

Datos de marketing que cobran vida

Todo el tiempo usas datos: en medios publicitarios, grupos de enfoque, retroalimentación de clientes, resultados de campañas y mucho más. Si todas estas fuentes de datos se conectan, las posibilidades de un marketing más inteligente y dirigido son infinitas.



IBM Watson Analytics

El análisis avanzado como herramienta cotidiana para los profesionales de marketing

¿Cómo se hace para tomar datos de fuentes tan dispares como clics de medios publicitarios o hábitos de compra de clientes y convertirlos en una estrategia de marketing completa? ¿Cuáles son las mejores formas de establecer un vínculo con los clientes potenciales y, a su vez, mantener una relación sólida con los existentes, que fomente la continuidad de la relación comercial? ¿Qué dicen los datos de ventas sobre los cambios que debería haber en el enfoque de marketing?

Estas son las preguntas con las que los profesionales de marketing tienen que lidiar todos los días. Y lo más probable es que además lluevan los datos. Campañas publicitarias en Internet, resultados de acciones de marketing hiperlocales, porcentajes de rebote y otras mediciones web, tasas de conversión... Todos estos datos y mucho más ofrecen pistas para una estrategia de marketing exitosa, pero al ver tantos árboles puede ser difícil ver el bosque. De hecho, es fácil perderse en los detalles y no reconocer las relaciones y tendencias importantes para responder con rapidez a los cambios en la dinámica del mercado o en las necesidades de la empresa.

Watson Analytics te ofrece las herramientas que necesitas para explorar y visualizar todos los datos que pueden ayudarte a tomar mejores decisiones más rápido, y para contarle al mundo acerca de la empresa y sus productos. Ya sea que estés buscando datos históricos como nuevas ideas y mejores enfoques para campañas futuras, Watson Analytics te facilita la extracción y el análisis de una gran variedad de información interna y externa que necesitas para hacer tu trabajo.



VIDEO

[Watson Analytics para Marketing](#)

Datos de marketing que cobran vida

La calidad importa: decisiones adecuadas con datos de alta calidad

La cantidad de datos no suele ser un problema para profesionales de marketing. Posiblemente tú y tus colegas obtengan datos a partir de análisis web, medios publicitarios, equipos de ventas, soporte al cliente y muchas otras fuentes. El desafío consiste en consolidarlos a todos en una sola plataforma para analizarlos y actuar en consecuencia. Todavía más difícil puede ser evaluar los datos para tomar decisiones adecuadas a la hora de asignar los recursos de marketing.

¿Puedes sacar conclusiones razonables a partir de las sesiones de grupos de enfoque que has llevado a cabo? De ser así, ¿puedes establecer una relación con las grandes tendencias de mercado o datos de atención al cliente que proporcionan tus equipos de soporte? ¿Y qué hay de los datos de ventas? ¿Cuentas con datos suficientes y de alta calidad provenientes de otras fuentes para determinar si el incremento repentino en las ventas es consecuencia del aumento de las acciones de marketing, de los cambios en los precios o de alguna otra irregularidad en el mercado? Para responder este tipo de preguntas, hay que ser capaz de reunir datos de distintas fuentes, y confiar en la calidad de estas.

Watson Analytics no solo incluye funciones para calificar automáticamente la calidad, sino que además automatiza las tareas de preparación de los datos. Quiere decir que tendrás más tiempo para explorar los datos en lugar de esperar a que un analista o administrador de datos te genere las vistas y consultas.



VIDEO

Watson Analytics para crear una marca de vino

Datos de marketing que cobran vida

Para comprender a los clientes, un marketing más inteligente y dirigido

En marketing, un enfoque amplio y disperso rara vez es eficiente en cuanto a tiempo o recursos. En lugar de eso, hay que dirigirse a los clientes potenciales más propensos a interesarse en nuestro producto o servicio. Al mismo tiempo, la base de clientes actual de la organización tendrá subgrupos con necesidades diferentes. A algunos habrá que alimentarlos continuamente, mientras que en otros casos se necesitarán acciones de marketing dirigidas para mantener el nivel de compromiso o aprovechar nuevas oportunidades.

