

Business Intelligence - BI

Ing. Manuel Cruz - MBA



Introducción al Business Intelligence - BI

Video

Introducción

En el mundo de los negocios para ser exitoso, es esencial lograr tomar decisiones de forma rápida y oportuna, para lograr esto de la mejor manera es esencial contar con la información adecuada y en tiempo que soporte toda la gestión de las operaciones de la empresa de forma ágil y rápida.

¿Qué es Business Intelligence?

Es el conjunto de procesos, aplicaciones y tecnologías que facilitan la obtención rápida y sencilla de datos provenientes de los sistemas de gestión empresarial para su análisis e interpretación y utilizarlos para la toma de decisiones.



Utilidad del BI

Mercadotecnia: En esta área el BI puede ser aprovechado para segmentación de mercados, análisis de tendencias y de clientes.

Ventas: Análisis de clientes y su rentabilidad, análisis por producto, por segmento, proyecciones y pronósticos de ventas.

Finanzas: Reportes detallados de gastos, costos e ingresos así como para razones financieras y análisis financiero de la empresa.

Logística: Seguimiento de embarques y monitoreo de pedidos para saber la causa de su pérdida.

Producción: Reporte de productividad de líneas de producción, rotación de inventarios, etc.

Beneficios del Business Intelligence

Incremento de la eficiencia: Al contar con los datos de manera accesible y ágil puedes generar información de valor centralizada la cual podrás visualizar en una única plataforma para aprovecharla de manera óptima para realizar análisis y tomar decisiones informadas y en tiempo.

Respuestas rápidas a situaciones de negocio: Para tomar decisiones en el momento indicado es importante contar con la información a la mano de manera sencilla y no perder tiempo en buscar y consolidar datos.

Control de las áreas funcionales de la empresa: En todas las áreas de la empresa se genera información de valor día a día, puedes aprovecharla de la mejor manera para conocer tendencias, proyectar datos, analizar escenarios, etc

Beneficios del Business Intelligence

Mejora tu servicio al cliente: Al contar con la información más importante y en tiempo real puedes ofrecer a tus clientes un servicio de mayor calidad desde el pedido hasta el servicio post venta al conocer más acerca de ellos y sus necesidades. Analiza hábitos de compra, reconoce los productos más vendidos, etc

Presenta información por medio de tableros de indicadores para una comunicación más simple y directa de la situación de la empresa. Al tener la posibilidad de crear distintos tableros para control puedes enfocarte en los datos más relevantes que mostrar sin necesidad de revisar grandes cantidades de información

Country Name

Australia, India

Line

Trellis Columns

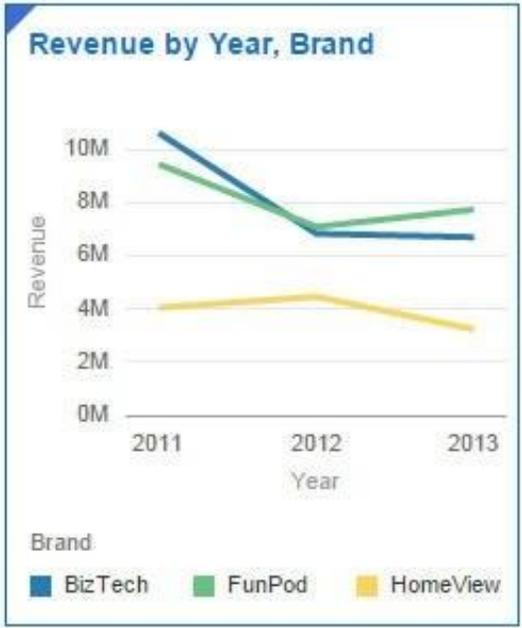
Trellis Rows

Values (Y-Axis)
Revenue

Category (X-Axis)
Year

Color
Brand

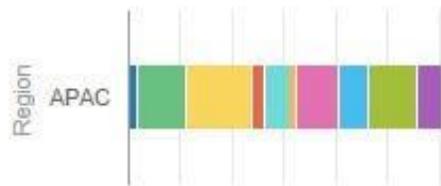
Size (Width)



Revenue

60M

Revenue by Region, Product ...



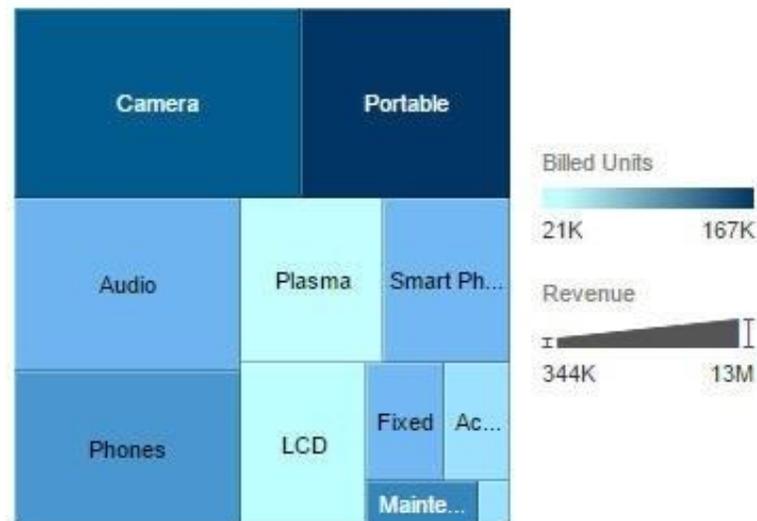
Product Type

- Accessories
- Audio
- Camera
- Fixed
- Install
- LCD
- Maintenance
- Phones
- Plasma
- Portable
- Smart Phones

