

Análisis de datos en los negocios: “Los datos son activos clave” ¿Lo dudas?

Msc. Carlos Arce Martínez

Consultor de marketing

Profesor del CETED- Universidad de la Habana

Cofundador de AEME S.R.L.

Tel. 54934724 Email: negocios@aemetech.com

El Marketing en Acción

¿Cuánto aportan los datos en el posicionamiento de la organización?

El Marketing en Acción

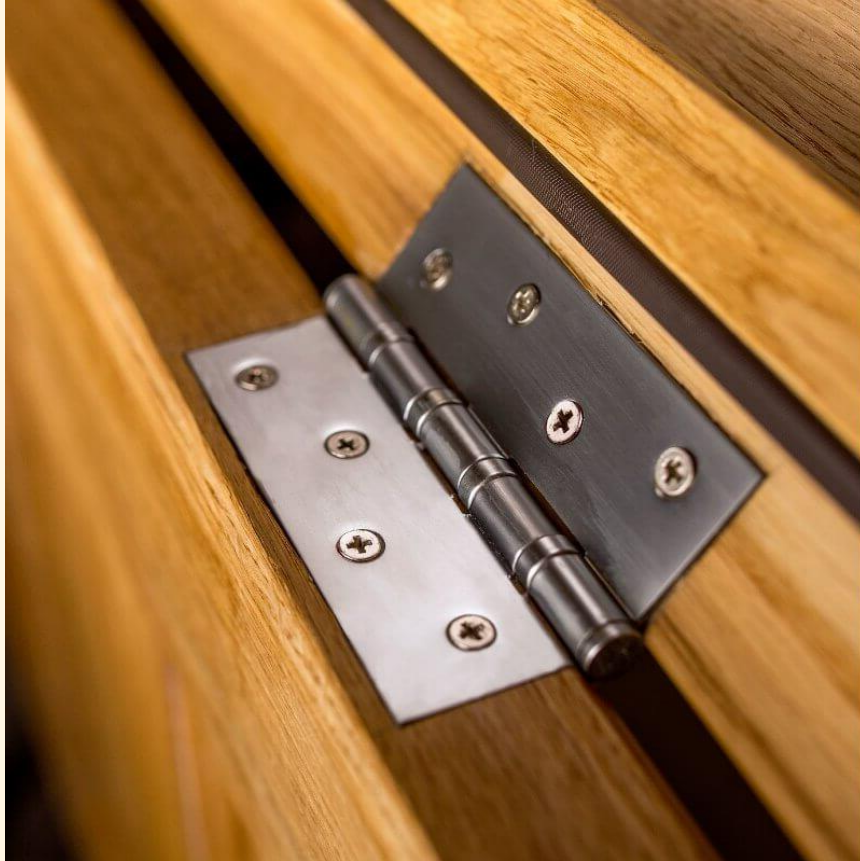


**Lo que no se mide...
...no se puede mejorar**

Peter Drucker

(Conocido como el padre de la Administración Moderna)

El Marketing en Acción



*Une el negocio con el público objetivo
(Fuente: Prof. Luis Barreiro)*



*Los datos nos proporcionan
saberes
para ajustarnos a los
requerimientos del mercado*

Qué necesitamos en el Marketing



Analizar el Mercado para:

- ❖ *Crear una propuesta de valor.*
- ❖ *Comunicar esta propuesta de valor.*
- ❖ *Intercambiar o entregar la propuesta de valor.*

Qué necesitamos en el Marketing

Satisfacer las necesidades del Mercado:

- ❖ *Conociendo sus expectativas en el ANTES.*
- ❖ *Generando experiencias únicas en el DURANTE.*
- ❖ *Satisfaciendo sus necesidades en el DESPUÉS.*



¿Cómo lo hacemos?

Aprendiendo cómo lo hacen los demás:

- Investigaciones de mercado.
- Estudios comparados de los competidores.
- Diagnóstico del entorno (Benchmarking).