¿Un nuevo libro electrónico generará demanda para un producto nuevo entre los consumidores existentes? ¿Qué clase de tema será atractivo para estos usuarios en una serie de blogs? Para llegar al público objetivo, ¿serán más eficaces los seminarios web o los correos electrónicos masivos? Watson Analytics puede ayudarte a crear perfiles para tus clientes actuales, y posteriormente revelar cuáles fueron las tácticas de marketing más eficaces para usar con esos clientes. Así podrás no solo captar más clientes potenciales que se ajusten a esos perfiles, sino también explorar las oportunidades que estás pasando por alto para hacer crecer el negocio.

Watson Analytics te permite crear campañas verdaderamente diferenciadas para cada grupo de clientes, y así generar nuevas conversiones y crear canales para tus colegas de ventas, todo ello dirigido a las necesidades y los objetivos específicos de tu empresa. Watson Analytics también sugiere análisis de forma inteligente en función de los datos disponibles. Gracias a eso, podrás concentrarte en el vínculo con los clientes potenciales y no en los análisis complejos.

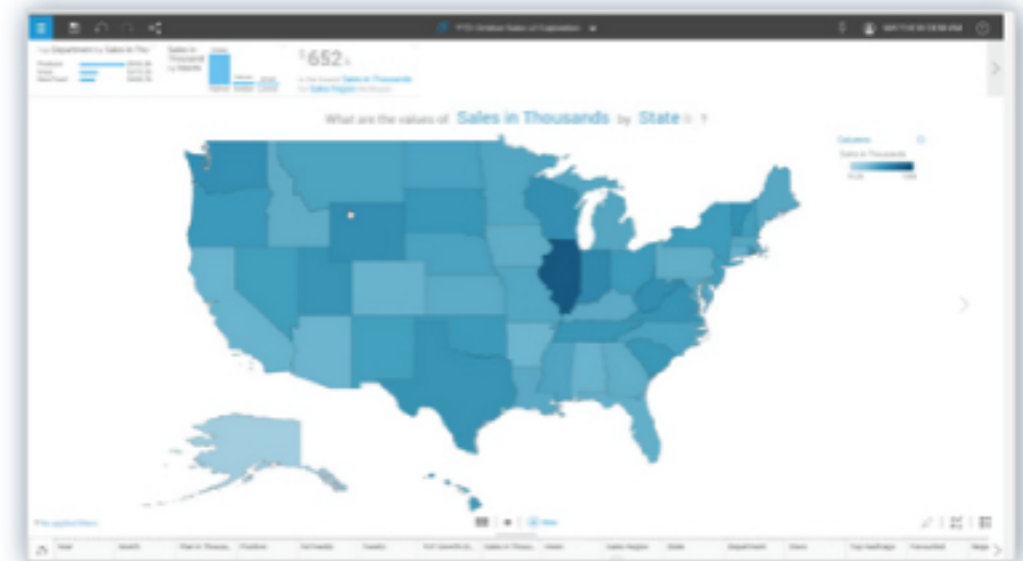


Datos de marketing que cobran vida

La comunicación es clave: con los colegas y en toda la organización

Con la gran cantidad de factores cambiantes que maneja marketing, la comunicación tiene que ser extremadamente eficaz. En un mismo día, ¿con qué frecuencia te relacionas con el equipo de ventas, el ejecutivo y el encargado de productos? Resulta esencial poder comunicar la estrategia y presentar los resultados de las investigaciones y los análisis en un lenguaje compartido por todos. Las visualizaciones hoy son la herramienta elegida para expresar datos complejos y multifacéticos en ese lenguaje común.

