



KPMG Technology
Services Americas



People Management Lead



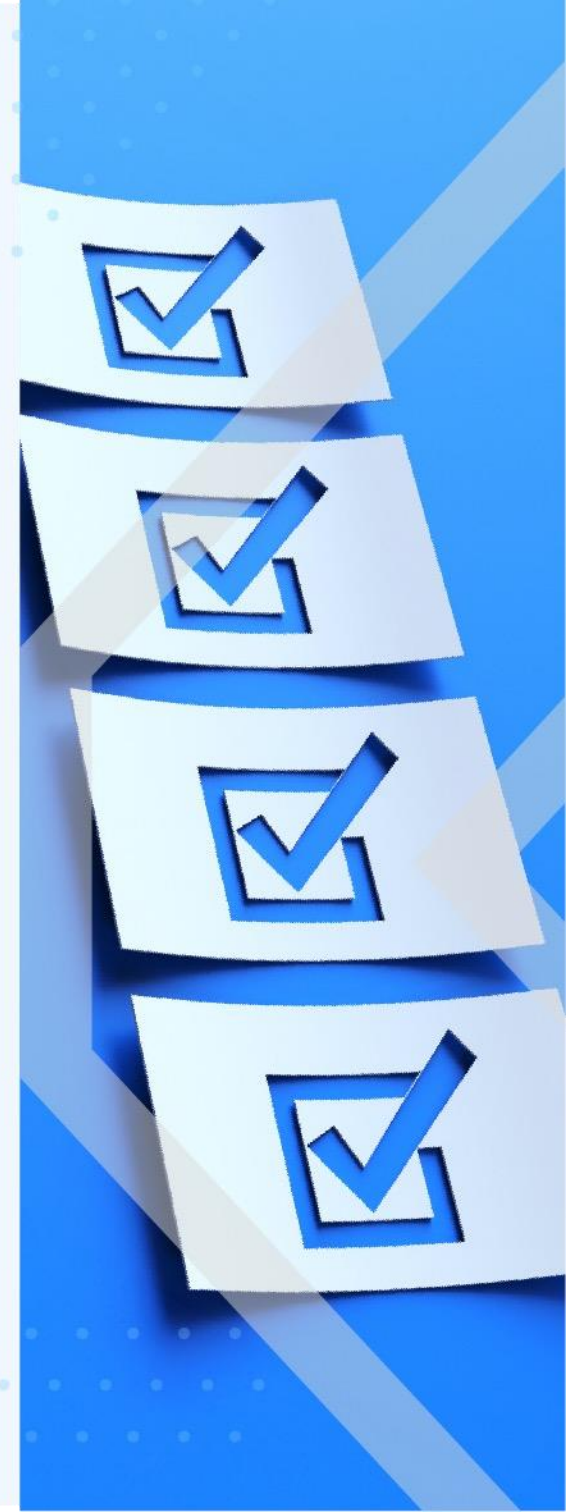
Presentación de agenda

Sesión 6 (primera parte)

- Bienvenida y presentación de agenda.
- Práctica de bienestar.
- Desarrollo de tema 4 (Bloque Problem Solving).
- Dinámica.

Sesión 6 (segunda parte)

- Desarrollo de tema 5 (Bloque Problem Solving).
- Dinámica.
- Cierre.





KPMG Technology
Services Americas



Práctica de bienestar

Nombre: Mente de principiante.

Descripción: En esta práctica meditarás y te relajarás para tener tu mente tranquila durante el día.

Instrucciones: Consulta el video *Mente de principiante* en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=upb0B_Ax8Jo





KPMG Technology
Services Americas



Bloque 3 Problem Solving

Tema 4. Big Data



Tema 4. Big Data

Web analytics

Consiste en recopilar la información que generan las personas al recorrer un sitio web (Tomas, 2018).

¿Cómo se mide la analítica web?

La información que se puede obtener del *clickstream* incluye:

- Términos o palabras que quienes hacen uso del sitio ingresaron en el motor de búsqueda y que llevaron a que se mostrara la página.
- La página en la que quien hace uso del sitio aterrizó por primera vez.
- Dónde hizo clic en la página.
- Cuánto tiempo estuvo en la página.
- Hacia dónde navegó después.

Customer journey

De acuerdo con Salesforce Latinoamérica (2022), existen cuatro etapas esenciales del *customer journey*.

- Aprendizaje y descubrimiento.
- Consideración de la solución.
- Decisión de compra.
- Fidelización.



Modelo por atributos

"Se asignan valores diferentes para cada canal de comunicación por los que pasa un usuario antes de realizar una acción de conversión" (Galiana, 2021).

