

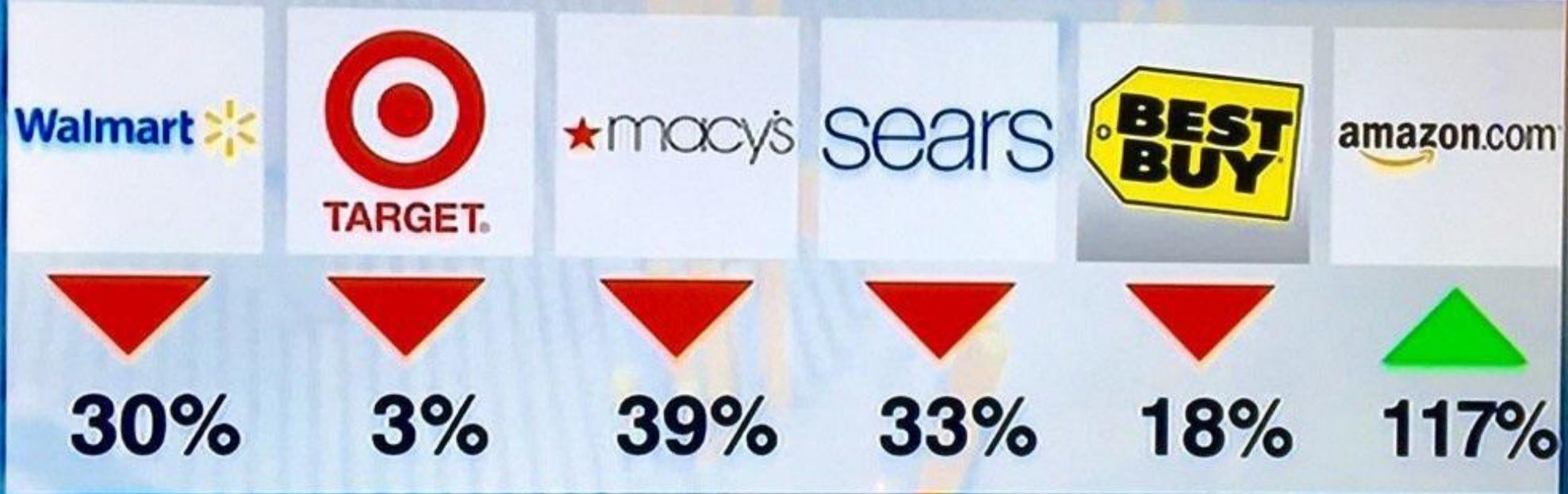
Transformación digital:

Una oportunidad para el ecosistema turístico

José Luis García Díaz
Microsoft Ibérica SRL



RETAILERS IN 2015 YEAR TO DATE



BLACK FRIDAY SALES UNDERWAY IN U.S.



DAX ▼ -27.01

@CNBRK

STAY WITH CNN FOR MORE ON THIS & THE LATEST INTERNATIONAL NEWS

Transformar la estrategia de negocio en una estrategia de negocios digitales

Mentalidad *digital-first*

Cuando todos en la organización asuman el **potencial digital**, el negocio responderá antes y ofrecerá las experiencias que los clientes esperan.

Reinventar el negocio

Más allá de la digitalización de los procesos vigentes, se requiere un **completo replanteamiento** del funcionamiento del negocio en la sociedad digital.

Conectar todo

Conectar digitalmente a personas, procesos, cosas y datos a través de la empresa es la nueva piedra angular del negocio.



La Sociedad Digital



El Dato es la moneda de la Sociedad Digital

La conexión (*digital*) entre el usuario/ciudadano/cliente, los **datos** y su proveedor de servicios/gobierno es ahora **más viable, más social y más potente**

Potenciando el negocio digital

Plataforma de confianza

Productividad moderna

Cosas conectadas

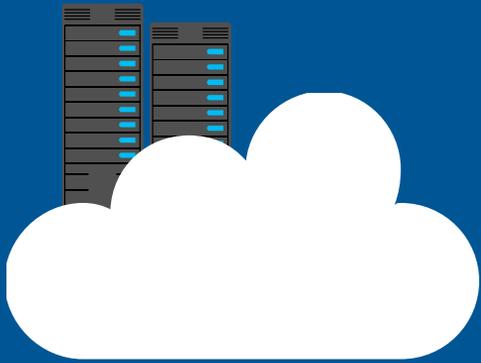
Datos integrados

Analítica avanzada

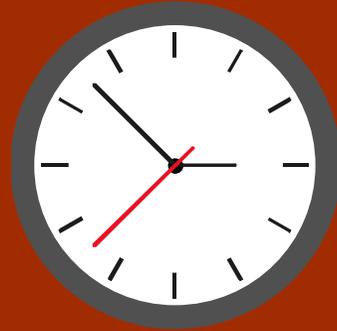


El nuevo paradigma del análisis de datos

Autoservicio



Tiempo Real



Predictivo



Plataforma Cloud



El verdadero marketing empieza en **el cliente**

El cambio a *todo centrado en el comprador/cliente*

“El fenómeno del *"poder de la persona"* está desplazando estrategias centradas en la marca a favor de todo centrado en el comprador”

