



#START014

IBM BusinessConnect

El arte de lo posible

¿Por qué algunas Organizaciones saben extraer valor de Big Data?

Carmen García

Directora de Business Analytics

IBM

Source: *Analytics: A blueprint for value – Converting big data and analytics into results*, IBM Institute for Business Value © 2013 IBM

Madrid, 20 noviembre 2013
PALACIO MUNICIPAL DE CONGRESOS



La revolución digital: la explosión de los datos



Sensores y dispositivos

% de datos inciertos

Social media

VoIP

Datos Empresariales

SOCIAL
MOBILE
CLOUD
THE INTERNET OF THINGS

Sólo **20%** son estructurados

¿Estamos preparados para extraer valor de los datos y generar una ventaja competitiva?

Estamos Aquí





Algunas Organizaciones sí lo están

¿Cuáles son las claves?



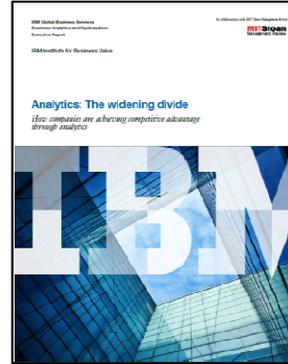
5 años averiguando



*The intelligent enterprise
and
Breaking away with BAO*



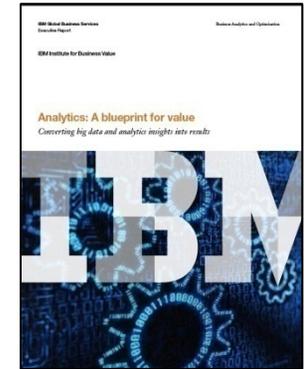
*Analytics:
The new path to value*



*Analytics:
The widening
divide*



*Analytics:
The real world use
of big data*

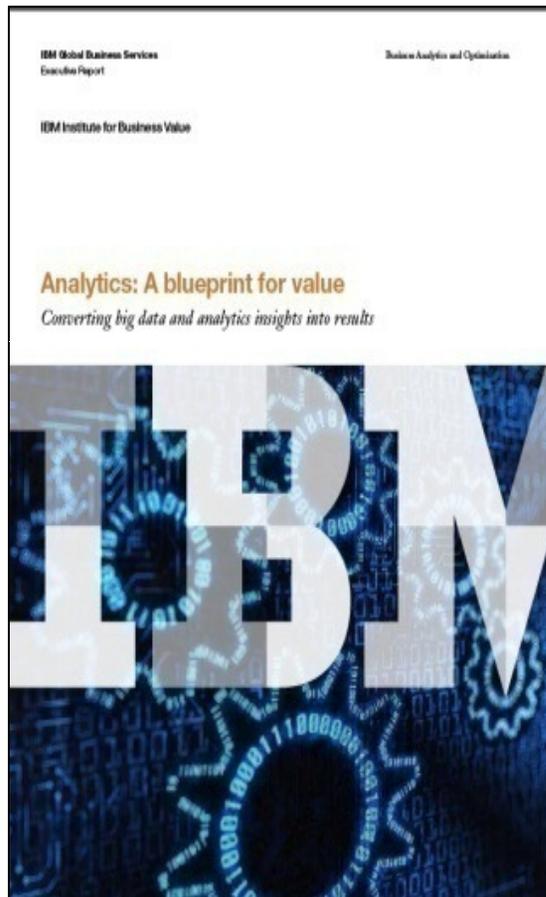


*Analytics:
A blueprint for value*





El estudio de 2013, centrado en VALOR



Analytics: un plan para la creación de Valor

Convirtiendo Big Data en resultados

900 ejecutivos de negocio y IT entrevistados de 70 países entre Junio y Agosto de 2013

Nos fijamos en qué hacían los líderes



19%



¿Qué palancas utilizan para generar VALOR?



Líderes: basado en el rendimiento en su mercado e industria (auto reporte)



Y encontramos 9 palancas que les diferenciaban



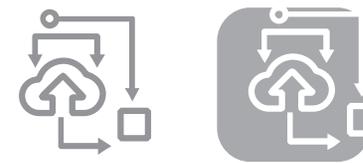
Fuente de Valor



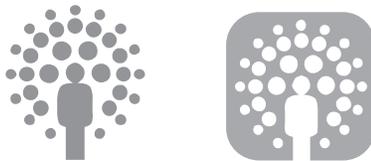
Medición



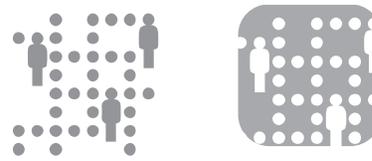
Plataforma



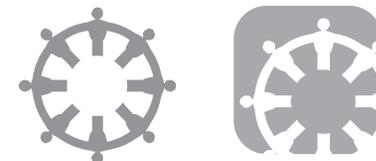
Cultura



Datos



Confianza



EspónsORIZACIÓN



Presupuesto



Conocimientos





Cada palanca ejerce un tipo de influencia:
las clasificamos

Habilitan

Fuente de Valor



Medición



Plataforma



Posibilitan

Cultura



Datos



Confianza



Amplifican

Espóponsorización



Presupuesto



Conocimientos



Comprobamos que los líderes...



Habilitan la Analítica



Asegurándose que las iniciativas analíticas están alineadas con la creación de valor

Midiendo su impacto y modelando el futuro

Integrando hardware y software para gestionar Big Data

Para el **75%** la generación de Ingresos e Innovación es la principal Fuente de Valor

Comprobamos que los líderes...



