantizar datos confiables, consistentes y de alta calidad en toda la organización, UPMC también está limitada por las regulaciones de privacidad diseñadas para proteger los registros de datos personales de atención médica.

Un enfoque estratégico en los datos permitió a UPMC elevar la calidad de sus datos clínicos, financieros, administrativos y genómicos para ofrecer a los responsables de la toma de decisiones una visión completa de la información del paciente. UPMC es ahora capaz de ofrecer una forma repetible y personalizada de producir los mejores resultados posibles para los pacientes. El proveedor de la atención médica ahora también puede analizar los diversos factores que afectan los resultados de la atención médica. Por ejemplo, el costo de la cirugía de columna se ve afectado por la atención previa a la cirugía y los costos relacionados con la recuperación.

Mejorar la entrega de productos y servicios con datos

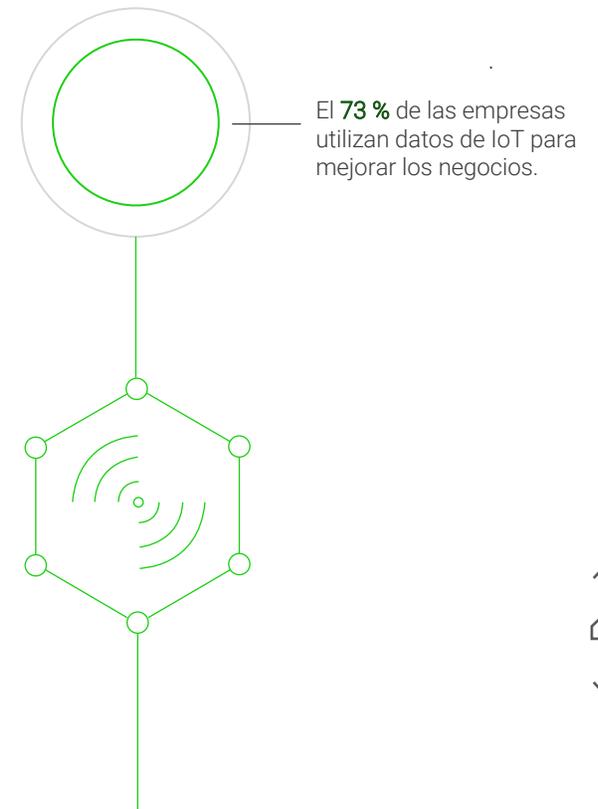
El ritmo acelerado de los negocios digitales requiere un enfoque láser en la creación de datos confiables en su organización. Pero las aplicaciones especialmente diseñadas para marketing, ventas y servicios han creado datos aislados sobre sus clientes, productos y proveedores. Cuando crea una vista de extremo a extremo de estos datos y los pone a disposición a los responsables de la toma de decisiones, ofreciendo una experiencia superior en cada punto de contacto.

Las organizaciones tienen un fuerte impulso para recopilar información en tiempo real sobre los clientes, productos y proveedores. Necesitan una vista de 360 grados de los clientes, los productos que compraron y los productos en los que han mostrado interés. También necesita agregar las transacciones de los clientes y interacciones para crear una vista completa y unificada. Además, las innovaciones en Internet de las cosas (IoT) han agregado nuevas dimensiones a la inteligencia del cliente. Por ejemplo, empresas como Nissan quieren predecir la falla en los motores de los automóviles y ayudar a los clientes de manera proactiva (más sobre esto en la siguiente sección).

Según Connected Futures Cisco Research, el setenta y tres por ciento de las empresas utilizan datos de IoT para mejorar los negocios. El cuarenta

y siete por ciento usa datos de proyectos de IoT para mejorar la calidad o el rendimiento del producto, y el cuarenta y dos por ciento usa datos de IoT para reducir el mantenimiento o el tiempo de inactividad.

Una vez que haya creado esta visión toda la empresa debe poner en funcionamiento estos datos para asegurarse de que estén disponibles para todas las aplicaciones y sistemas analíticos, esto lo ayudará a dirigirse al cliente adecuado, con la oferta adecuada en el momento adecuado, y aumentará sus posibilidades de ganar frente a la competencia.



Nissan puede desarrollar ofertas personalizadas dirigidas al cliente correcto en el momento correcto.



Nissan crea una vista de 360 grados de clientes

Nissan Europa concilia la información de 90 fuentes en 24 países para crear un potente visión de 360 grados de los clientes. La empresa utiliza una estrategia de gestión de datos maestros para integrar los datos de los clientes con los datos del concesionario y del vehículo, aportando eficiencia a su estrategia de gestión de datos de clientes. El resultado es que Nissan puede desarrollar ofertas personalizadas dirigidas al cliente correcto en el momento correcto.

