

La jornada Open Analytics tratará en profundidad cómo rentabilizar las campañas de marketing y mejorar la eficacia de los equipos de ventas

Marketing Intelligence y Social Intelligence, nuevas tendencias en la inteligencia de negocio sobre tecnologías abiertas

Madrid, 2 de octubre del 2013. **En los últimos años se ha producido un incremento en el uso de soluciones de Business Intelligence (BI) de código abierto por parte de grandes organizaciones en sectores tradicionales como la banca y finanzas o las aseguradoras. Ahora esta tendencia también ha llegado a las áreas de ventas y marketing, donde son claves la recopilación de un gran volumen de datos para hacer pronósticos y planificación de ventas, la identificación de potenciales clientes, la evaluación de gastos, la rentabilidad de productos y mercados, el diseño patrones de compra o perfiles de clientes, entre otras acciones.**

Con el objetivo de ofrecer una respuesta para el análisis óptimo de esta ingente cantidad de datos procedente de diversas fuentes, tendrá lugar la jornada Open Analytics el próximo 24 de octubre en el Media Lab Prado de Madrid. Para ello, un reconocido grupo de expertos analizará, entre otras disciplinas, cómo aplicar las tecnologías de BI basadas en software libre a las nuevas tendencias de las redes sociales y el marketing online, de manera que los profesionales del social media, el marketing y las ventas puedan recopilar, procesar y generar indicadores que les ayuden a tomar decisiones más eficientes y a mejorar su estrategia.

En este sentido, la integración de herramientas de análisis de datos open source, como la suite Pentaho, con plataformas libres de gestión de relaciones con los clientes (CRM, Customer Relations Management), proporciona nuevas y potentes soluciones de Marketing Intelligence, una de las tendencias protagonistas del evento Open Analytics. En paralelo, también se tratará el Social Intelligence, que surge de la combinación de soluciones de inteligencia con datos extraídos desde diversas fuentes de Internet (Facebook, Twitter, Blogs, Youtube, LinkedIn, Google Analytics, Comscore, Omniture...), con la finalidad de transformar esos datos dispersos y el análisis de social media, sentiment analysis, campañas, en conocimiento aprovechable por parte de las empresas.

El valor de las soluciones de análisis de datos open source

En la actualidad existen robustas soluciones de análisis de datos basadas en tecnologías de código abierto. Un ejemplo de ello es la suite Pentaho, que representa una alternativa a los costosos sistemas de BI tradicionales y cuyo uso por parte de las organizaciones deviene en una mejora temprana de los resultados empresariales.

El ahorro en costes de desarrollo, la flexibilidad de implantación, el mayor retorno de inversión, la facilidad de integración o la mejora en la customización, son las principales ventajas inherentes a herramientas de BI como Pentaho. No obstante, en el proceso de análisis de información también es clave la extracción, la transformación y la carga (ETL) de los datos, ya que permite gestionar la

calidad de los datos de forma adecuada. Un sistema de BI requiere de este “expertise”, por lo que será uno de los temas latentes a lo largo de la jornada Open Analytics.

Acerca de OpenAnalytics

Open Analytics se centra en tecnologías innovadoras open source, big data, business intelligence, data mining y open data. Expertos y líderes de la industria exponen desde una perspectiva de negocio los beneficios de herramientas de software libre aplicadas al tratamiento de datos. Para más información:

<http://www.openanalytics.es/>

Para más información:

Open Knowledge Comunicación

Contacto: Soraya Muñoz / María Sánchez

comunicacion@okcomunicacion.es

Tel.: 622 043 004