– Gartner Inc., Diciembre 2013



De centrado en
producto...

40+ YEARS AGO

UN PC EN CADA MESA Y EN
CADA CASA

LIBERAR TODO EL POTENCIAL DE
CADA PERSONA Y ORGANIZACIÓN
PARA HACER MÁS Y LOGRAR MÁS

...a centrado en la
persona

El Paso #1 para hacer *people-centric* marketer: Entender de verdad el recorrido del cliente

Microsoft identifica 5 etapas en la toma de decisión del cliente

**Abierto a
posibilidades**



**Decidido a
cambiar**



**Evaluar y
probar**



comprar



experimentar



Estudio de 3 años, 6000+ encuestados, 5 geografías

People-Centric Marketing: *¿donde esta la prioridad?*

*Hacer más
con datos y
conocimiento*

*Agilidad &
Time to
Market*

*Marketing
Digital
Multicanal*

*Crear nuevas
experiencias
con dispositivos*



Sistema de Inteligencia Turístico

Redes Sociales, Portales web, Telefonía móvil, Tarjetas de crédito

Reto

El objetivo es dotar al sector turístico de regiones de convergencia de una Plataforma con las herramientas necesarias para obtener y gestionar conocimiento procedente de fuentes de información diversas y distribuidas

Solución

Cuadro de Mando para destinos turísticos inteligentes

Sistema Big Data para la captura y correlación de datos:

- Yelp, Trip Advisor, Twitter, Facebook
- Telefonica
- BBVA

Impacto

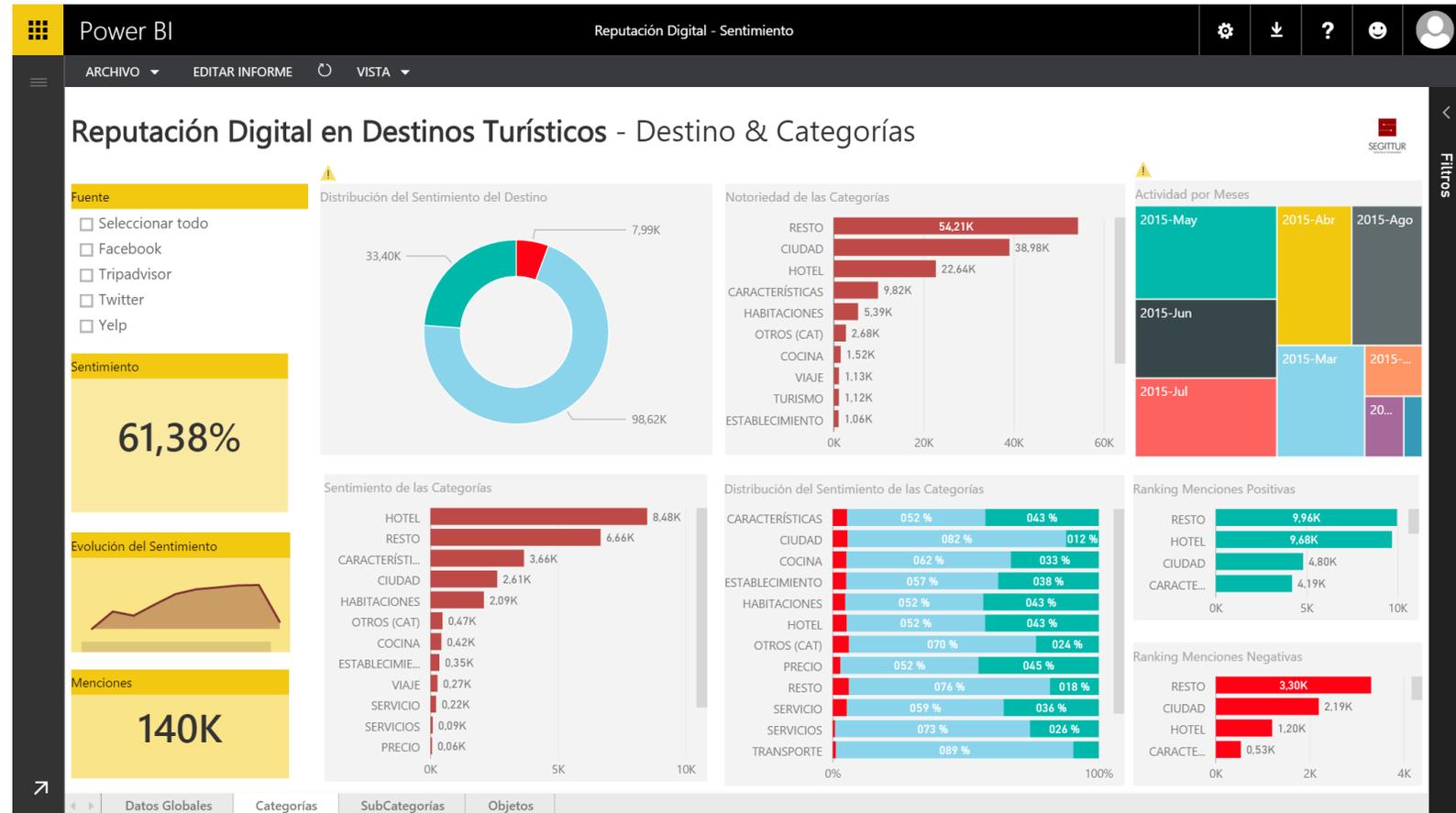
Incorporar este conocimiento en las estrategias de negocio de los destinos inteligentes y compartir esta información con otras entidades o emprendedores