Gracias a la gestión de la información del cliente, del vehículo y del concesionario, Nissan mejoró cómo, cuándo y qué comunica a los clientes. Nissan aumentó las tasas de conversión de los clientes y elevó la percepción de la marca de la empresa.

En definitiva, la organización ha aumentado sus ingresos al centrarse en la calidad de los datos.



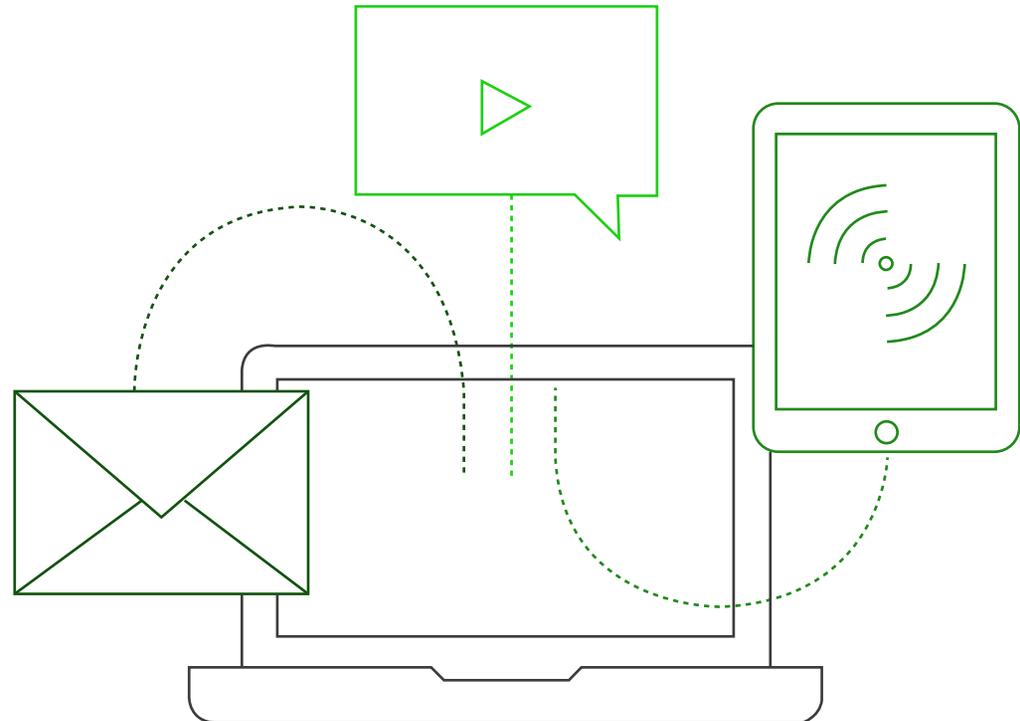
Acelerar el crecimiento de los clientes mediante el análisis avanzado

Los datos se han vuelto omnipresentes en todas las organización. A primera vista, parece que que la analítica debería cumplir con su promesa de creación de valor. Sin embargo, los datos a menudo parecen el armario desordenado, en el que es difícil separar los verdaderos conocimientos del ruido.

Una organización típica tiene múltiples líneas de negocios que abarcan diferentes productos y servicios. Esta configuración a menudo conduce a que la información de un solo cliente aparezca en varios sistemas, con la posibilidad de variación en los nombres, direcciones y otra información de contacto. A este caos se suma el hecho de que las empresas no tienen una forma fácil de entender las relaciones de con sus clientes, sus datos personales y sus preferencias basadas en compras e interacciones anteriores.

Si sus equipos de marketing y ventas intentan crear una campaña dirigida, se enfrentará a un enorme desafío al recopilar los datos de sus clientes en estos sistemas, crear la mejor versión de la verdad, e identificar las coincidencias de los productos. Esto afecta su capacidad para individualizar sus ofertas y aumentar sus posibilidades de elevar las ventas.

Al crear una visión de confianza y enriquecedora en toda su organización, puede realizar una mejor segmentación y ejecutar campañas de marketing personalizadas.



La solución permitió a la empresa crear una visión única y completa de los datos del perfil de los clientes, datos potenciales, los socios, el historial de solicitudes, los registros web y mucho más.



Transamerica obtiene conocimientos valiosos para ofrecer a los clientes experiencias personalizadas.

