

Beneficios principales del Big Data

Beneficios principales del Big Data. Big data es una herramienta poderosa. Pero a veces, se trata como un lujo, es bueno tenerlo, pero no es totalmente necesario. Eso es un error dado lo competitivo que es el mundo de los negocios, los beneficios de los grandes datos no deben ser subestimados.

Para aquellos que aprenden a aprovecharla adecuadamente, el big data puede conducir a avances sustanciales y a decisiones empresariales más sólidas. Una poderosa plataforma de big data permite a las empresas hacer y responder más preguntas, permite un proceso de toma de decisiones más preciso y puede realmente capacitar a su fuerza laboral.

¿Pero cómo? Hemos identificado los principales beneficios de big data: **los beneficios que se filtran para capacitar a sus equipos de negocios, alentarlos a hacer y responder más preguntas y más.**

Respuesta a más preguntas, más completamente

Para expresarlo de otra forma, **mejor toma de decisiones**. Los análisis pueden proporcionar a los responsables de la toma de decisiones empresariales los conocimientos basados en datos que necesitan para ayudar a sus empresas a competir y crecer. La gestión de un negocio o procesos de negocio se trata tanto de **responder preguntas** como de cualquier otra cosa.

- ¿Qué quieren los clientes?
- ¿Cuáles son las necesidades de nuestros clientes?
- ¿Quiénes son nuestros mejores clientes?
- ¿Por qué la gente elige una marca o solución diferente?
- Incluso a diario, la cantidad de preguntas que los

líderes empresariales pueden hacer es asombrosa.

Antes de las ofertas de análisis de big data más optimizadas de hoy, responder a preguntas aparentemente simples como «¿Quiénes son mis 10 mejores clientes?» Podría llevar hasta 60 días para que los equipos de negocios analicen. Incluso después de que determinaron los criterios correctos, en realidad la compilación y el análisis de los datos fue un proceso lento. La carga solo creció a medida que las preguntas se volvieron más complejas.

Por ejemplo, con la pregunta «¿Quiénes eran los 10 peores clientes?», Tratar de averiguar los criterios para juzgar a estos 10 peores clientes hubiera sido difícil. Después de eso, recopilar y analizar los datos en realidad podría ser un proceso extremadamente intensivo. En el mundo práctico de los negocios, puede haber sido casi imposible responder de manera oportuna y, por lo tanto, relevante.

Con una potente plataforma de inteligencia empresarial de big data , responder a estas preguntas se convierte en un proceso relativamente sencillo. Uno de los beneficios más importantes de Big Data es la capacidad de formular y responder preguntas de manera más sólida. Todo el proceso de responder a preguntas complejas puede acortarse de meses y semanas, a días e incluso horas o minutos.

Confíe en sus datos precisos



Cuando incorpora Big Data en su proceso de preguntas y respuestas para las decisiones empresariales, no solo obtiene una vista más completa de sus respuestas, sino también una vista más precisa. Con respecto a la precisión, los beneficios que proporcionan los datos grandes son difíciles de sobreestimar. Trabajar con los datos en sí siempre conllevaba un riesgo inherente de que los datos falsos o incompletos

podieran llevar a decisiones no informadas o incluso mal informadas.

El análisis de Big Data ha reducido en gran medida estos riesgos al crear una vista más precisa y completa de sus datos. Con la plataforma de BI adecuada, las empresas pueden recopilar datos de una gran cantidad de fuentes, lo que reduce el riesgo de información valiosa y en silos. Los datos inexactos no son solo un inconveniente para las empresas. Si los líderes empresariales están basando sus decisiones en datos inexactos, sus decisiones podrían incluso ser perjudiciales para la empresa. Como mínimo, estas decisiones serán subóptimas.

En el pasado, trabajé con una compañía de telefonía móvil asiática que luchaba con los clientes que se iban yendo cada 60 a 90 días. La compañía inicialmente asumió que los clientes se estaban yendo para unirse a los competidores. Lanzaron programas de retención de clientes y ofertas basadas en servicios para retener clientes. Supusieron que los clientes abandonaban la empresa debido a problemas relacionados con el servicio que recibían: los precios de los servicios eran demasiado altos, o el servicio al cliente era deficiente o el servicio celular en sí no era confiable.

Pero luego comenzaron a profundizar en los datos. Y se dieron cuenta de que su supuesto problema de retención de clientes era en realidad un problema cultural. Resulta que, los clientes estaban muy «preocupados por la moda» cuando se trataba de sus teléfonos celulares, y querían el mejor y más reciente teléfono. No se estaban yendo de la empresa. Más bien, estaban matando sus contratos para poder obtener un teléfono más nuevo.

El problema aquí fue una vista inexacta e incompleta de los datos. Fue solo después de que la empresa tuvo una visión completa de los datos que pudieron analizar correctamente la situación y ofrecer una solución correcta para su problema.

Capacitar a una nueva generación de empleados

Los millennials son nativos de la tecnología. Muchas generaciones mayores son inmigrantes de tecnología. La diferencia se reduce a cómo cada parte utiliza la tecnología. Por ejemplo, un millennial que quiera responder una pregunta como «¿Cómo se ve la bandera de la Unión Europea?» Probablemente tomará un teléfono inteligente y encontrará la información casi al instante.