Para comprender el proceso de la venta, este se considera en tres etapas:

- Conciencia.
- Consideración.
- Conversión.





Modelo de atribución

1. Modelos de un solo toque

- Modelo de primer toque (atribución de primer clic).
- Modelo de cliente potencial (*lead*) calificado (atribución de último toque).
- Modelo de creación de clientes potenciales.
- Modelo de último clic no directo.
- Modelo del toque más importante.

2. Modelos multitáctiles o multitoque

- Modelo de atribución lineal.
- Modelo de atribución de decaimiento de tiempo.
- Modelo de atribución en forma de U (basado en la posición).
- Modelo de atribución en forma de W.
- Modelo de atribución en forma de Z.





Dynamic targeting

Los editores envían los segmentos de destino que desean alcanzar.



A partir de ahí, un gestor de programas se encarga de configurar los segmentos de destino en la plataforma.



Posteriormente, los anunciantes tienen la libertad de seleccionar y combinar los segmentos de destino que elijan para potenciar su estrategia de oferta al máximo.





Personalización

- Permite adaptar el producto a las preferencias individuales cada cliente.
- Brinda la oportunidad de elegir características o funciones sin gastos excesivos.
- Ofrece una experiencia única y satisfactoria.
- No se limita solo a la oferta de bienes o servicios, sino también al aspecto y sensación de un sitio web.
- Algunos productos están adoptando la tendencia de páginas web dinámicas e interactivas.
- Implica facilitar la adaptación de bienes y servicios a las preferencias del público.
- La virtualización puede permitir a una persona probarse prendas de ropa generando un avatar con sus medidas.
- Busca conocer al público en profundidad y adaptar la mezcla de marketing a cada cliente.
- Tratar a cada cliente de forma individual, hace que se sientan de manera única y especial, fortaleciendo su conexión con la marca.





Social listening

- En la Big Data, los datos no estructurados, especialmente los textos, son omnipresentes en las comunidades online y las redes sociales.
- Se generan constantemente comentarios, opiniones y diversos textos en las redes sociales.
- Esta información permite analizar lo que sucede y cómo el público percibe a las empresas y las marcas.
- Este tipo de análisis se utiliza para analizar los datos sociales.



Análisis de opinión

- Las redes sociales tienen un protagonismo sin precedentes en la actualidad y permiten la interacción en tiempo real a pesar de la distancia.
- El público puede tomar decisiones más informadas y ampliar su perspectiva cultural.
- Tendencia a tener tiendas virtuales y vender productos en las redes sociales.
- Reducción de la inversión inicial necesaria para establecer un negocio.