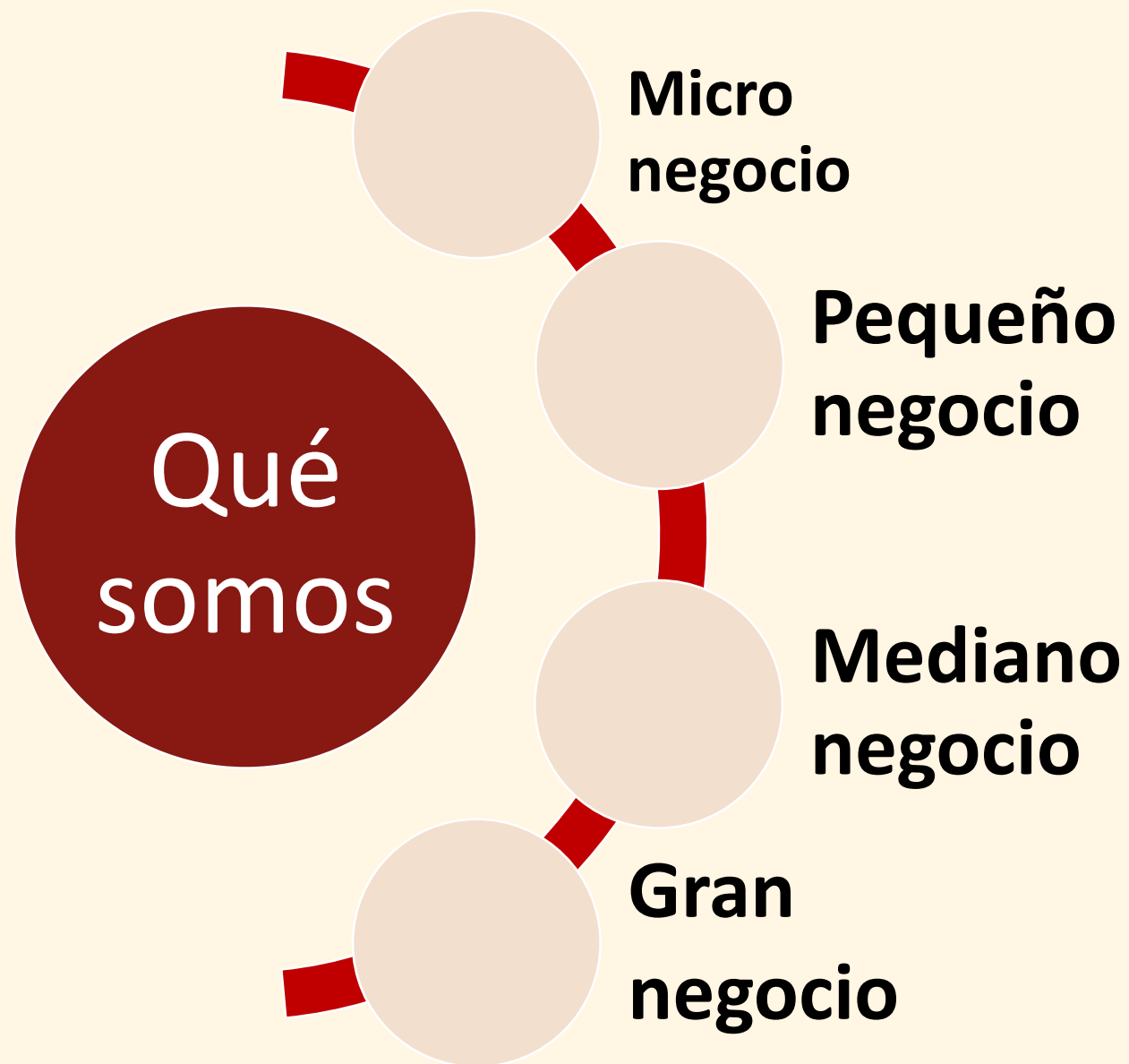
Conociendo cómo reaccionan nuestros clientes:

- Análisis de ventas.
- Estudios de los hábitos de consumo de nuestros clientes.