La mayoría de las generaciones mayores han desarrollado una fluidez casi nativa en la tecnología. Pero muchos todavía están acostumbrados a hacer las cosas a la antigua. ¿Quieres saber cuáles son los colores de una bandera? Diríjase a la biblioteca, llame a un experto en banderas o saque una enciclopedia física.

Los Millennials están acostumbrados a la tecnología que les ayuda a encontrar lo que quieren, al instante.

En el pasado, los conjuntos de datos limitados significaban que las empresas solo podían hacer y responder algunas preguntas. Ahora, con una potente plataforma de análisis de big data, las empresas no solo pueden responder más preguntas rápidamente, sino también más preguntas sobre las preguntas. Esto conduce a mejoras cognitivas en el proceso de respuesta a las preguntas, haciendo que el proceso sea más orgánico y fluido. Al capacitar a los analistas, y especialmente a los analistas más jóvenes, las empresas pueden crear un entorno que fomente la creatividad, el pensamiento innovador y un mayor análisis crítico y analítico.

Las plataformas de análisis de datos grandes ofrecen una gran variedad de beneficios para los millennials y otras personas con un nivel nativo de tecnología. Una gran plataforma de análisis de big data permite a una empresa ampliar el tipo y

la cantidad de datos con los que trabaja, y las mejores plataformas también facilitan la creación de presentaciones con capacidad de datos.

Mayor productividad

Las herramientas modernas de big data están permitiendo a  los analistas analizar más datos, más rápidamente, lo que **aumenta su productividad personal**. Además, la información obtenida de esos análisis a menudo permite a las organizaciones aumentar la productividad de manera más amplia en toda la empresa.

Reduzca los costos

Tanto las encuestas Syncsort como NewVantage encontraron que el análisis de big data estaba ayudando a las empresas a reducir sus gastos. Casi seis de cada diez (59.4 por ciento) de los encuestados dijeron a Syncsort que las herramientas de big data les habían ayudado a aumentar la eficiencia operativa y reducir los costos, y aproximadamente dos tercios (66.7 por ciento) de los encuestados a la encuesta NewVantage dijeron que habían comenzado a usar big data para reducir los gastos. Sin embargo, de manera interesante, solo el 13.0 por ciento de los encuestados seleccionó la reducción de costos como su objetivo principal para el análisis de big data, lo que sugiere que para muchos esto es simplemente un beneficio colateral muy bienvenido.

Mejor servicio al cliente

Entre los que respondieron a la encuesta NewVantage, mejorar el servicio al cliente fue el segundo objetivo principal más común para los proyectos de análisis de big data, y el 53.4 por ciento de las empresas había experimentado algún éxito en este sentido. Los medios sociales, los sistemas de gestión de

relaciones con el cliente (CRM) y otros puntos de contacto con el cliente brindan a las empresas de hoy una gran cantidad de información sobre sus clientes, y es natural que usen estos datos para servir mejor a esos clientes.

Detección de fraude

Otro uso común para el análisis de big data, particularmente en la industria de servicios financieros, es la detección de fraude. Una de las grandes ventajas de los sistemas de análisis de big data que se basan en el **aprendizaje automático** es que son excelentes para detectar patrones y anomalías. Estas habilidades pueden brindar a los bancos y compañías de tarjetas de crédito la capacidad de detectar tarjetas de crédito robadas o compras fraudulentas, a menudo antes de que el titular de la tarjeta sepa que algo está mal.

Aumento de los ingresos

✘ Cuando las organizaciones utilizan big data para mejorar la toma de decisiones y mejorar el servicio al cliente, el aumento de los ingresos suele ser el resultado natural. En la encuesta Syncsort, más de la mitad de los encuestados (54.7 por ciento) dijeron que estaban usando herramientas de big data para aumentar los ingresos y acelerar el crecimiento en base a mejores perspectivas.

Mayor agilidad

Una vez más, según el informe Syncsort, el 41.7 por ciento de los encuestados dijo que uno de los beneficios de big data era la capacidad de aumentar la agilidad de negocios / TI. Muchas organizaciones están usando su big data para alinear mejor sus esfuerzos de TI y de negocios, y están usando sus análisis para soportar cambios más rápidos y más frecuentes en sus estrategias y tácticas de negocios.

Mayor innovación

La innovación es otro beneficio común de los datos masivos, y la encuesta NewVantage descubrió que el 11.6 por ciento de los ejecutivos está invirtiendo en analítica principalmente como un medio para innovar e interrumpir sus mercados. Razonan que si pueden obtener información que sus competidores no tienen, podrían salir adelante del resto del mercado con nuevos productos y servicios.

Mayor velocidad de comercialización

En esa misma línea, los ejecutivos también dijeron a NewVantage que estaban usando big data para lograr un tiempo de comercialización más rápido. Solo el 8.8 por ciento dijo que este era su objetivo número uno para big data, pero el 53.6 por ciento comenzó a trabajar para alcanzar ese objetivo, y de ellos, el 54.1 por ciento había logrado algún éxito. Es probable que esta ventaja de big data también resulte en beneficios adicionales, como un crecimiento más rápido y mayores ingresos.

Estos son solo algunos de los beneficios de Big Data, por supuesto. ¿Qué crees que hará el big data por ti ?

Leer también: [Historia del Big Data](#) ; [¿Porqué es tan importante el análisis del Big Data?](#); [La evolución y revolución de los datos](#)