Posibilitan la Analítica



El **66%** de los líderes confían en sus datos

Comprobamos que los líderes...



Amplifican la Analítica



Estableciendo una visión única para guiar las acciones y prestar valor

Creando valor con rigor y colaboración

Propiciando oportunidades de compartir conocimiento

El nivel de confianza entre los ejecutivos de negocio y los analistas de negocio es **60%**



¿Cómo podemos conseguir implantar las 9 palancas de valor en nuestras organizaciones ?



Las empresas ejecutan sus proyectos a 3 niveles: **IBM** Estrategia, Tecnología, Organización





Para desarrollar las 9 palancas, primero que tenemos que desarrollar un Plan Estratégico, Tecnológico y Organizativo

Estrategia

Instillar un sentido de propósito

- *¿Hay una agenda común entre los líderes?*
- *¿Están las inversiones alineadas con el valor prestado?*
- *¿Los presupuestos soportan las iniciativas cross-silo?*

Tecnología

Arquitectura del Futuro

- *¿Los datos y las habilidades analíticas nutren tu organización?*
- *¿Las prácticas de gestión de datos son suficientemente robustas para que la gente confíe en los datos?*
- *¿La infraestructura analítica está arquitecturada para los retos actuales?*

Organización

Permite actuar a la organización

- *¿Son los datos y analytics parte de tus procesos de decisión?*
- *¿Puedes definir el impacto de las inversiones analíticas?*
- *¿Es el nivel de confianza suficiente para confiar en otros en datos y analítica?*



¿Qué futuro nos espera?



Watson: nueva era analítica, la era Cognitiva



Al igual que el cerebro humano, Watson se comunica en lenguaje natural, aprende y es capaz de responder a preguntas complejas en segundos

Watson: abierto a desarrolladores - Anuncio

13 de noviembre 2013



The New York Times

Companies, academics and individual software developers will be able to use it at a small fraction of the previous cost, drawing on IBM's specialists in fields like computational linguistics to build machines that can interpret complex data and better interact with humans... "The next generation will look back and see 2013 as a year of monumental change," said Stephen Gold, vice president of the Watson project at IBM. "This is the start of a shift in the way people interact with computers."



IBM's most advanced cognitive computing technology will be branded as "Powered by Watson." ... 'We're about to start on a new era of analytics and cognitive computing, and Watson is ahead of the world in terms of its impact,' said Mark Gorenberg, a partner at Silicon Valley venture capital group Hummer Winblad.



Algunos casos de éxito





Solución analítica de Call Center para recomendar planes y responder preguntas sobre los smartphones

Reducción en el tiempo nuevo lanzamiento de la campaña en más de un 80%

Mejora de rendimiento de la campaña en más de un 70%

Aumento del rendimiento de la inversión campaña

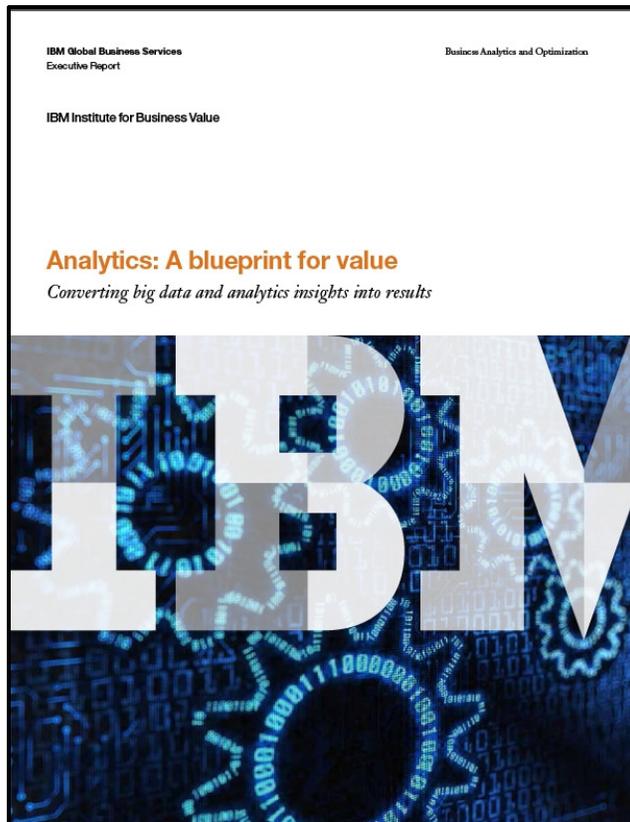
Mejora la fidelidad del cliente y reducción de la pérdida de clientes a través de campañas personalizadas



Solución avanzada de interacciones con clientes
Microsegmentación avanzada, gracias a la recogida y análisis de todas las interacciones del cliente
Interacciones contextuales, situacional y en tiempo real
Ofertas ofertas personalizadas
Customer Life Time Value, Valor de Cesta de la compra, cross y up selling



Transformación a 10 años para convertirse en el banco con la mejor experiencia y servicio al cliente de su sector y establecer un ejemplo mundial de la innovación a través de un uso más inteligente de tecnologías avanzadas y analíticas.



www.ibm.com/ibv2013

Unete a la conversación en
[#ibmanalytics](#) & [#ibmibv](#)



Descarga la app
IBM Institute for Business Value
para tu tablet y accede a los
últimos estudios.



Gracias

