

BIG DATA ANALYTICS, LA FINA LÍNEA ENTRE EL ÉXITO Y EL FRACASO

Posted on 12/07/2023 by Patricia Laucirica

Tanto desde fuentes internas (balances, inventarios...) como de Internet (opiniones y reseñas de clientes, impresiones, visitas a la página web...), las empresas deben manejar grandes cantidades de datos día tras día. El conjunto de toda esta información, llamado Big Data, contiene un valor mucho mayor del que puede parecer a simple vista; gracias a estos datos, las empresas pueden tomar decisiones de mejora y crecimiento.

El gran volumen y velocidad de esta información dificulta su procesamiento. Por ello, Big Data Analytics nace para transformar la forma en la que las empresas actúan, y así poder obtener información, predecir y anticiparse a los cambios. Este proceso permite recopilar datos de los clientes y analizarlos, para así reconocer y detectar sus patrones de comportamiento y las tendencias de mercado, todo esto gracias a la conocida Inteligencia Artificial.

Evidentemente, el Data Analytics aporta una larga serie de beneficios, entre los que se encuentran la optimización del servicio al cliente, el crecimiento de la ventaja competitiva y el aumento de ingresos, además de otros muchos. Conocer en todo momento y de antemano las tendencias de comportamiento de los principales clientes permite ofrecer una experiencia y un servicio más personalizado, que se traduce en una mejor satisfacción de sus necesidades y, en consecuencia, un resultado general más positivo.

Y lo mismo ocurre con cada error en la empresa: también se detectan de forma más fácil y eficaz, así como las posibles fallas en cada paso de los procesos que se llevan a cabo. De forma resumida, podría decirse que gracias al Data Analytics, se minimizan las áreas de mejora y se intensifican los puntos fuertes.

La personalización es crucial en el servicio ofrecido por una empresa. Al igual que al comprar en cualquier tienda en la calle los clientes viven una experiencia personalizada, igual o mejor debe ocurrir en el comercio online. Si bien es cierto que de forma física se tienen en cuenta muchos factores que de forma digital no se pueden valorar, en el mundo del comercio online existen otros muchos que aportan gran información.

El mercado del Big Data y Data Analytics se encuentra en constante auge; según International Data Corporation (IDC), hasta 2026, por lo menos. Visto esto, las empresas se ven prácticamente obligadas a ponerse las pilas y avanzar. Deben ver esta tecnología como la llave o la herramienta que llevará a la empresa en la mejor dirección.

De forma más resumida, se podría decir que Big Data Analytics viene con la suficiente fuerza como para ser capaz de marcar la diferencia entre el fracaso o el éxito de una empresa y su actividad. Se está convirtiendo en una herramienta indispensable para el progreso de cualquier organización, y aquellas que no la integren en su funcionamiento, progresivamente se verán afectadas por las consecuencias de ello.