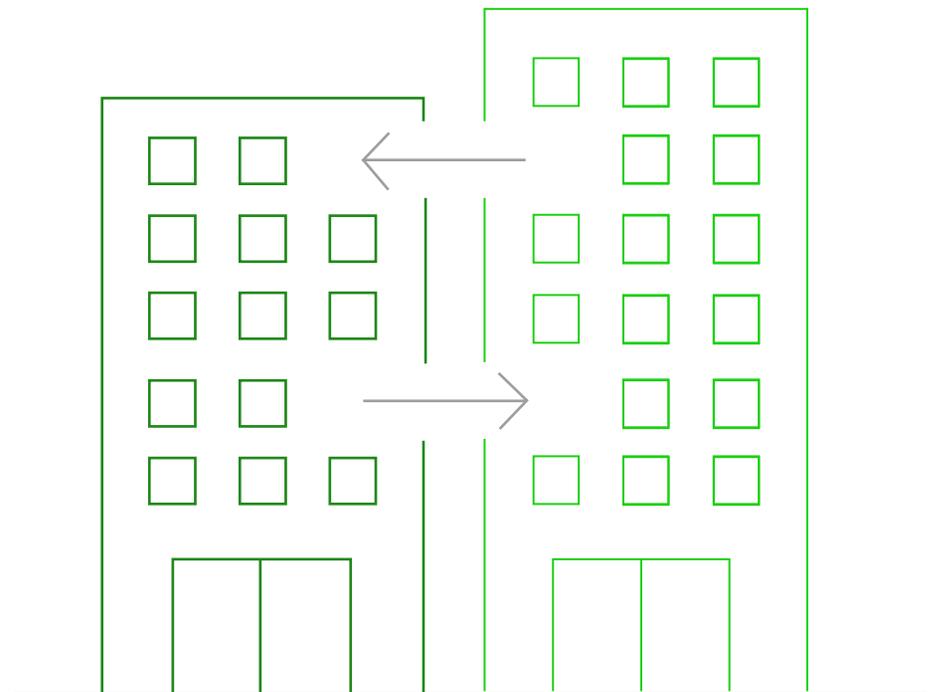
Transamerica quería crear una plataforma única para gestionar los datos de clientes y prospectos de fuentes diversas. La empresa también necesitaba una visión empresarial consistente y segura de los datos, manteniendo un control estricto y protocolos de privacidad sobre los activos de datos. Esta visión de confianza en todas las unidades de negocio le permitiría comprender y entender mejor a los clientes y sus hogares, con el objetivo final de optimizar su inversión en campañas de marketing.

La empresa implementó datos de marketing con gestión de datos maestros en su núcleo. La solución permitió a la empresa crear una vista única y completa de los datos del perfil de los clientes, datos de potenciales y de los socios, historial de solicitudes, registros web y más. Esto facilitó la capacidad de Transamerica para descubrir nuevos conocimientos y desplegar con precisión programas de marketing personalizados para sus clientes. Con los datos relevantes de los clientes al alcance de la mano, los equipos de analistas de negocio y científicos de datos de Transamerica pueden ofrecer más rápidamente información fiable y relevante sobre los clientes y adaptarse a las necesidades cambiantes del negocio.

Obtener valor de las fusiones y adquisiciones

Vivimos en un mundo dinámico y las organizaciones están pasando por una amplia transformación. Las fusiones y adquisiciones (M&A) son la norma en muchas industrias. Durante estas transformaciones, la falta de una forma coherente y racionalizada de integrar los registros de clientes, productos y otros datos maestros puede ser un obstáculo importante para el éxito. Por ejemplo, si las empresas no saben quiénes son sus clientes comunes, es posible que no se den cuenta de la rentabilidad y el aumento de los ingresos. Las fusiones y adquisiciones son sensibles al tiempo tiempo y pueden convertirse rápidamente en un de las organizaciones, limitando su capacidad de de escalar el negocio para poder realizar ventas cruzadas y aumentar las ventas de manera eficiente.

Los datos fiables desempeñan un papel crucial para que las organizaciones puedan realizar ventas cruzadas de diversos productos en las empresas fusionadas, identificando a los clientes comunes y los productos que poseen. Las reglas comerciales se aplican para crear una vista única y confiable de los clientes junto con los productos y servicios que poseen en las entidades fusionadas. La gestión de datos maestros también puede proporcionar una visión holística de los proveedores, de modo que las organizaciones puedan aprovechar mejor el costo de la adquisición de materias primas. Al centrarse en los datos maestros, las organizaciones pueden optimizar las fusiones, realizar sinergias de fusiones y adquisiciones más rápido y reducir el riesgo para que puedan obtener el máximo rendimiento para sus accionistas.



