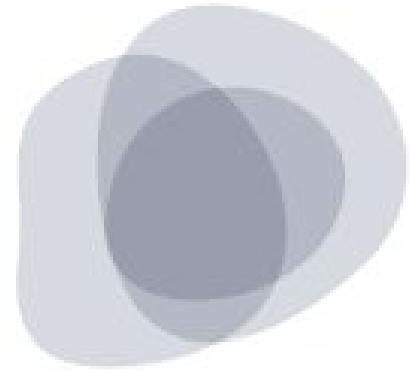


Usando Business Analytics y Ciencia de datos para mejorar la experiencia digital de los clientes.



Álvaro Galán Zapatera.
Digital Experience Account Manager.
Liferay.

Housekeeping!



¿Quién soy yo? ¿Qué hago aquí?



¿ Cuántos estáis familiarizados con....?

Big Data para la Transformación Digital



Eterna promesa, muchas definiciones.



Decenas de aplicaciones, sectores y áreas funcionales, pero...

Los estudios (internacionales) dicen...



Companies with the strongest omni-channel customer **engagement** strategies retain an average of

89%
of their customers.

67% of customers

mention bad digital experiences as a reason for churn, but only 1 out of 26 unhappy customers **complain.**

The rest, they just leave.

Digital interactions **influence**

36%

of every euro spent in the purchase of a good or service.

Mi experiencia me dice que....



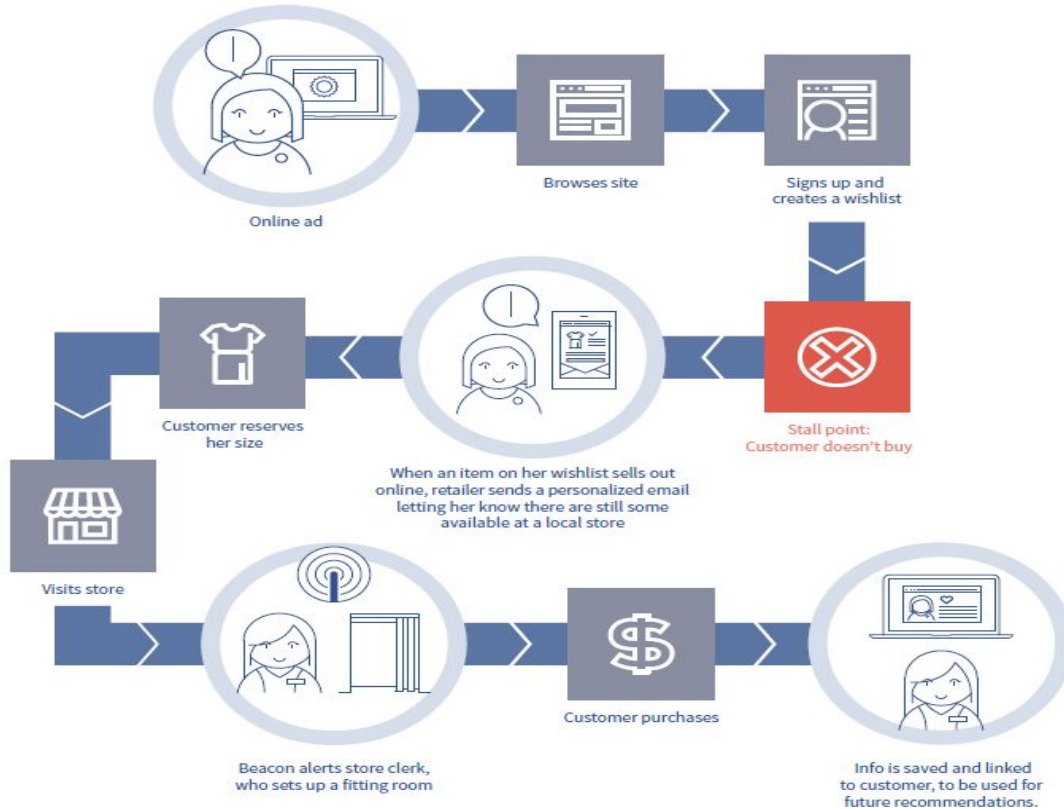
- RTB
- Customer Lifetime Value
- Contenido Personalizado
- Marketing Automation
- Cross-channel marketing



