

La transformación digital en los servicios de campo

El paso a la inteligencia basada en datos está impulsando un crecimiento excepcional en el tratamiento de grandes cantidades de datos y su análisis, una tecnología que representa una oportunidad para las empresas TI y poder aprovechar el cambio en la búsqueda de la transformación digital.



"La transformación digital no es sólo una tendencia tecnológica; está en el centro de las estrategias comerciales en todos los mercados y segmentos", dice Jason Anderson en un informe reciente de IDC.

Sostenido por los cuatro pilares tecnológicos de lo social, el móvil, la nube y el bigdata/analytics, la transformación digital representa una oportunidad para que las compañías

redefinan la experiencia de sus clientes y alcanzar nuevos niveles de productividad empresarial.

No es sorprendente que un estudio de Accenture/GE muestre que el 87% de las empresas creen que los big-data/analytics cambiarán el panorama competitivo de sus industrias dentro de tres años, y el 89% cree que las empresas que no adopten una estrategia de big-data/analytics correrán el riesgo inminente de perder cuota de mercado. Mientras, un 73% de las empresas ya están invirtiendo más del 20% de su presupuesto en big-data/analytics. Se espera que estos niveles de inversión aumenten.

Los ejecutivos están siendo impulsados a implementar estrategias de big-data/analytics a través de la presión de clientes, competidores y empleados (es decir, partes interesadas) que colectivamente impulsan una mayor demanda de captura de datos, gestión y software analítico.

Los clientes esperan que las empresas ofrezcan una información detallada al alcance de su mano; el mercado está impulsando la innovación a través de una nueva forma de competir: los empleados se preocupan por la capacidad de colaborar con los compañeros de trabajo y mejorar la toma de decisiones empresariales.

La transformación digital está transformando el sector de los servicios de campo, moviéndolo a un rol cada vez más importante como centro de rentabilidad, flujo de ingresos y competitividad, cuantificándolo en términos de satisfacción del cliente.

La combinación de la innovación tecnológica transforma el entorno en la gestión del servicio, de uno que era fragmentado y reactivo a uno nuevo, marcado por el aumento de la velocidad y la agilidad, mayor integración y más transparencia hasta llegar al usuario final.

Además, este cambio es necesario para satisfacer mejor las crecientes demandas de los clientes. Los datos son la fuerza que impulsan el proceso de servicio y representa una nueva oportunidad y desafío para las organizaciones con técnicos de campo.

El gran volumen de datos generados exige que éstos tengan un impacto operativo, donde el rendimiento y el valor del servicio se identifican y se centran en un reto.



Las organizaciones de servicios de campo han pasado de ser un costo de negocio a un centro de beneficio. Como tal, el uso de big-data/analytics está madurando rápidamente en el sector.

Si consideramos el desarrollo del uso de datos de GPS como un ejemplo de maduración, cuando el GPS pasó a primer plano hace varios años, hubo preguntas sobre cuestiones de privacidad y legalidad del seguimiento de los empleados. Estas preocupaciones se resolvieron adaptando la tecnología y al indicar claramente los casos comerciales donde la geolocalización ofrecía grandes ventajas:

- Sólo rastrear las posiciones GPS de las localizaciones mientras los empleados están en turno.
- Permitir la configuración por región o entidad legal.
- Tener beneficios comerciales claramente definidos para los datos que se rastrean.
- El GPS de hoy usa una ubicación continua en el turno para optimizar la programación.

El GPS es solo un pequeño ejemplo. El mundo de los negocios contiene una gran cantidad de información digital que prolifera diariamente a increíble velocidad. La información de los sensores y actuadores de un equipamiento son una muestra de ello. Estos datos se pueden aprovechar para proporcionar una nueva visión y hacer cosas hasta ahora no imaginadas.

La instalación y el uso de sensores a nivel industrial nos abre una gran posibilidad poder obtener información en tiempo real, fiel y seria. La información, además, puede proceder de varios lugares o localizaciones distantes de nuestro lugar de trabajo y ello nos permite actuar de forma rápida sobre cualquier elemento o proceso del servicio que estamos ofreciendo.



C/ Mont 58
08340 Vilassar de Mar
Barcelona
Tel. 93.180.86.49
www.worldthor.com
sat@worldthor.com



Si una organización tiene herramientas para capturar, procesar y compartir toda esta información, rápidamente se visualizan los beneficios proporcionando un mejor servicio, prediciendo fallos en las instalaciones de los clientes y permitiendo la optimización de la fuerza de trabajo y programación.



AVANZANDO HACIA UNA ANALÍTICA DETALLADA

Las empresas que se embarcan con éxito en iniciativas como la transformación digital y la aplicación de análisis toma típicamente tres pasos básicos pero esenciales:

1. VISUALIZAR EL FUTURO DIGITAL DE LA ORGANIZACIÓN

Esto significa ver las nuevas formas en que la tecnología nos ayudará a mejorar el rendimiento y la satisfacción del cliente, no solo tratando de encontrar una aplicación para la tecnología. La visión debe ser transformadora para evitar que sea limitado. La visión debería ser "el qué, no el cómo".

2. INVERTIR EN INICIATIVAS DIGITALES Y COMPETENCIAS:

Llegar a donde quieres estar requerirá inversión. En muchos casos, una pequeña iniciativa puede conducir a una inversión estratégica más grande, un paso que solo los altos ejecutivos pueden autorizar. Comprender la necesidad de inversión, gestionar el riesgo y realizar los cambios necesarios es fundamental para lograr avanzar.

