

BIG DATA ANALYTICS, ARRAKASTAREN ETA PORROTAREN ARTEKO LERRO FINA

Posted on 12/07/2023 by Naider

Bai barne-iturrietatik (balantzeak, inbentarioak...), bai Internetetik (bezeroen iritziak eta aipamenak, inprimaketak, webgunera egindako bisitak...), enpresek datu ugari maneiatu behar dituzte egunez egun. Informazio horren guztiaren multzoak, Big Data izenekoak, begi hutsez eman dezakeena baino askoz balio handiagoa du; datu horiei esker, enpresek hobetzeko eta hazteko erabakiak har ditzakete.

Informazio horren bolumen eta abiadura handiak zaildu egiten du informazio hori prozesatzea. Horregatik, Big Data Analytics enpresek jarduteko duten modua eraldatzeko sortu zen, informazioa lortzeko, iragartzeko eta aldaketei aurrea hartzeko. Prozesu honek bezeroen datuak biltzea eta aztertzea ahalbidetzen du, haien portaera-ereduak eta merkatu-joerak ezagutzeko eta antzemateko, hori guztia adimen artifizial ezagunari esker.

Jakina, Data Analytics-ek onura ugari dakartza; besteak beste, bezeroarentzako zerbitzua optimizatzea, lehiarako abantaila handitzea eta diru-sarrerak handitzea. Bezero nagusien portaera-joerak une oro eta aldez aurretik ezagutzeak esperientzia eta zerbitzu pertsonalizatuagoa eskaintzea ahalbidetzen du, hau da, haien premiak hobeto asetzea eta, ondorioz, emaitza orokor positiboagoa lortzea.

Eta gauza bera gertatzen da enpresako akats bakoitzarekin: errazago eta eraginkorrago detektatzen dira, halaber, egiten diren prozesuetako urrats bakoitzean izan daitezkeen akatsak. Laburbilduz, esan liteke Data Analytics-ari esker, hobetu beharreko eremuak minimizatu eta indarguneak areagotu egiten direla.

Pertsonalizazioa funtsezkoa da enpresa batek eskaintzen duen zerbitzuan. Kaleko edozein dendatan erosterakoan bezala, bezeroek esperientzia pertsonalizatua bizi dute, online merkataritzan ere berdin edo hobeto gertatu behar da. Nahiz eta modu fisikoan modu digitalean baloratu ezin diren faktore asko kontuan hartzen diren, online merkataritzaren munduan informazio asko ematen duten beste asko daude.

Big Data eta Data Analytics-en merkatua etengabe ari da goraka; International Data Corporation-en (IDC) arabera, gutxienez 2026ra arte. Hori ikusita, enpresak ia behartuta daude pilak jartzera eta aurrera egitera. Teknologia hori enpresa helbiderik onenean eramango duen giltza edo tresna gisa ikusi behar dute.

Laburbilduz, Big Data Analytics enpresa baten porrotaren edo arrakastaren eta bere jardueraren arteko aldea markatzeko nahikoa indarrarekin datorrela esan daiteke. Edozein erakunderen aurrerabiderako ezinbesteko tresna bihurtzen ari da, eta haren funtzionamenduan integratzen ez dutenei pixkanaka eragingo diete horren ondorioek.

Artikuluak eskuragarri [Naidarren udazkeneko argitalpenean](#)