La estrategia de administración de datos maestros de EMC les ayuda a administrar y compartir de forma segura datos de contacto, cuentas de clientes, canales y regiones.



Oportunidades de ahorro de costes en EMC

EMC ha crecido a través de 70 fusiones y adquisiciones, pasando de ser un proveedor de hardware de almacenamiento a un proveedor de productos y servicios de información y en la nube. Estos incluyen almacenamiento, protección de datos y gestión de infraestructura. Este rápido crecimiento ha tenido un costo, ya que EMC cuenta con una amplia empresa de datos en silos y cientos de sistemas independientes, lo que dificultaba su capacidad de servir los datos a la velocidad requerida por el negocio.

La empresa trabajó para derribar los silos y hacer que los datos precisos de los clientes estén disponibles universalmente. La estrategia de administración de datos maestros de EMC les ayuda a administrar y compartir de manera segura datos de contacto y cuentas de clientes entre funciones, canales y regiones. MDM proporciona un identificador único para clientes potenciales, cuentas de clientes, ubicaciones y socios. Todos los procesos comerciales de la organización que respaldan las ventas, la fabricación o los servicios ahora tienen una mejor perspectiva de las interacciones con los clientes. Al crear datos confiables entre entidades fusionadas, EMC obtuvo una ventaja competitiva y identificó costos de oportunidad de más de 40 millones de dólares al año.

Próximos pasos:

Aproveche los datos maestros para potenciar a su organización



Próximos pasos: aproveche los datos maestros para potenciar su organización

Una estrategia eficaz de administración de datos maestros combina una solución MDM multidominio con calidad de datos, enriquecimiento de datos y seguridad de datos para agilizar su capacidad de administrar todos los datos críticos para el negocio en su organización en un solo lugar. Una estrategia eficaz también aprovecha los grandes datos para potenciar sus entornos operativos y analíticos.

Además, una estrategia eficaz de gestión de datos maestros le ayuda a acelerar la toma de decisiones basada en datos y mejorar los resultados de su negocio. Estos son algunos de los poderosos beneficios:

- **Automatice las operaciones comerciales**

Podrá centrarse en los retos empresariales cruciales en lugar de las actividades de limpieza de datos manuales, redundantes y que consumen mucho tiempo en toda la organización.

- **Información de seguimiento rápido**

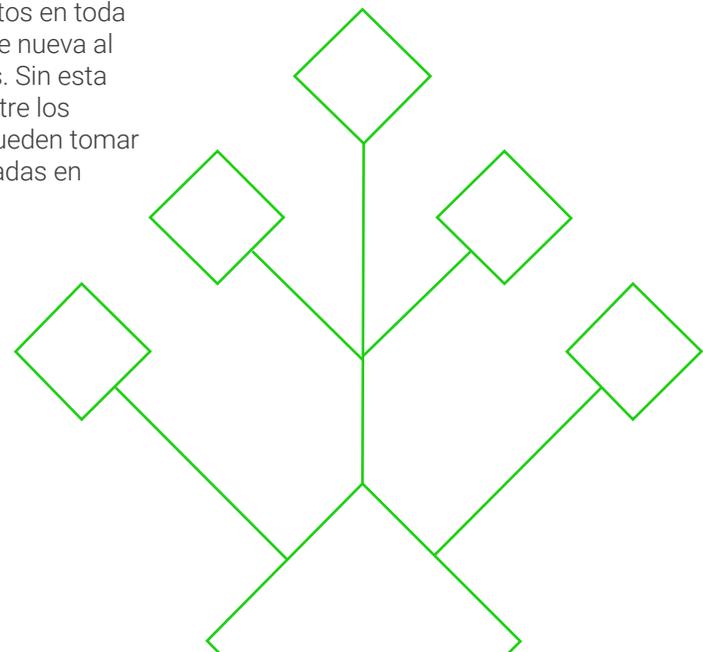
Con la capacidad de descubrir fácilmente nuevos conocimientos en múltiples dimensiones de datos, obtiene una visibilidad más profunda de la información procesable. Como resultado, podrá realizar un seguimiento rápido de los conocimientos.

En lugar de tomar semanas y meses, los datos confiables habilitados por la estrategia correcta de administración de datos maestros pueden ayudar a los responsables de la toma de decisiones con información basada en hechos en cuestión de horas.

