



OPINIÓN

Enrique
 Dans

Aprenda de todo

El entorno empresarial actual se caracteriza por un acceso casi ilimitado a una desmesurada variedad de información. La información sobre clientes y transacciones ha pasado de estar diseminada en silos departamentales a vivir en modernas aplicaciones que integran la gestión de toda la compañía.

Pero vayamos más allá de nuestro negocio: la fortísima implantación de la web social supone un entorno radicalmente bidireccional en el que nuestros clientes nos cuentan de todo... lo que nos gusta y no nos gusta oír. Hacer como que no oye las quejas y las reclamaciones no le llevará muy lejos.

La cuenta de Twitter o el muro de Facebook se han convertido en el nuevo número 900, el lugar donde los clientes preguntan o reclaman, generando otra inmensidad. Y aunque parezca difícil analizar tan heterogénea variedad de interacciones, se puede. Escuche y aprenda, pero de manera respetuosa. No se convierta en espía. Sea transparente: que sus clientes entiendan que el análisis de esos datos le sirven para mejorar su relación, no para exprimirlos.

Pero de nuevo, no se quede ahí. La web ofrece también datos sobre sus competidores, o incluso sobre otras industrias o entornos diferentes en donde se están teniendo lugar procesos de innovación. Diversifique sus fuentes de información. Busque la inspiración. Lea, lea mucho, y trate de rodearse de personas que también lo hagan. Analice. Ponga a una máquina a aprender de los datos: el machine learning, máquinas capaces de aprender y deducir modelos y reglas de conjuntos enormes de datos, ha sufrido una disminución tan drástica de sus barreras de entrada que le sorprenderá el nivel al que puede llegar.

Innove. Aprenda de todo. Este entorno es demasiado rico como para seguir haciendo más de lo mismo.

Profesor de
 IE Business School