



OCTUBRE 29, 2018 / **MARKETING**

Findasense: “Visualizar, analizar y predecir el comportamiento del consumidor”

Findasense lanza el Behavioral & Data Hub en Latinoamérica. Utiliza el poder del Big Data y Data Science para entender las necesidades de los consumidores y mejorar su experiencia.

Newsletter

Suscríbete y recibe nuestra información destacada en tu e-mail.

SUSCRIBETE

Ver también...

Dispositivos móviles, claves ahora para llegar al destino

OCTUBRE 2, 2018

Sophia, el primer robot humanoide, se alista para dar conferencia

JULIO 12, 2018

COLUMNA. Adicción a las redes sociales

OCTUBRE 1, 2018

Findasense, la consultora de customer experience, que ya hace más de cuatro años desembarcó en Latinoamérica, inaugura un hub a nivel regional para trabajar los datos: un cluster de integración de conocimientos donde converge un equipo altamente especializado en data science, economía del comportamiento, diseñadores de servicios e ingenieros de datos.

Su principal objetivo es analizar con más detalle la personalidad y el comportamiento del consumidor a través de la data, con la finalidad de asesorar mejor a las compañías en sus estrategias de marketing. Contará con el apoyo de profesionales de **España, Argentina, Colombia y Costa Rica**. Findasense desarrolla trabajos para **L'Oreal, The Coca-Cola Company, Kimberly Clark, FOX, Huawei, Warner, Lenovo, Banco Santander, Electronic Arts, IE Business School, Orange, Bayer y Bimbo**.

"Hoy las compañías manejan una gran cantidad de datos que no están aprovechando, o explotan de manera muy dispersa por sus distintas unidades de negocio. Sin embargo, en la era del big data, es fundamental aprovechar la información proveniente del cliente, las ventas, los procesos y la logística de una manera eficiente, estratégica e integrada. Esto solo puede lograrse con una metodología que trabaje estos datos a través de herramientas que nos permitan visualizar, analizar y predecir el comportamiento del consumidor, siempre orientados a los objetivos de negocios de una compañía", comenta **Tiffany Soto, Service Design de Findasense**.

La metodología del B&DH se basa en tres ejes de trabajo:

1. Una estrategia de captación y automatización datos.
2. Ciencia de datos aplicada al negocio.
3. Una metodología de investigación a la medida.

**Behavioural
& Data Hub**
by FINDASENSE



COLUMNA. Ver y oír para comprar: la experiencia de los consumidores en YouTube.