Sistema de Inteligencia Turístico

Redes Sociales, Portales web, Telefonía móvil, Tarjetas de crédito

Perspectivas:

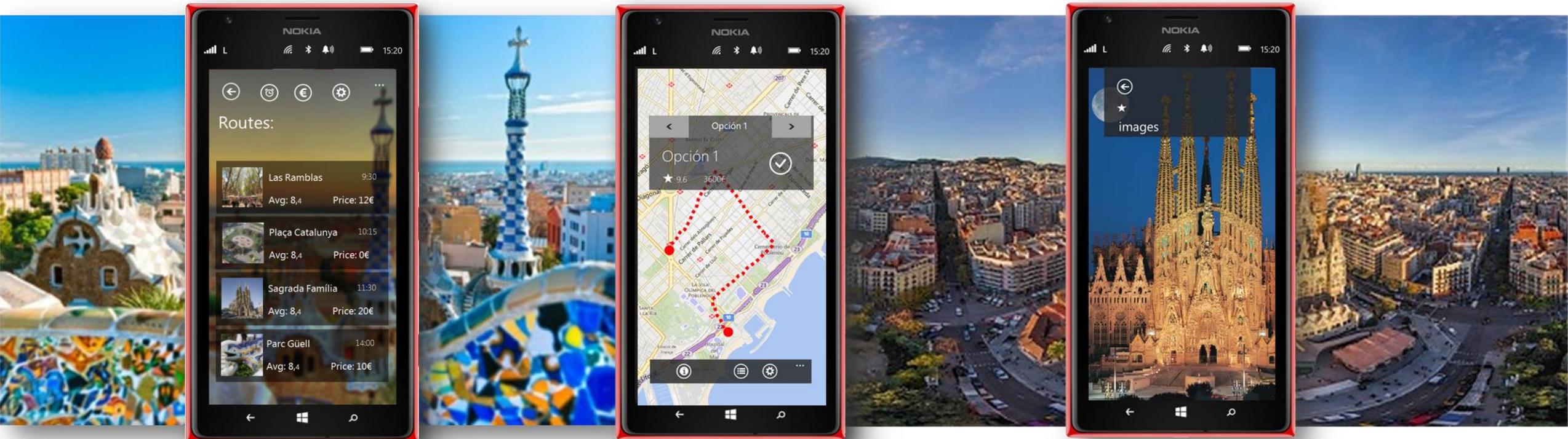
1. Reputación Digital
 - Notoriedad
 - Sentimiento
2. Actividad Turística
 - Turismo nacional
 - Turismo extranjero
3. Actividad Económica
 - Visión Global
 - Residentes
 - Turismo nacional
 - Turismo extranjero



Smart Destination

Smart Destination facilita la mejor experiencia personal para disfrutar de las vacaciones

- ✓ Big Data
- ✓ Internet of Things
- ✓ Esto es **Smart Destination**





Microsoft