Analizando qué dicen de nosotros:

- Análisis de autoridad.
- Análisis de posicionamiento de nuestra marca.

¿Qué Podemos hacer?



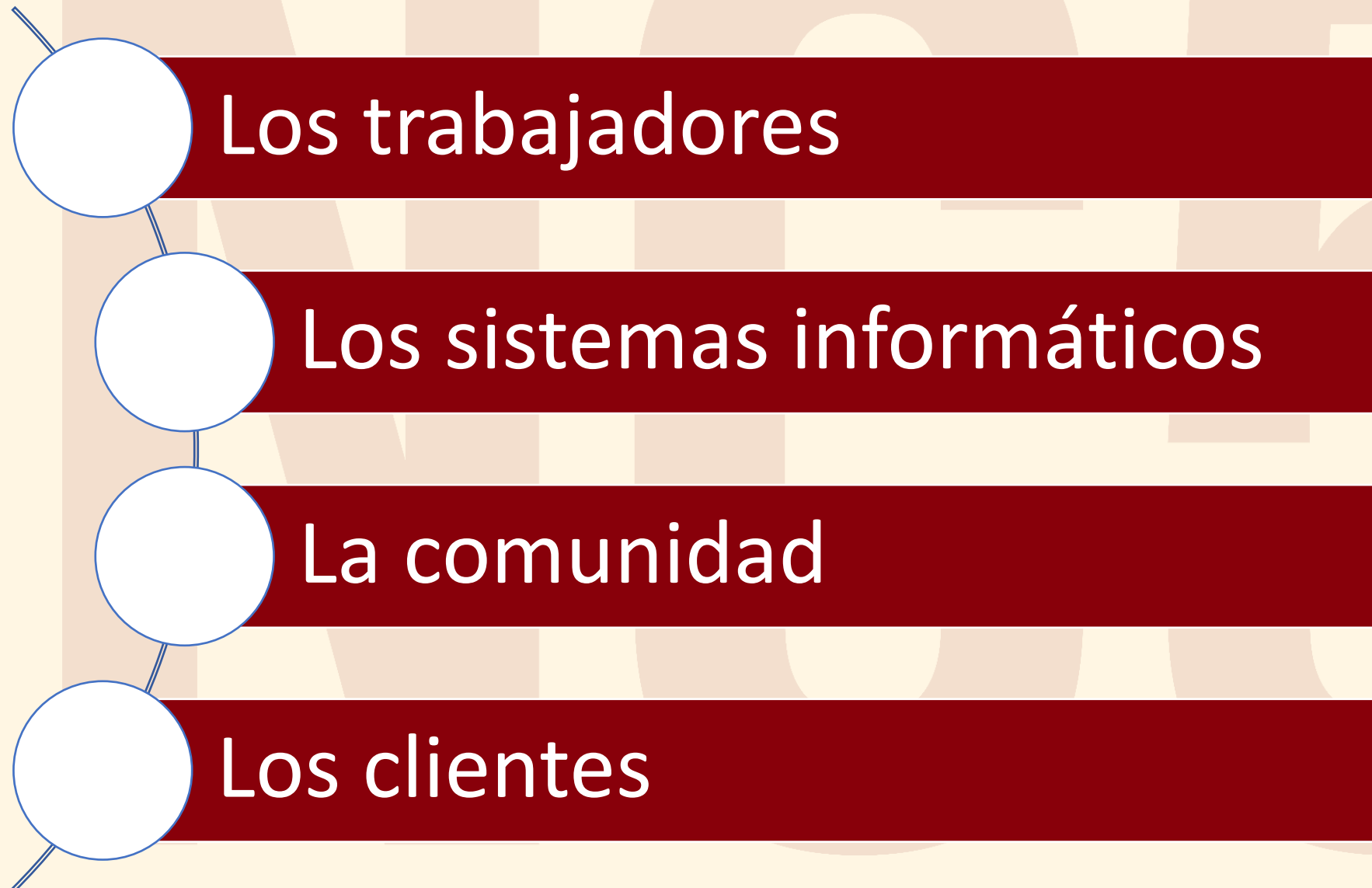
¿Qué Podemos hacer?