Country-wise Revenue



Revenue by Region, Product Type, Billed Units



QuickStart

- Readme Overview Product Details Office Details Order Details Scorecard Published Reporting

Year

- 2008
- 2009
- 2010

Products Hier.

Organization

--Select Value--

Office

- Montgomery Office
- Blue Bell Office
- Foster Office
- Glenn Office
- Tellaro Office
- Madison Office
- Eden Office
- Sherman Office
- Casino Office
- Merrimon Office
- Perry Office
- Eiffel Office
- Spring Office

Filters currently applied :

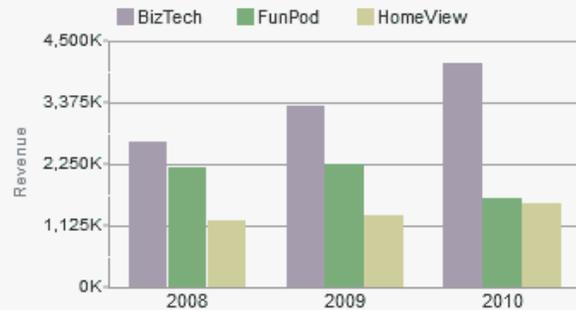
- [Custom Actionable Menu](#)
- [Help on this Page](#)



Products Hierarchy	Revenue	Revenue	Actual Unit Price
▶ BizTech		10,000,000	
▶ FunPod		6,000,000	
▶ HomeView		3,994,581	
▼ All Products		9,997,291	

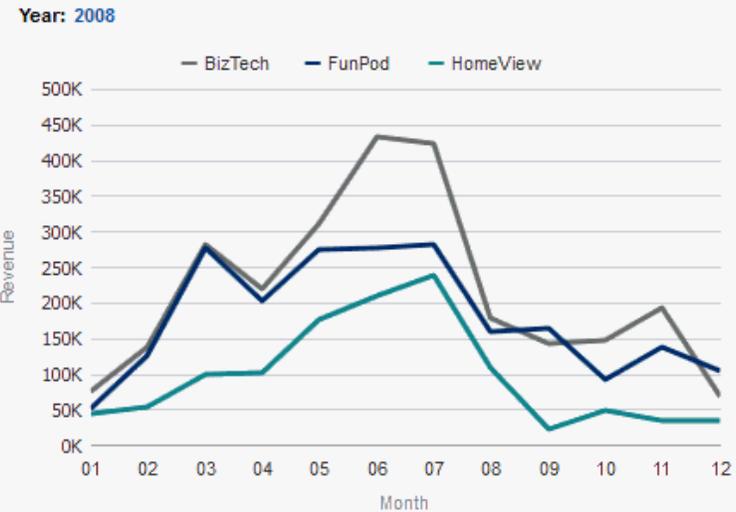
Revenue by Year

	2008	2009	2010	Grand Total
▶ BizTech	2,634,768	3,287,304	4,077,928	10,000,000
▶ FunPod	2,170,453	2,226,662	1,602,884	6,000,000
▶ HomeView	1,194,779	1,286,034	1,513,769	3,994,581
▼ All Products	3,000,000	3,400,000	3,597,291	9,997,291