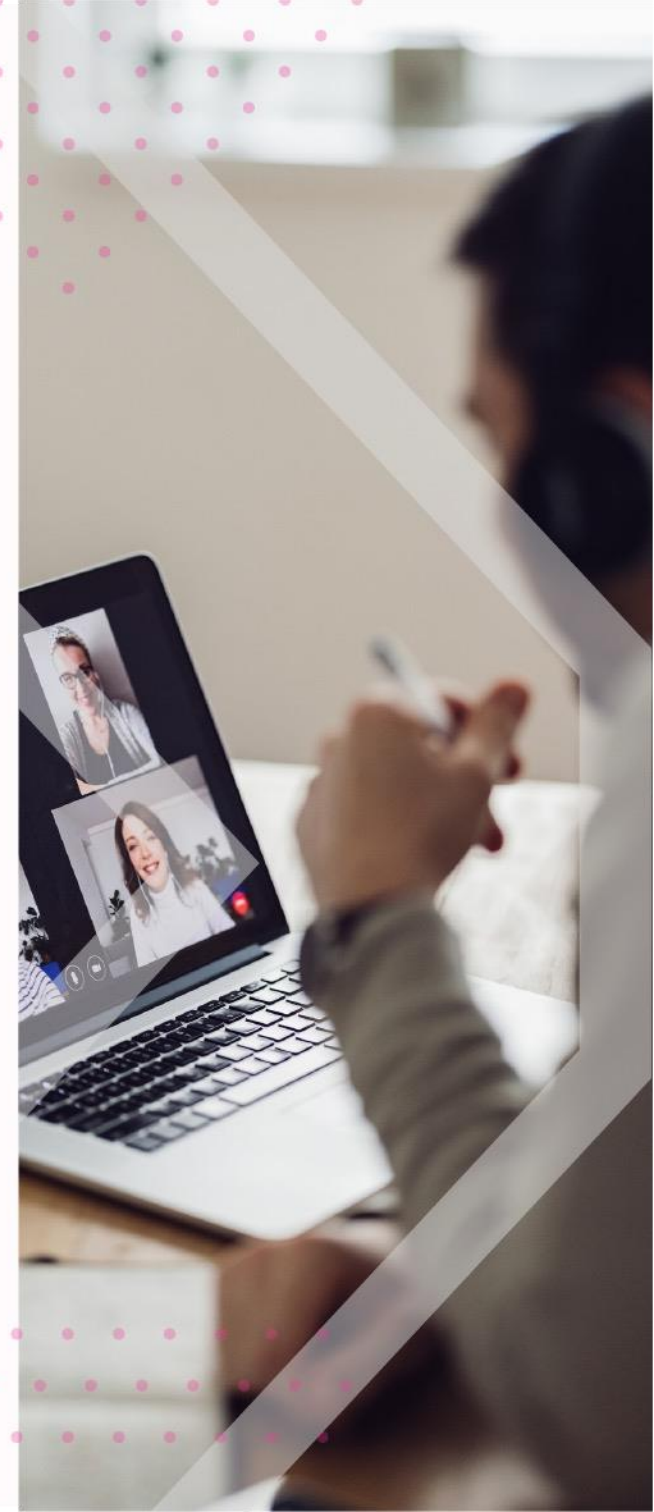
Proceso de análisis de redes sociales

- Las redes sociales han generado la **formación de comunidades específicas** basadas en diferentes temas que permiten la interacción virtual entre personas con intereses similares (C2C) y la **influencia en las decisiones de compra**.
- Se deben definir las **métricas y resultados deseados**, identificar las herramientas adecuadas y combinar las métricas de todas las plataformas.
- Las empresas deben **prestar atención** a los sistemas de recomendación y realizar un **seguimiento constante** de las redes sociales.



Dinámica

1. El personal docente dividirá el grupo en equipos de 3 a 5 participantes.
2. Los equipos buscarán información de tres restaurantes de su zona que tengan más de diez reseñas en Google Maps y tengan redes sociales.
3. Los equipos analizarán las respuestas, interacciones, número de seguidores y presentarán sus conclusiones respecto al uso de estos sitios, así como los factores que los hacen exitosos.





KPMG Technology
Services Americas



Bloque 3 Problem Solving

Tema 5. Visualización y storytelling



Tema 5 . Visualización y storytelling

Proceso de creación de impacto

Factores de fracaso de creación de impacto

Storytelling de datos

Visualización de datos

Diseño de reporte de datos

Herramientas de BI



Proceso de creación de impacto

Tener una línea argumental clara, un enfoque conciso del mensaje que se quiere transmitir, así se logra la visualización potente de los resultados analíticos.

- Visualizar de forma concisa el mensaje deseado.
- Enfoque máximo en un solo atributo.
- El uso de una visualización potente de los resultados analíticos.
- Elegir una herramienta impresionante para mostrar los datos.
- Contratar a una agencia o utilizar una plataforma con herramientas visuales poderosas.





Factores de fracaso de creación de impacto

- No tener la información correcta.
- No tener el talento correcto.
- Resolver el problema incorrecto.
- No desarrollar valor.
- Pensar que la implementación es el último paso.
- Aplicar el proceso equivocado o no aplicar ninguno.
- Olvidar la ética.
- Pasar por alto la cultura.



Storytelling de datos



El principio de la pirámide de Minto.



Estructurar la idea principal y respaldarla con argumentos.



Concluir la presentación con un gran impacto y dejar una impresión duradera.

Visualización de datos



En 1973, Francis Anscombe demostró la importancia de graficar los datos mediante el cuarteto de Anscombe, que muestra cómo conjuntos de datos con estadísticas idénticas pueden variar considerablemente al graficarlos.



La visualización permite una mejor comprensión de las estadísticas descriptivas como la media, la varianza y el coeficiente de correlación.



Los objetivos de la visualización, según Zoho (s.f.), son:

- Explicación.
- Exploración.



KPMG Technology
Services Americas



Diseño de reporte de datos

- Gráficas de relación de datos.
- Comparación de datos.
- Composición de datos.
- Distribución de datos.



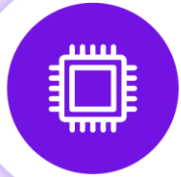
Características clave del business intelligence, según Asana (s.f.):

- Proceso alargado en el tiempo que permite un análisis continuo de datos.
- Etapas de exploración y extracción de datos iniciales.
- Análisis de la relación entre variables y KPI.
- Utilización de estructuras de datos como data warehouses.
- Definición previa de objetivos y área de análisis.
- Comunicación de resultados y aplicación de cambios necesarios.