Sistemas de información para la toma de decisiones:

- ❖ *Sistemas de información INTERNOS.*
- ❖ *Sistemas de información EXTERNOS.*

Sistemas de Información INTERNOS



Sistemas de Información EXTERNOS



Fuentes públicas en Internet

Estudios de mercados

Plataformas digitales

Expertos en temáticas de interés

Con qué contamos

Datos CUALITATIVOS

- Toda la información que obtengamos, sobre las cualidades generales del objeto de estudio. (Tipos de contenidos, gustos de los clientes, etc)

Datos CUANTITATIVOS

- Todos los datos que obtengamos que nos describan características específicas mediante información numérica. (Cantidad de ventas, cantidad de productos, etc).

...Y ENTONCES

Obtención
de datos

Transformación
de los datos

Análisis
de Información

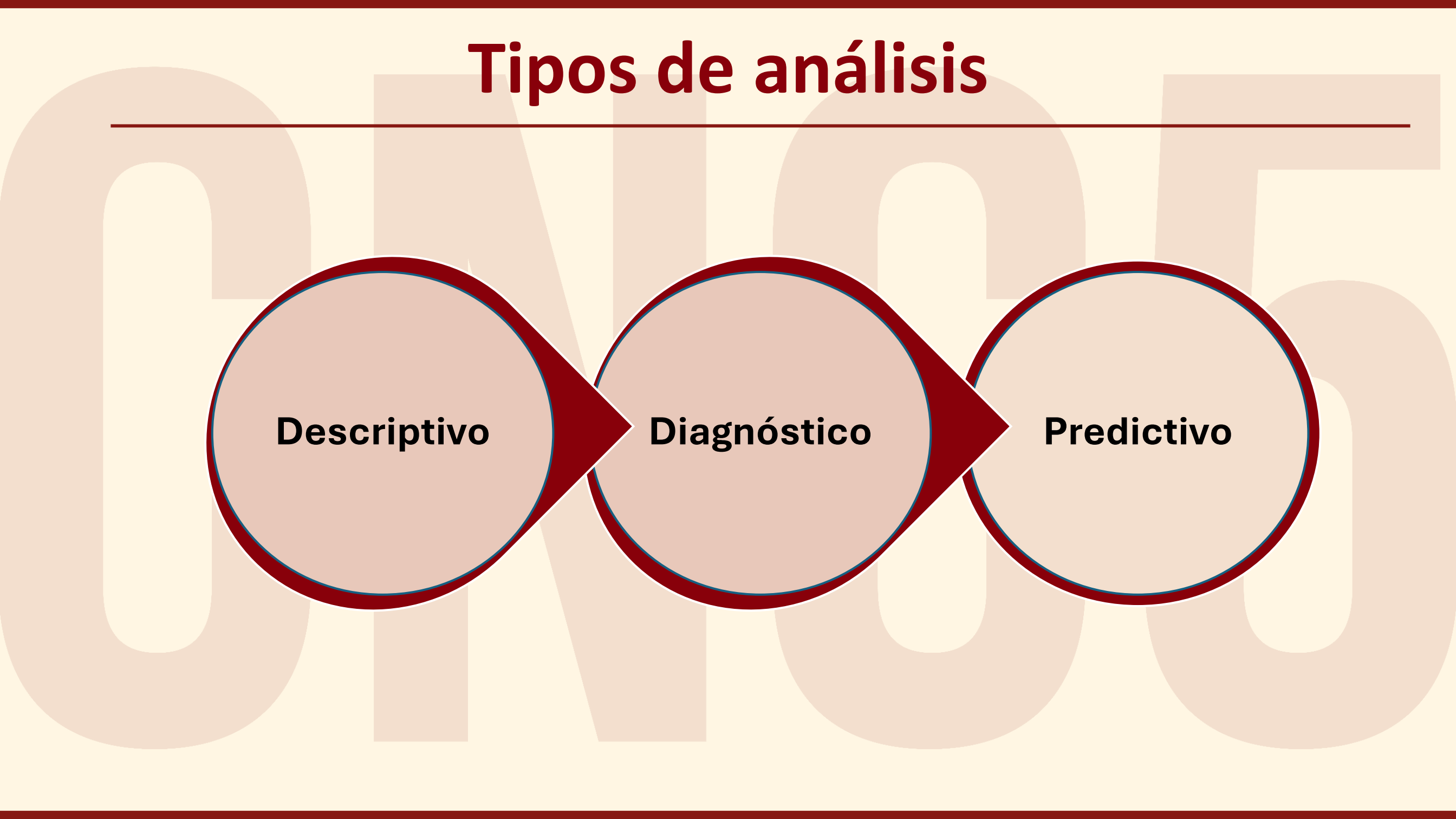
Toma de
decisiones
informadas

Tipos de análisis

Descriptivo