3. GARANTIZAR EL APOYO PARA LIDERAR LA TRANSFORMACIÓN:

Como con cualquier cambio, habrá resistencia que traerá la aplicación de análisis. Algunas formas de combatir esto son: comunicarse en una escala de toda la empresa en comparación con la tradicional jerarquía y colaborar en toda la organización para alentar una conversación continua y obtener valor sobre cómo los empleados se sienten y responden a la iniciativa.

Hay que ser capaz de proporcionar niveles más altos de servicio a los clientes:

- Mejorar los niveles de servicio al cliente
- Ganar nuevos clientes
- Ayudar a los clientes a reducir los costos del servicio
- Lograr acceso en tiempo real a datos comerciales críticos
- Concentrar las inversiones con mayor precisión en las áreas que necesitan mejoras
- Configure software fácilmente para una amplia gama de roles
- Incrementar sus procesos de toma de decisiones



C/ Mont 58
 08340 Vilassar de Mar
 Barcelona
 Tel. 93.180.86.49
www.worldthor.com
sat@worldthor.com



Al combinar la arquitectura empresarial, la supervisión de la actividad comercial, gestión inteligente de procesos de negocios, inteligencia comercial y capacidad de informes, se crea una plataforma que permite una sola imagen de verdad que está en línea con los objetivos comerciales de la organización.

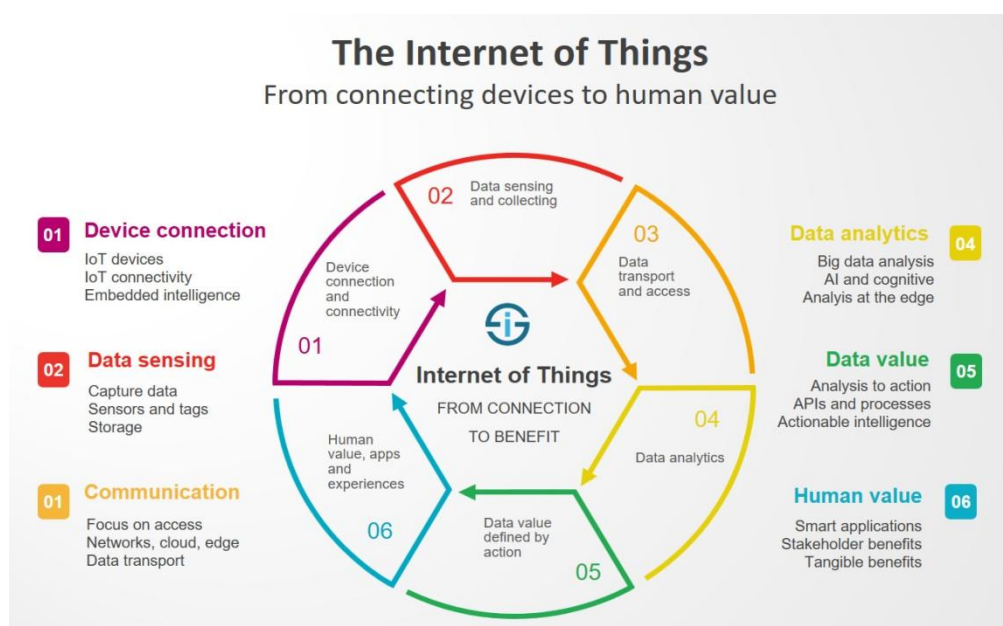


La inteligencia operativa se centra en las operaciones comerciales de una empresa mientras que las herramientas típicas de Business Intelligence (BI) muestran datos históricos para pintar una imagen clara de lo que sucedió, no solo mostrándolo sino también analizando por qué sucedió y mucho más importante, lo que está por suceder después.

A UN PASO DE LA INDUSTRIA 4.0

Según IDC, "podemos confirmar que la forma de presentar los resultados es uno de los elementos más importantes en el big-data/analytics. Si los datos de salida son complejos y no son fáciles de entender, puede ser abrumador y llevar a la inacción. Las herramientas interactivas con una visualización clara y fácil tienen un mayor éxito".

Estas herramientas conducirán al aumento de la inteligencia operativa, que se enfoca en dinámicas en tiempo real y análisis de negocios para proporcionar visibilidad y conocimiento de datos, eventos de transmisión y operaciones comerciales. Business Intelligence (BI) e Internet of Things (IoT) proporcionan análisis para la toma de decisiones procesables a través de acciones manuales o automáticas.



The World Of Thor
 Distribuidor de productos HANDHELD
www.worldthor.com
info@worldthor.com

Barcode Market
 Dispositivos Móviles Robustos
www.barcodebmk.com
info@barcodebmk.com



C/ Mont 58
08340 Vilassar de Mar
Barcelona
Tel. 93.180.86.49
www.worldthor.com
sat@worldthor.com



Los beneficios llegarán, dado que los clientes apreciarán los resultados:

- Se requiere hasta un 90% menos de recursos para informar = menos administración.
- Hasta un 90% de mayor agilidad, manteniendo el ritmo de las necesidades comerciales.
- 20% más de eficiencia de gestión = mejores decisiones tomadas basadas en hechos visibles y reales.
- Aumento del 20% de la productividad = la mejora del proceso está alineada con la estrategia.

Para algunas organizaciones, enfrentarse a estos desafíos puede ser una amenaza, pero para otros les permite brindar un mayor nivel de servicio. No solo aprovechan la oportunidad de mejorar en la propia gestión interna de la empresa, también aprovechan la oportunidad de ganar en la confianza y la satisfacción del cliente que, con el paso del tiempo es lo que dará mayores beneficios empresariales a la entidad.

Si quiere conocer más:

<https://www.barcodebmk.com/iot/>