



A background network diagram consisting of interconnected nodes and lines. The nodes are represented by circles of varying sizes and colors: black, white, and red. The lines are thin and black, connecting the nodes in a complex, web-like structure. The overall aesthetic is clean and modern, typical of data visualization.

El Big Data supone **una gran oportunidad** para tu negocio.  
¿Cómo? Aplicando las estrategias y técnicas del Big Data  
podrás alcanzar tus objetivos, diferenciarte de la competencia  
o conocer con mayor precisión el comportamiento y las  
necesidades de tus consumidores.

# 1. Netflix

Netflix empezó siendo una empresa que alquilaba películas en formato de DVD por correo. En 2009 comenzó a usar un **algoritmo para predecir los gustos de sus suscriptores.**

Hoy día tiene más de 80 millones de usuarios en todo el mundo.



NETFLIX

**80 MILLONES DE USUARIOS**



## ¿Qué datos de clientes recoge?

- Horarios de visualización
- Dispositivos que usan
- Tipos de búsquedas que realizan
- Su comportamiento durante la serie (pausa, rebobinado, créditos, etc.)
- Etiquetado de las películas (taggers)
- Valoraciones de los usuarios



## ¿Qué resultados obtiene?

**186,6 millones de dólares de beneficios en 2016, un 52% más de beneficios que en 2015.**

Gracias a:

- Hipersegmentar el cliente y adaptar las series y películas a su demanda
- Ofrecer a sus clientes recomendaciones de contenido afín a sus gustos
- Generar contenido en función de las preferencias de sus clientes

## 2. Spotify

La plataforma de música en streaming se lanzó en 2008 y desde entonces ha registrado más de 24 millones de usuarios activos, de los cuales 6 millones son premium.

En 2006 Spotify compró The Echo Nest (compañía especializada en Big Data musical) con la que extrae **datos para reconocer las preferencias de los usuarios y las tendencias musicales.**

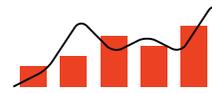


**24 MILLONES DE USUARIOS**



## ¿Qué datos recoge?

- Géneros más escuchados
- A qué hora escuchan música
- Dónde la escuchan
- Suscripciones a una playlists concreta
- Popularidad de los artistas
- Tiempo de reproducción (si pasas la canción antes de 30seg es un “no me gusta”)



## ¿Qué resultados obtiene?

**50 millones de suscriptores de pago**  
**Aumento de 5 millones en altas de usuarios en 2016 respecto a 2015**

Gracias a:

- Establecer patrones de conducta para poder hacer recomendaciones y listas de descubrimiento en función de los gustos musicales de cada usuario

### 3. Amazon

Es el mayor marketplace del mundo. Utiliza una **estrategia basada en el análisis predictivo** capaz de construir un sistema de recomendación de productos para las personas que visitan la web.

En 2016 cerró con 152 millones de cuentas de clientes.



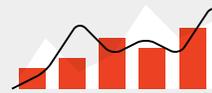
**152 MILLONES**

**DE CUENTAS DE CLIENTES**



## ¿Qué datos recoge?

- Secuencias de clics (valoraciones y likes)
- Datos históricos de compra de los usuarios
- Tiempo en el sitio web
- Duración de la vista
- Comparación de compras similares con otros clientes
- Ítems en los carritos de compra virtuales



## ¿Qué resultados obtiene?

Amazon cuadruplicó su beneficio en 2016, hasta los 2.371 millones de dólares. Sus ventas crecieron un 27% en 2016, 135.987 millones de dólares.

Gracias a:

- Ofrecer a los clientes una experiencia de compra personalizada
- Los motores de recomendación con los que logran el 29% de sus ventas

## 4. Starbucks

¿Has visto alguna vez cuatro Starbucks a pocos metros de distancia? No están ahí por casualidad. La famosa cadena de cafeterías utiliza el **BigData para determinar cuál es el preciso lugar donde abrir una tienda.**

A día de hoy, más de 6 millones de personas están registradas en su loyalty program.



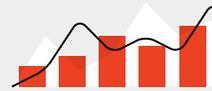
**6 MILLONES DE PERSONAS**

**REGISTRADAS EN SU LOYALTY PROGRAM**



## ¿Qué datos recoge?

- Localización de la tienda:
  - Datos demográficos de los clientes
  - Población
  - Patrones de tráfico
  - Paradas de transporte público
  - Tipos de negocio en los alrededores
- Ofertas personalizadas
  - Productos que gustan a los clientes
  - Cómo toman el producto (con leche, sin azúcar...)
  - Horario
  - Lugar



## ¿Qué resultados obtiene?

Un 10% más de ingresos en 2016

Gracias a:

- Determinar la rentabilidad de abrir una tienda en un lugar u en otro
- Ofrecer a sus clientes ofertas y promociones que les resulten interesantes

[www.forbes.com/sites/greatspeculations/2016/09/19/lets-look-at-starbucks-growth-strategy/#4d39d6903d71](http://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2016/09/19/lets-look-at-starbucks-growth-strategy/#4d39d6903d71)

## 5. Walmart

Con 245 millones de clientes, Walmart es el retailer más grande del mundo. **Gracias al BigData identifica patrones de comportamiento.**

Su objetivo actual es optimizar la experiencia de compra de los clientes tanto en la web como en el punto de venta.

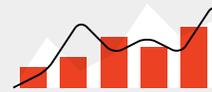


**245 MILLONES DE CLIENTES**



## ¿Qué datos recoge?

- Análisis semántico del texto en el buscador de la web - Ticket medio
- Duración de las visitas
- Frecuencia de las visitas



## ¿Qué resultados obtiene?

**Ingresos de 482.1 billones de dólares en 2016. Un 10% más de conversión de sus visitas en la web.**

Gracias a:

- El lanzamiento de nuevos productos según las preferencias de sus clientes
- Las recomendaciones a sus clientes en función de sus necesidades y gustos
- Los modelos de análisis predictivos que le permitan identificar patrones de conducta



Como ves, las empresas más grandes del mundo ya basan sus estrategias de negocio en el Big Data con grandes resultados. Establece tú también una estrategia de Big Data en tu empresa y **aumenta la certeza y éxito** de tus decisiones de negocio.



En DataCentric, te ayudaremos a gestionar tus BBDD y a ampliarlas con la información más útil y actualizada de tus clientes y del sector.

Contáctanos ahora en:

Madrid: + 34 91 382 20 00

Barcelona: + 34 93 467 48 00

**Data  
Centric**

[www.DataCentric.es](http://www.DataCentric.es)