Diagnóstico

Predictivo

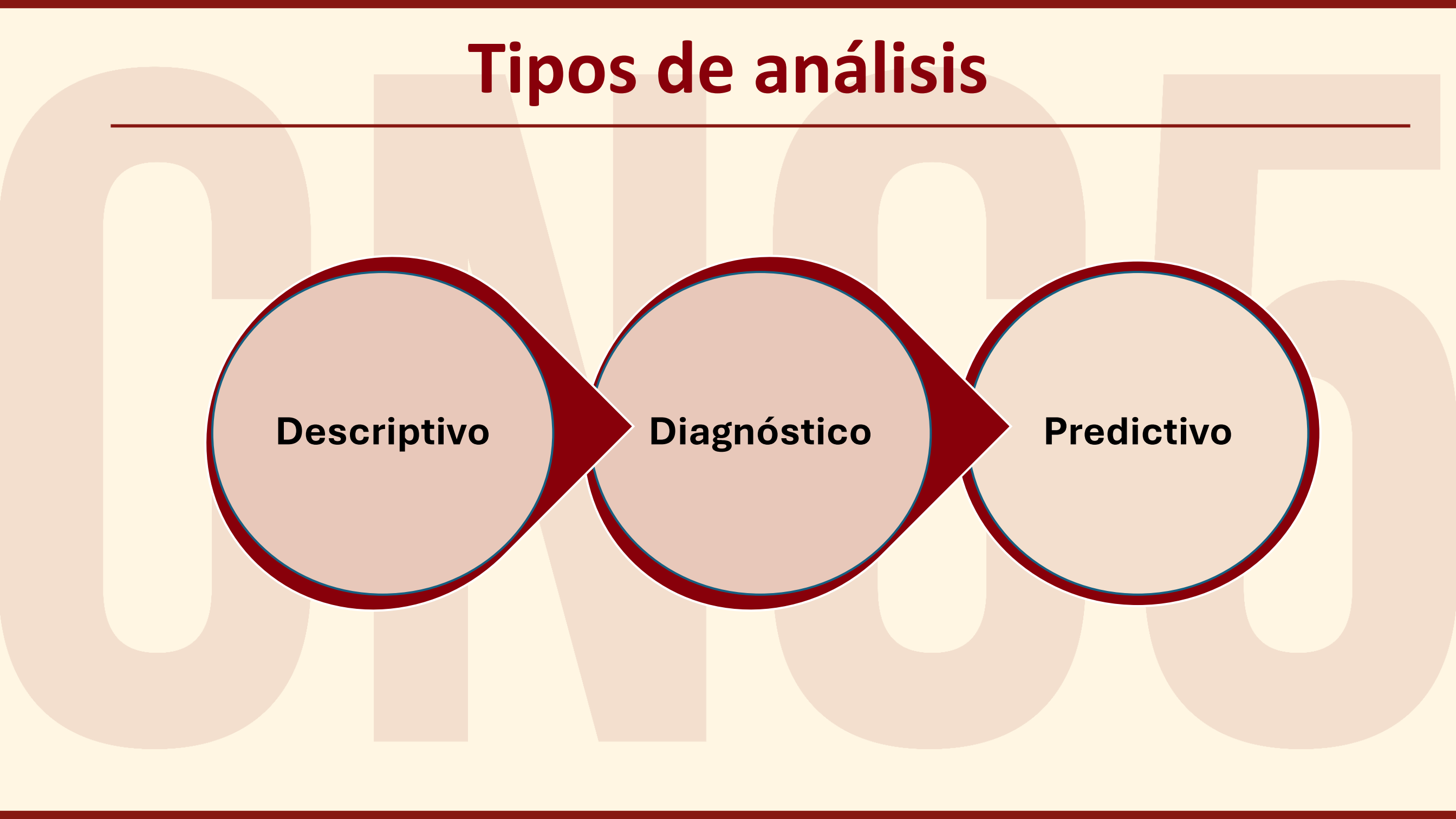


Tipos de análisis

Descriptivo

Diagnóstico

Predictivo

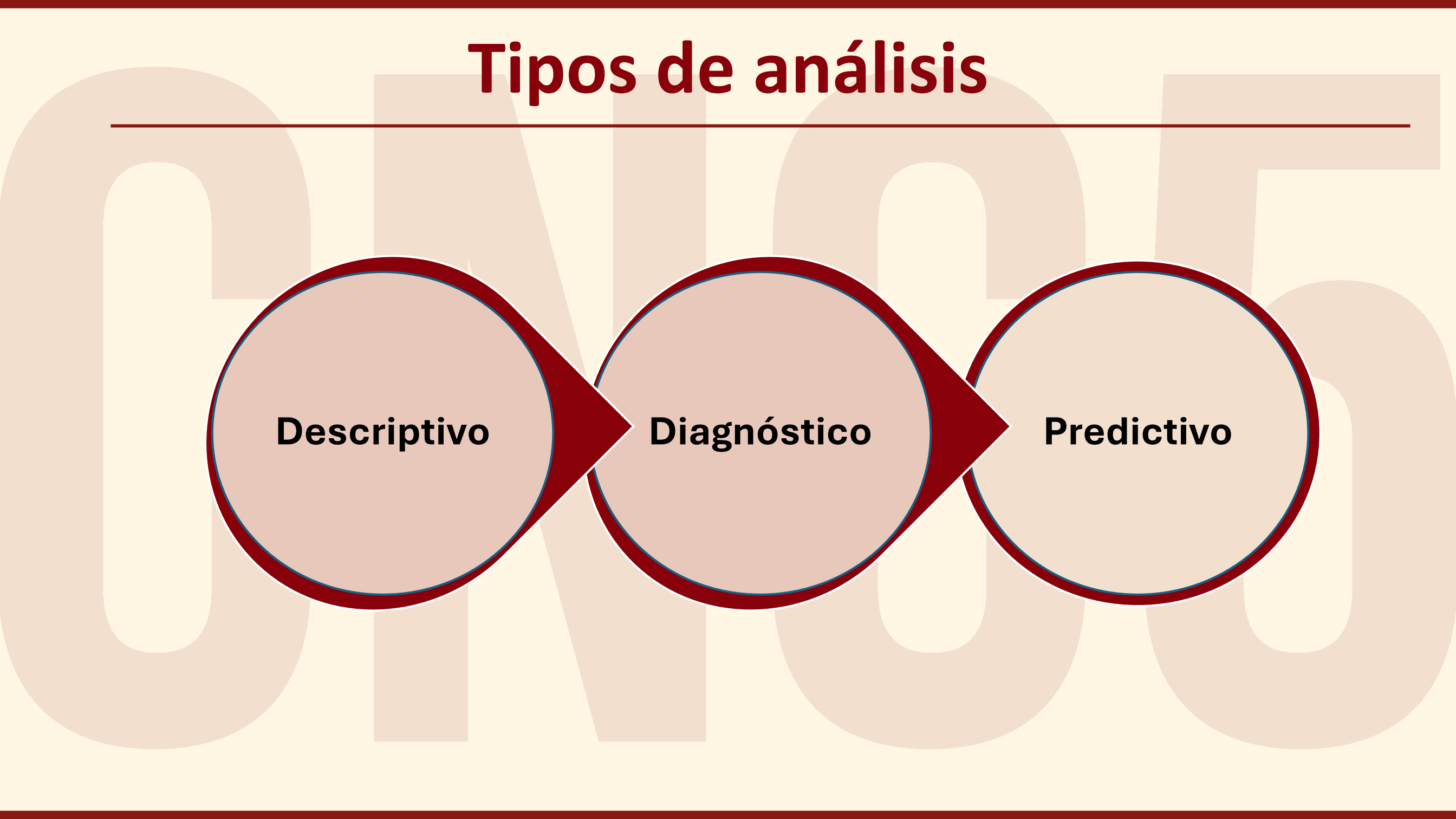


Tipos de análisis

Descriptivo

Diagnóstico

Predictivo



El Marketing en Acción

¿Cómo lo hacemos?

Ejemplo JKY

En un periodo de análisis se identificó pérdidas económicas de un 35% con respecto al periodo anterior.

¿Las Causas?

Los DATOS revelaron que la falta de un ingrediente afectó significativamente las ventas

¿Decisión?

Adquirir varias toneladas de QUESO que permitieron comercializar nuevamente el producto estrella

Mixto de J&Q

Ejemplo KO MERCADO



Análisis de Ventas

En un periodo de análisis se identificó pérdidas económicas de un 35% con respecto al periodo anterior.

¿Las Causas?

Los DATOS revelaron que la falta de un ingrediente afectó significativamente las ventas