Watson Analytics ofrece visualizaciones sofisticadas que respaldan tus necesidades de exploración de datos, colaboración y comunicación. Con frecuencia, las hojas de cálculo y otras herramientas tradicionales para representar datos no son adecuadas para comunicar tendencias y análisis de marketing a diversos grupos interesados. Pero con las nuevas visualizaciones, tú y los equipos con los que trabajas podrán tomar decisiones rápidas a partir de los datos que ven y con los que interactúan. Watson Analytics también sugiere automáticamente las visualizaciones adecuadas para determinados grupos de datos, para que no tengas que decidir cuál es el mejor gráfico para transmitir la información y relacionarla con las diversas partes interesadas.



VIDEO

[Watson Analytics en el negocio de la restauración](#)

Datos de marketing que cobran vida

El análisis predictivo: una necesidad para el marketing dirigido

¿Y si pudieras saber con exactitud qué campañas tendrían más éxito, de qué clientes potenciales se podría lograr la conversión y cuáles de los clientes actuales responderían a las acciones de acercamiento? El análisis predictivo aporta perspectivas en todas estas áreas y muchas más. Hoy en día, sin embargo, el problema del análisis predictivo es que recae en modelos matemáticos complejos y suele involucrar personal de sistemas, analistas de negocio y científicos de datos.

Todo esto cambia con Watson Analytics: podrás formular preguntas y obtener respuestas directamente. La función de predicción de Watson Analytics te ayudará a detectar las relaciones ocultas entre los datos, que podrían no salir a la luz en una hoja de cálculo o en un informe. A partir del éxito de una campaña, podrás usar esos datos y definirlos como objetivo y luego, con Watson Analytics, explorar los factores responsables del éxito. En función de ese análisis, podrás personalizar tus futuras campañas. ¿Quieres determinar las características demográficas de los clientes objetivo para una próxima campaña de cupones? Define tu objetivo para el uso de cupones en otras campañas, y agrega las características demográficas, el nivel de ingresos del hogar y el tipo de cupón para identificar los factores predictivos y optimizar la nueva campaña.

Este enfoque tiene un poder increíble cualquiera sea la circunstancia, pero poder llevar a cabo estos análisis por tus propios medios, en cualquier momento y según lo necesites, lo cambia todo.



VIDEO

[Watson Analytics para Marketing | Entender a tus clientes](#)

Datos de marketing que cobran vida

Mejores resultados de marketing con analítica potente

En esencia, Watson Analytics hace que todos los datos, independientemente de cuál sea su origen, sean útiles y estén a tu alcance donde y cuando los necesites. Ya no tienes que esperar que el personal de sistemas elabore informes desde un almacén de datos, ni que los analistas carguen hojas de cálculo con los datos de la última semana. Con Watson Analytics, puedes interactuar con los datos de marketing, ventas, clientes y soporte con total naturalidad, y aprovechar de inmediato datos heterogéneos de diferentes fuentes para tomar las decisiones. Al mismo tiempo, con el poder del análisis predictivo puedes mejorar la eficiencia y eficacia, y darle mejor uso a los recursos de marketing. Y al hacerlo, adquirirás sólidos conocimientos o insights acerca de lo que funciona con tus clientes y por qué. En marketing confluyen muchos de los distintos intereses de la organización. Por eso requiere herramientas adecuadas para que la estrategia involucre a todos y para tomar las decisiones tácticas apropiadas a partir de los datos, día tras día.

Para obtener más información sobre la forma en que Watson Analytics puede ayudarte a resolver los desafíos del marketing en tu organización, visita los enlaces que aparecen en esta publicación interactiva.



DOCUMENTO TÉCNICO
[Analítica para todos \(inglés\)](#)



SITIO WEB
[Prueba gratis por 30 días.](#)



67? A
[Gf\[1 S` Va | Sfea` 3` Skf\[Le](#)
[WebSñafiz# ,"" _ \[](#)