El proceso ETL (Extract, Transform, Load)(Santos, 2023):

- Extracción.
- Transformación.
- Carga.



Áreas clave donde pueden surgir problemas en la inteligencia de negocios:

- Establecimiento de la estrategia BI.
- Ejecución del plan estratégico de BI.

Utilización de herramientas para la visualización de datos

Los diferentes tipos de objetos visuales en Power BI son:

- Gráficos de comparación.
- Gráficos de tendencia.
- Gráficos de seguimiento.
- Gráficos geográficos.
- Gráficos de segmentación.



Ventajas de la utilización de herramientas de BI



Sencillez al realizar análisis.



Agilidad de los procesos.



Eficiencia al requerir una visión general.



Precisión en la asignación de responsabilidades.







Mejora en la visibilidad de los procesos e
identificación de los que necesitan más atención.



Aumento de la productividad.

Desventajas de la utilización de herramientas de BI

-  Mayor costo.
-  Complejidad en la implementación del data warehouse.
-  Tiempo.
-  Uso limitado.

Proceso de implementación de BI

1. Planificación.
2. Definición de requerimientos.
3. Modelado dimensional. Este se realiza de manera iterativa y consta de cuatro pasos:
 - Elegir el proceso de negocio.
 - Establecer el nivel de granularidad.
 - Elegir las dimensiones.
 - Identificar las tablas de hechos y medidas.
4. Diseño físico. Durante esta etapa, es necesario tener claridad en los siguientes aspectos:
 - Dimensionamiento del tamaño del futuro almacén de datos (DWH).
 - Factores de uso.
 - Dimensionamiento a nivel de servidores, procesadores, memoria, almacenamiento y sistemas de respaldo.
 - Instalación del software en los diferentes servidores.
 - Definir e instalar los componentes necesarios.
 - Establecimiento del método.
 - Definir el plan de indexación y de particionamiento.
5. Diseño e implementación del subsistema ETL.
6. Implementación.

Dinámica

Los siguientes enlaces son externos a la Universidad Tecmilenio, al acceder a ellos considera que debes apegarte a sus términos y condiciones.

1. El personal docente dividirá el grupo en equipos de tres a cinco participantes.
2. En equipo, busquen información sobre Kidzania, visitando la página de la empresa para más información (<https://mexico.kidzania.com/es-mx>) y observen el video <https://www.youtube.com/watch?v=5EHCijFYh1k&t=2s>
3. Realicen una presentación analizando el *customer journey* de la empresa.





KPMG Technology
Services Americas



Cierre

En el contexto actual, las empresas deben emplear herramientas de Big Data para analizar a sus clientes y el entorno de mercado. Dominar conceptos como web analytics, customer journey, dynamic targeting y análisis de redes sociales es clave para posicionar y hacer crecer una empresa a través del marketing digital. Tanto las empresas grandes como las pequeñas deben invertir en el entorno web para mantenerse en el mercado y promover sus productos y servicios.

Además, es importante comunicar de manera profunda y memorable al público objetivo. Contar una historia impactante y utilizar herramientas como Power BI para presentar los datos de manera efectiva son fundamentales. Al preparar un informe, se debe elegir los gráficos adecuados según el objetivo y tipo de datos, y probar previamente ante un público para asegurar el éxito en la presentación.



Referencias

- Asana. (s.f.). *Qué es Business Intelligence y cómo sacarle partido en gestión de proyectos*. Recuperado de <https://asana.com/es/resources/business-intelligence>
- Galiana, P. (2021). *Qué es el modelo de atribución en Marketing y para qué sirve*. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/modelo-atribucion-marketing-marketing-digital/#:~:text=atribuci%C3%B3n%20en%20Analytics-,Qu%C3%A9%20son%20los%20modelos%20de%20atribuci%C3%B3n,reciben%20cr%C3%A9ditos%20por%20una%20compra.>
- Salesforce Latinoamérica. (2022). *Customer journey: qué es y para qué sirve*. Recuperado de <https://www.salesforce.com/mx/blog/2022/02/customer-journey-que-es-y-para-que-sirve.html>
- Santos, D. (2023). *Qué es ETL: definición, proceso y herramientas*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-etl>
- Tomas, D. (2018). *Analítica web y 5 herramientas para medir tus resultados online*. Recuperado de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/analitica-web-y-5-herramientas-para-medir-tus-resultados-online>
- Zoho. (s.f.). *¿Qué es la visualización de datos?* Recuperado de <https://www.zoho.com/es-xl/analytics/what-is-data-visualization.html>





KPMG Technology
Services Americas



Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio.

Todos los derechos reservados @ Universidad Tecmilenio

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.