¿Decisión?

Adquirir varias toneladas de QUESO que permitieron comercializar nuevamente el producto estrella Mixto de J&Q

Ejemplo DONDE DORIAN



Análisis de Autoridad

En el análisis del perfil del INFLUENCER, se identificó que en el mes de febrero las interacciones había disminuido por debajo del MILLÓN, con un impacto de solo un 41% de Engagment. (Siempre por encima del 70%)

¿Las Causas?

Se identificó que febrero fue el mes con menos cantidad de publicaciones (solo 28) y menos colaboraciones (solo 7).

¿Decisión?

Organizar el plan de contenidos con más de 35 publicaciones mensuales mínimas, y explotar como premisa las relaciones de DORIAN con otros influencer.

Ejemplo To2Fácil

Análisis de Campaña

Meses	Cantidad de campañas	Interacciones	Costo	Relación
Mes 1	7	395	707 USD	1,52 USD por cliente
Mes 2	1	730	450 USD	1,21 USD por cliente

¿Decisión?
Diseñar campañas para segmentos de edad de 35-65 años, por ser el público principal de negocio. Generar contenidos con personas y poca infografía.

to2fácil

Envía a tu familia desde cualquier parte de EEUU



to2fácil

Ejemplo To2Fácil

Análisis de Campaña

Meses	Cantidad de campañas	Interacciones	Costo	Relación
Mes 1	7	395	707 USD	1,52 USD por cliente
Mes 2	1	730	450 USD	1,21 USD por cliente

¿Decisión?

Diseñar campañas para segmentos de edad de 35-65 años, por ser el público principal de negocio. Generar contenidos con personas y poca infografía.

El Marketing en Acción



LOS DATOS NOS HABLAN...

...YA DEBEMOS ESCUCHARLOS!!

Análisis de datos en los negocios: “Los datos son activos clave” ¿Lo dudas?

Msc. Carlos Arce Martínez

Consultor de marketing

Profesor del CETED- Universidad de la Habana

Cofundador de AEME S.R.L.

Tel. 54934724, Email: negocios@aemetech.com