- **Capacite a sus empleados**

Proporcione datos de calidad a sus empleados en un entorno de autoservicio. Como resultado, sus empleados externos e internos pueden ser más eficaces en su trabajo.

La gestión de múltiples dominios de datos en toda la empresa es una adición relativamente nueva al campo de la gestión de datos maestros. Sin esta base confiable de datos y relaciones entre los dominios de datos, sus ejecutivos no pueden tomar decisiones comerciales confiables basadas en estos datos.



Conclusiones clave

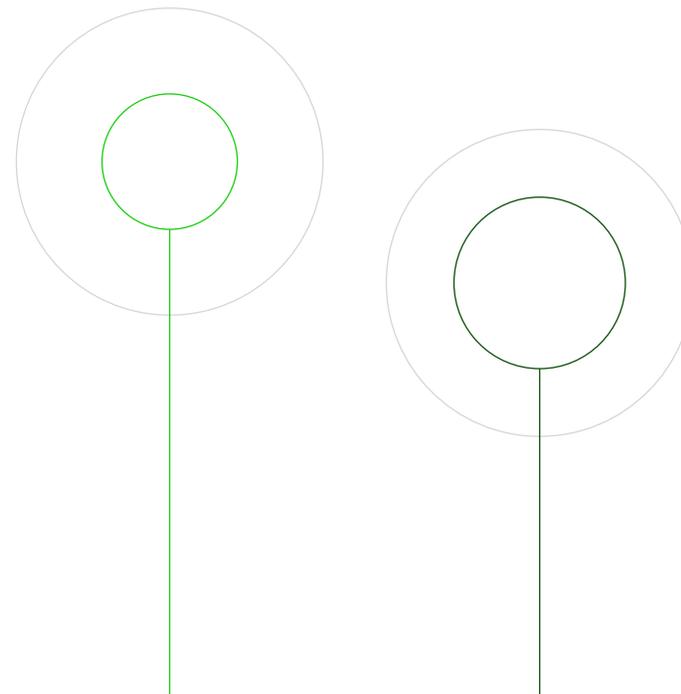
Cada organización tiene desafíos únicos. Un enfoque estratégico en la gestión de datos maestros con datos relevantes y confiables lo coloca en una posición mucho mejor para obtener rápidamente información valiosa. En última instancia, esto ayuda a la empresa a innovar más rápido en su mercado y generar mejores resultados comerciales.

Los datos confiables lo ayudan a:

- Retener a clientes existentes y adquirir nuevos clientes
- Evite multas costosas y proteja la marca al momento de cumplir con los requisitos reglamentarios, como el RGPD
- Construir mejores relaciones con los clientes y brinde experiencias personalizadas
- Mejorar la entrega de productos y servicios
- Optimizar las fusiones o adquisiciones para hacer realidad el potencial de crecimiento
- Mejorar los procesos empresariales de la organización de principio a fin

- Permanecer siempre por delante de la competencia

En resumen, su transformación digital impulsada por los datos se basa en datos de confianza. Al invertir su tiempo y energía en la estrategia correcta de gestión de datos maestros, los datos se convierten en un activo estratégico. Al dar rienda suelta al poder de los datos, puede convertirse en el disruptor inteligente de su industria.



Fuentes de Informatica

1. **KPMG.** Perspectivas del CEO de EE. UU. 2017: interrumpir y crecer. 13 de junio de 2017
2. **Revista de negocios de Harvard.** "Solo el 3% de los datos de las empresas cumple con los estándares básicos de calidad". Tadhg Nagle, Thomas C. Redman y David Sammon. 11 de septiembre de 2017
3. **Investigación de Cisco sobre Futuros Conectados**
"Internet de las Cosas Valor: desafíos, avances y mejores prácticas". 20 de mayo de 2017

Esta guía es una traducción al español de la versión original ["Build a Master Data Strategy to Power Business Results"](#) publicado por Informatica.



Informatica
PLATINUM PARTNER

PowerData, es una compañía multinacional de origen español con destacada presencia regional, como especialistas en gestión de datos en la nube, está preparada para ayudar a las organizaciones a acelerar su camino hacia la transformación digital y brindar la previsión necesaria para que sean más ágiles y aprovechen nuevas oportunidades de crecimiento.

PowerData e Informatica se convirtieron en socios desde el año 2000, desde entonces se ha estrechado la relación con más de 100 organizaciones de diversos sectores, categorías y nichos, quienes han depositado su confianza en las soluciones de Informatica, y en el expertise y Know-how de PowerData.

Te invitamos a explorar los proyectos donde aportamos valor con la gestión de datos.

powerdata.es

