

Ganando con una estrategia conducida por datos

Tomar decisiones basadas en evidencia sólida requiere un gran cambio en cultura, tecnología y mentalidad. ¿Cómo convertirse en una empresa impulsada por datos? Te presentamos los 4 principales aspectos a tener en cuenta.

El análisis de datos aplicado a las organizaciones está comenzando a convertirse en una necesidad, como lo demuestra el resultado de la publicación CEO Survey de PwC, en la cual el 77% de los CEO reportó que planeaba perseguir eficiencias operacionales para incrementar sus ingresos en 2020. Esto únicamente es posible si se brindan las herramientas necesarias y se tiene disponible la mejor información de 360 grados en todo momento.

Te contamos 4 aspectos para convertirse en una empresa conducida por datos:

1. Conecta los datos con la estrategia del negocio

Los datos son el activo por excelencia en la actualidad, sin embargo, el poder de estos recae en el cómo se utilizan. Aquellos que lo logran normalmente se aseguran que las decisiones basadas en datos se encuentran incrustadas en sus estrategias de negocio y planes de innovación.

Ej. Data Driven Operation Model, un Dashboard desarrollado por Adobe en el cual se evidencia la salud del negocio y el proceso de compra de los clientes.



2. Crea una cultura impulsada por datos

El reto más grande al que se enfrentan las organizaciones a la hora de implementar nuevas estrategias basadas en datos es la adopción de la cultura por parte de los empleados, teniendo en cuenta que ellos son los que deben adaptarse a nuevos procesos y tareas basados en lo que dicen los datos.

Encontrar y contratar el talento capaz de conducir la innovación basada en datos debería ser una prioridad, en mayor medida en las empresas nuevas que han nacido en la era digital. Por otra parte, las empresas tradicionales deberían preocuparse por capacitar el talento con el que ya cuentan.

Ej. En la compañía canadiense Geotab, se incluyó un científico de datos en cada uno de los departamentos, ayudando no solo a ese equipo sino al equipo central.

3. Dar vida a insights generados a partir de datos

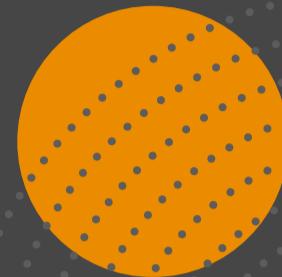
Para que los datos reflejen buenos resultados de negocio, primero deben ser sintetizados y así pueden apoyar la toma de decisiones. A su vez, para que los datos sean efectivos, no pueden restringirse solo a los gerentes. Para que realmente se incrusten los datos en el flujo principal de pensamiento y comportamiento, las organizaciones necesitan evaluar la construcción de insights a partir de datos de manera automática en los procesos del negocio.

Ej. En Geotab, todas las decisiones se basan en datos y se monitorea el desempeño de cada uno de los productos incluyendo los pagos.

4. Implementar la cultura e infraestructura requerida

El éxito de una estrategia de este tipo radica en una correcta clasificación de las prioridades estratégicas y necesidades de la compañía, con el objetivo de darle un alcance a la estrategia. Las decisiones tecnológicas tendrán una influencia significativa en la capacidad de las organizaciones para explotar datos de manera estratégica y operativa, lo que les permitirá liberar datos de nucleos heredados e integrarlos con otras fuentes de datos para crear algo útil y significativo.

Ej. Sanitas, implementa una estrategia en la cual todos pueden acceder a cualquier dato en cualquier momento, aumentando su eficiencia en la prestación del servicio.



Conclusiones: De la planificación al progreso.

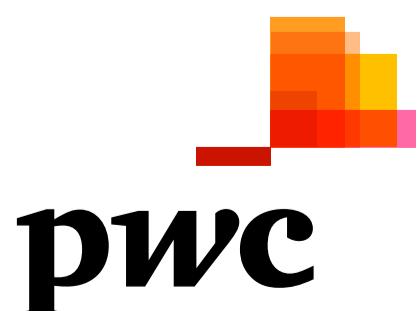
Consolidar una estrategia impulsada por datos no debería ser un ejercicio prolongado. Lo importante es comenzar con el conocimiento de que el viaje de cada organización estará determinado por sus prioridades comerciales actuales y los obstáculos de datos específicos que debe superar.

Teniendo en cuenta lo anterior, las organizaciones basadas en datos no son simplemente aquellas que cuenten con una gran cantidad de datos y capacidades analíticas de última generación. Más bien, son aquellas empresas que se han rediseñado para aprovechar los datos y generar conocimientos que marcan una diferencia cuantificable para los clientes, los ingresos y las ganancias. Esto debería ser cierto no solo hoy, sino a largo plazo; sin embargo, los mercados, los negocios, las oportunidades y los desafíos evolucionan.

Conoce nuestro website y entérate de mucho más: pwc.com/co

Ingresá dando clic aquí

Aceleramos la transformación digital de tu negocio.



Mauricio Arias

Technology Consulting Partner
mauricio.arias@pwc.com

Luz Helena Ramirez

IT Strategy Senior Manager
luz.ramirez@pwc.com