

LA SIMPLIFICACION DE LA INFORMACION

⊕ ¿Qué es **Small Data**?

Se refiere al **conjunto de procesos para analizar, gestionar y evaluar datos de menor tamaño y simplicidad en volumen y heterogeneidad** que están presentes en cualquier modelo de negocio, que forman parte del desarrollo normal del mismo y que además permiten conocer mejor lo que sucede en nuestro entorno así como **identificar oportunidades, patrones de comportamiento, predicción en las acciones de los clientes y mejorar sensiblemente la eficiencia de los procesos y la relación con los clientes mediante un sistema de reingeniería de proceso.**

⊕ **La evolución natural del Big data (coexistencia)**

Big Data consiste básicamente en encontrar correlaciones y relaciones entre diversas variables del negocio, mientras que el **Small Data** se preocupa por las causas y las razones de estos comportamientos. Considera que no todo se puede medir con cifras y es ahí donde el **Small Data** puede aportar valor y complementarse con el Big Data en la medida de las diferentes sensaciones y/o emociones que transmiten los clientes (satisfacción, irritabilidad, desconfianza, etc).

Los principales analistas del mercado de Big Data indican que a partir de 2016 comenzará el despegue de Small Data, donde se desarrollarán las acciones y estrategias de marketing enfocadas a conocer de forma más profunda tanto los gustos, las preferencias de los clientes y las características que lo hacen único, con el objetivo de personalizar y focalizar al cliente en un modelo único y diferente.

Una encuesta reciente de J2 Global indica que más del 30% de los responsables y directores de departamentos de marketing considera más útil la información de detalle relacionada con el segmento de su público objetivo, seguido de un 18% que considera más relevante la información de detalle relacionada con su sector.

Entre ambas, prácticamente hablamos de que un 50% de estos expertos y directores de áreas básicas para el crecimiento de la empresa se están direccionando al uso intensivo de **Small Data.**

Según el director general de Campaigner, compañía de análisis de herramientas de e-marketing services, **el uso de "los pequeños datos" será fundamental para el éxito del marketing en 2016.** Cada estrategia de marketing deberá no solo estar basada en datos sino en el análisis sobre los datos que sean adecuados atendiendo al público objetivo de cada negocio. De esta forma, la industria se mueve de una visión macro-datos a una visión de mayor segmentación y aproximación al público objetivo.

Q13 Which of the below provides the best actionable insights for marketing strategy and execution? (Select one)

Answered: 449 Skipped: 57



Los resultados y beneficios que **Small Data** puede proporcionar para tomar decisiones en Marketing son espectaculares. Entre otras cosas, ayuda de forma especial a:

- Identificar la demanda real del cliente.
- Determinar el tamaño de un mercado.
- Estimar si es suficiente para un nuevos productos o sustitutos.
- Cómo se desarrolla o se expande un mercado.
- Qué estarían dispuestos a pagar los consumidores por un producto.
- Cuáles son los precios óptimos de la distribución.
- Cuáles son los mejores canales para la distribución: multicanalidad.
- Cómo mejorar el producto y sus ventas atendiendo a rasgos locales.
- Donde acceder a herramientas, si están disponibles y dónde.

⊕ Ventaja competitiva usando **Small Data**

El concepto de **Small Data** no es nuevo, y tenemos antecedentes relevantes como concepto varios años atrás, pero 2016 está siendo el año de su explosión, considerándolo parte fundamental de los sistemas de gestión del conocimiento de una empresa.

Es muy interesante desde la perspectiva de conocimiento de las preferencias del consumidor o cliente y por otro lado para la mejora en la eficiencia de procesos industriales.

El concepto de **Small Data**, a diferencia del de Big Data, es "asequible" para la mayoría de empresas, incluso para profesionales y autónomos que no deben de mirar el tamaño de su base de datos, si no las fuentes de entrada y salida de información en todos los canales a su disposición: mail, blog, whatsapp, redes sociales, etc.

Esto asegura un retorno de la inversión "que se puede tocar y cuantificar" en un período breve de tiempo, que rara vez excede de un año. En cualquier caso, es posible abordar diferentes aspectos de un proyecto global de **Small Data** paquetizando partes del mismo y obteniendo resultados en periodos relativamente cortos.

Pero no hay que engañarse, no quiere decir que **Small Data** sea peor que Big Data, cuando la mayor empresa del mundo, Apple, lo utiliza de forma habitual.

⊕ Y en tecnolearning ¿Cómo lo hacemos?

1. Entrevista de un experto de **Tecnolearning** con los responsables de la empresa donde se recabará información sobre la situación actual.
2. Informe de **Tecnolearning**:
 - a. Sobre las acciones a desarrollar tanto en el aspecto estructural como en el formativo (www.tecnolearning.com).
 - b. Plan de actividades con cronograma.
 - c. Fijación de tareas y plazos de realización.
 - d. Coste del proyecto.
3. Evaluación de resultados, posibles mejoras y/o ampliación del proyecto.

⊕ Nuestra Formación es...



- **Presencial y Webinar.**
- **In company** (en sus instalaciones).
- **Personalizada** (adaptamos los temarios a las necesidades de la empresa).
- **A medida:** libre elección de fechas (lunes a viernes) y de horarios (de 8:00h a 21:00)
- **Para grupos** de alumnos: de 1 a 12.
- **Subvencionada: Fundación Tripartita.** Gestionamos los trámites de forma gratuita.

tecnolearning imparte también formación en:

Ofimática:	Office 2007/2010/2013/2016 – Office 365 - Prezi – Skype - Excel B.I.
Bases de Datos:	SQL Server – Oracle – PostgreSQL – NoSQL – MySQL – Big Data
Redes y Seguridad:	CCNA (certificación)– Hacking Ético – Ms. System Center
Sistemas:	Windows (Server) – Active Directory – Virtualización - PowerShell
Ms. Azure:	Fundamentos, Profesionales IT, Desarrollo de Soluciones
Big Data:	Nivel gerencial y nivel técnico (+ asesoría / consultoría)
Programación:	Java – Web - .Net (MVC4/5) – Móviles - VBA
SharePoint:	Diseño - Desarrollo – Administración – B.I. – Usuario
ITIL:	Foundation – Services – Desing – Transición – Operation - Protection
Web 2.0:	Google – Redes Sociales – WordPress – Moodle – SEO & SEM
Software Libre:	Unix/Linux – LibreOffice - OpenOffice
Proyectos:	Ms. Project – Project PMP (certificación) – Scrum – Prince2
Otros:	Asterisk – Métrica V3 – LOPD
Habilidades:	Directivas – Comerciales - Sociales