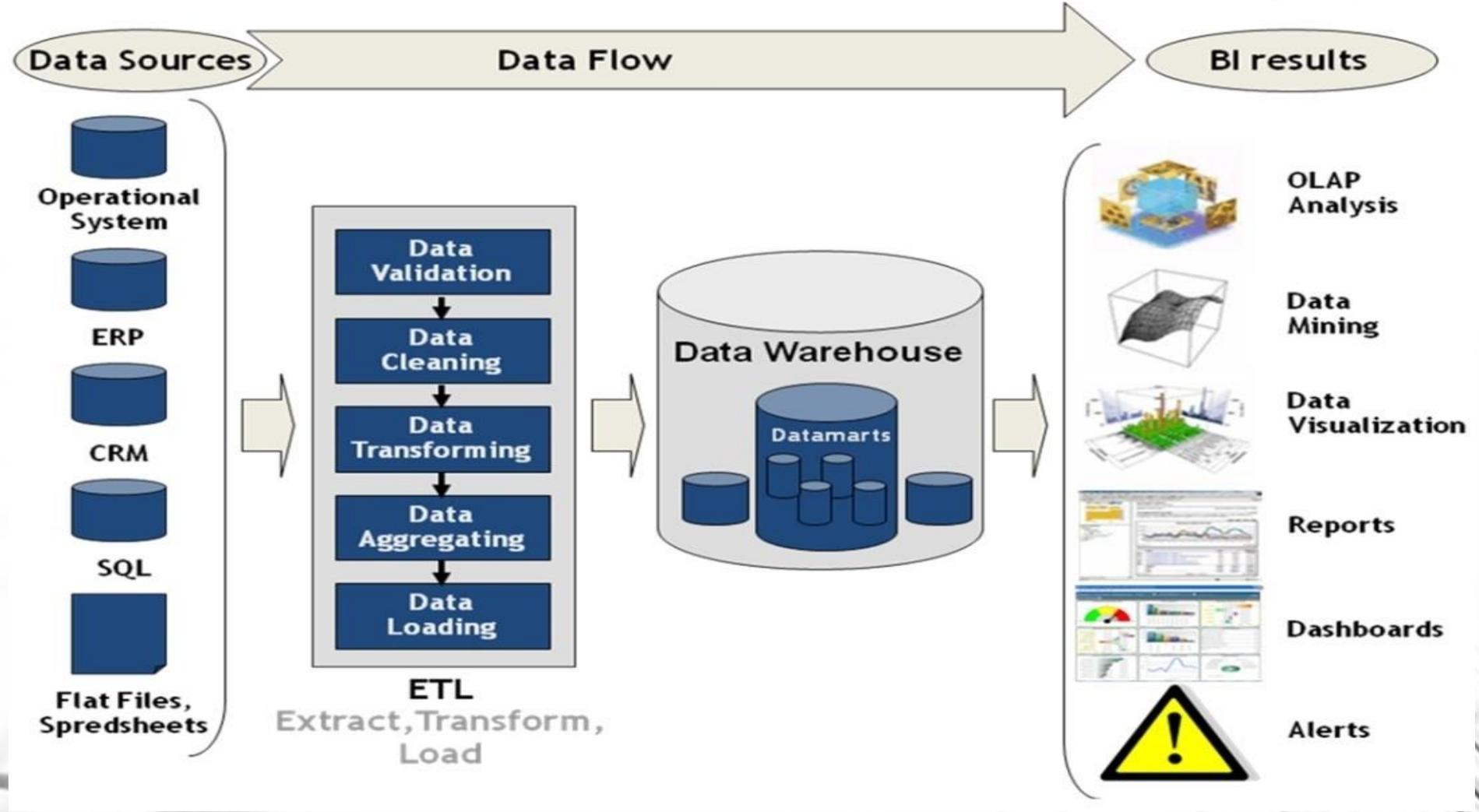
Edit - Refresh - Print - Export - Copy

Monthly Revenue Trend



[Edit](#) - [Refresh](#) - [Print](#) - [Export](#) - [Copy](#)

Diagrama Business Intelligence



Definición Indicadores Clave– KPI's

Los KPI o indicadores clave de desempeño son mediciones financieras o no financieras que se utilizan para medir el grado de cumplimiento de los objetivos previamente establecidos, generalmente están contenido en el plan estratégico de la organización y reflejan su rendimiento en un periodo determinado



¿Para qué sirven los KPI's?

Se utilizan para determinar el estado actual de un negocio y permiten definir una línea de acción futura; expresan las variables a tomar en cuenta para incrementar el desempeño favorable para conseguir el progreso, posicionamiento y ganancias significativas de la empresa.



KPI's de Marketing

Algunos de los KPI's de marketing digital más usados son:

CPL (Costo por Lead).

Valor del cliente.

Retorno de la Inversión – ROI.

Aumento de la presencia en el mercado.

Aumento de las ventas de un producto o servicio.

Fuentes de tráfico.

Cuellos de botella en ventas y colocación de productos.

Tasa de visitas desde dispositivos móviles inteligentes.

Tiempo medio de visita de los prospectos y clientes al sitio web de la empresa.

Followers en los perfiles sociales.

Ejemplo Métricas mercado y cliente

Participación de Mercado: es el % de mercado, definida en términos de unidades o ingresos, de un producto específico.

Participación en unidades =
$$\frac{\text{Unidades vendidas}}{\text{Total unidades vendidas en el mercado}}$$

Participación en ingresos =
$$\frac{\text{Ventas}}{\text{Ventas del mercado}}$$

Tasa adquisición clientes =
$$\frac{\text{\# clientes nuevos en el periodo}}{\text{\# clientes en el periodo}}$$

Métricas Generales de Marketing

El objetivo es mostrar la rentabilidad del área de marketing, su eficiencia y eficacia.

Son muy útiles ya que ayudan a la dirección general a conocer cómo está funcionando el área.

Algunos de ellos son:

- 1) ROI Marketing
- 2) Eficiencia del marketing
- 3) Eficacia del marketing



Métricas Generales de Marketing

1) ROI de marketing = Margen Bruto / Costes de Marketing

Ej: Una empresa obtiene un beneficio de una campaña en punto de venta de \$1,000 y incurrió en costos por \$100

ROI= 10 Significa que por cada\$ invertido en marketing la empresa ha obtenido \$10

2) Eficiencia= Gastos reales / Gastos previsto

3) Eficacia= Beneficio real / Beneficio previsto