Customer Journeys Amigables y Efectivos



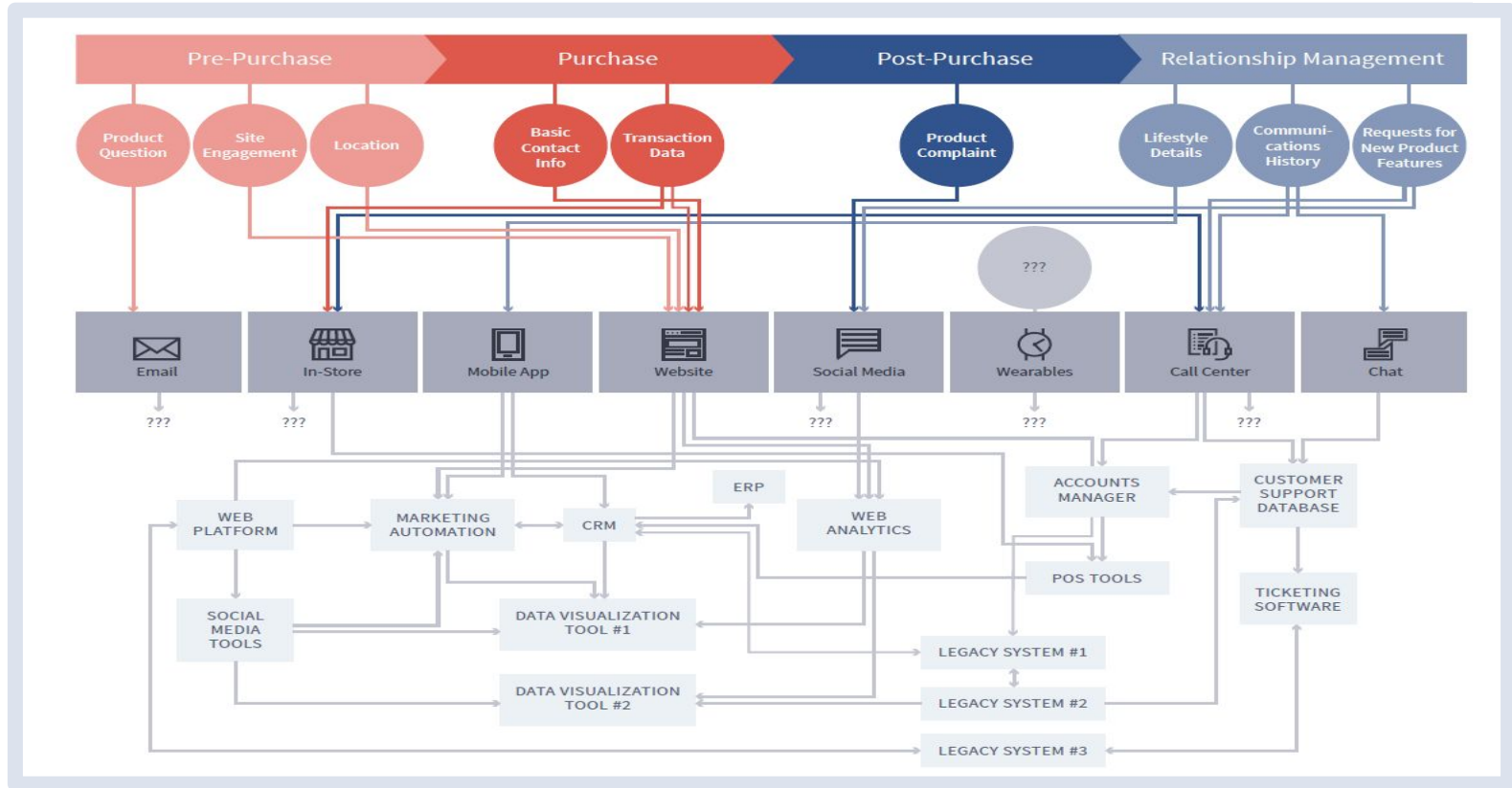
New Retail Experience:



¿Experiencia de usuario, Personalización, Marketing Automático...?



Por fin, ¡Big Data!





THIS IS A TRUE STORY.

At the request of the survivors the names have been changed.

Out of respect for the dead the rest has been told exactly as it occurred.

Ejemplo 1: ¿Cómo optimizo mi Retargeting?

Cadena Hotelera



Reto de negocio

- Optimizar la inversión publicitaria, impactando sólo a clientes con interés.
- **¡Adecuación del mensaje a mis intereses y capacidades!**



Factores

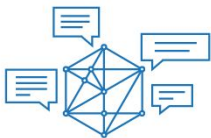
- Tres meses de navegación en el sitio web (5M de cookies)



Resultados

- Ranking por propensión de compra de las cookies para establecimiento de estrategias.
- Ejecución de estrategias de remarketing.

Ejemplo 2: ¿Cómo convierto mejor mis campañas? Venta privada



Reto de negocio

- Activar mejor a mis registrados mediante campañas de venta privada.
- **Adecuación de oferta a mis hábitos de compra y a los patrones de usuarios similares**



Factores

- Historial de ventas en el Transaccional (60k registrados).
- Campañas de email marketing.
- Navegación en sitio.



Resultados

- Segmentación de clientes en base a compras.
- Creación de campañas para los segmentos.
- Análisis de apertura y navegación.
- Análisis de la venta cruzada.
- Retroalimentación del ciclo.

Ejemplo 3: ¿Cómo optimizo mi Customer Journey? Institucion Educativa



Reto de negocio

- Ser capaz de detectar aquellos candidatos que se convertirán en alumnos, para optimizar la inversión de tiempo, y mejorar el tratamiento.
- Ser capaces de captar “mejores” alumnos.
- **Diseño del Customer journey en base a lo que sabes de mí.**



Factores

- Campañas de marketing on y offline.
- Ciclo de vida del candidato en el CRM.
- Navegación en sitio.



Resultados

- Índice de priorización de leads a gestionar.
- Sistema de aging en el proceso.
- Análisis de procedencia de lead, comportamiento y calidad del mismo.



¡Gracias!

