

O Valor da Informação na era Digital

IDC CMO Forum 2016
ISEG, 11 de Maio de 2016

Nuno Santos (nsantos@pse.pt)



**TRANSFORM
BY ANALYTICS**
CONSULTING & PROFESSIONAL SERVICES



**A CRIAR
CONHECIMENTO
PARA TRANSFORMAR
O SEU NEGÓCIO**

Vivemos numa economia digital

“Digital economy is a priority for governments!”

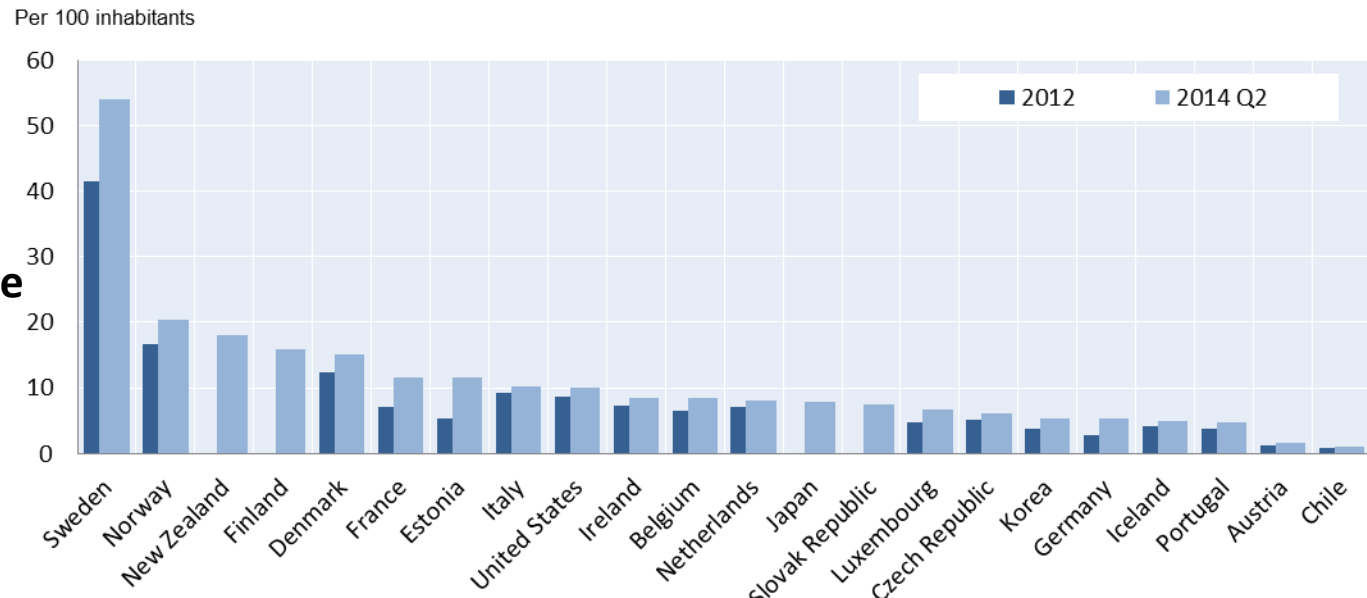
..digital economy to boost competitiveness, economic growth and social well-being



Digital economy Outlook 2015

27 out of 34 countries have a national digital strategy”

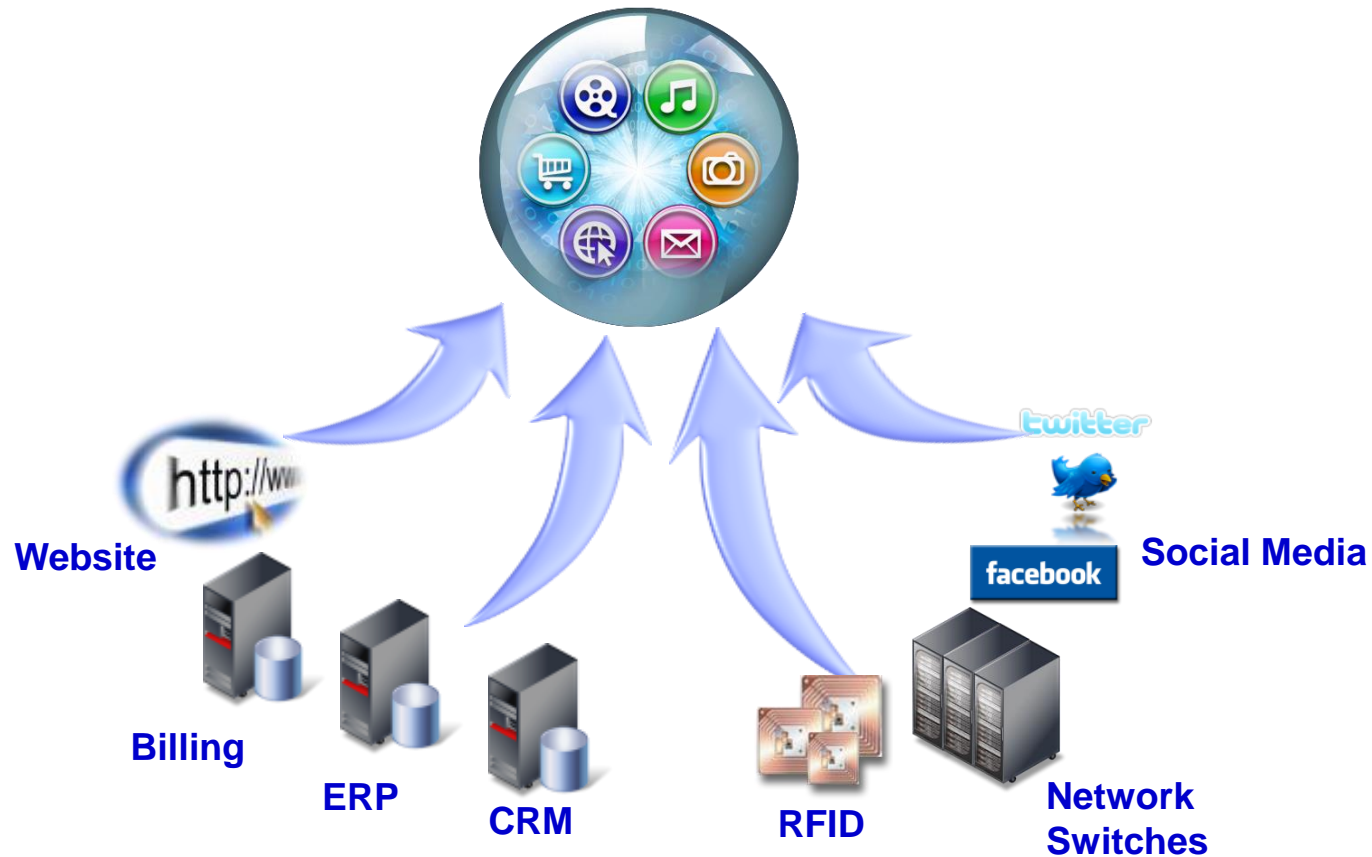
IOT - Number of M2M/embedded mobile cellular subscriptions



Cada vez mais instrumentados!



Numa explosão de informação

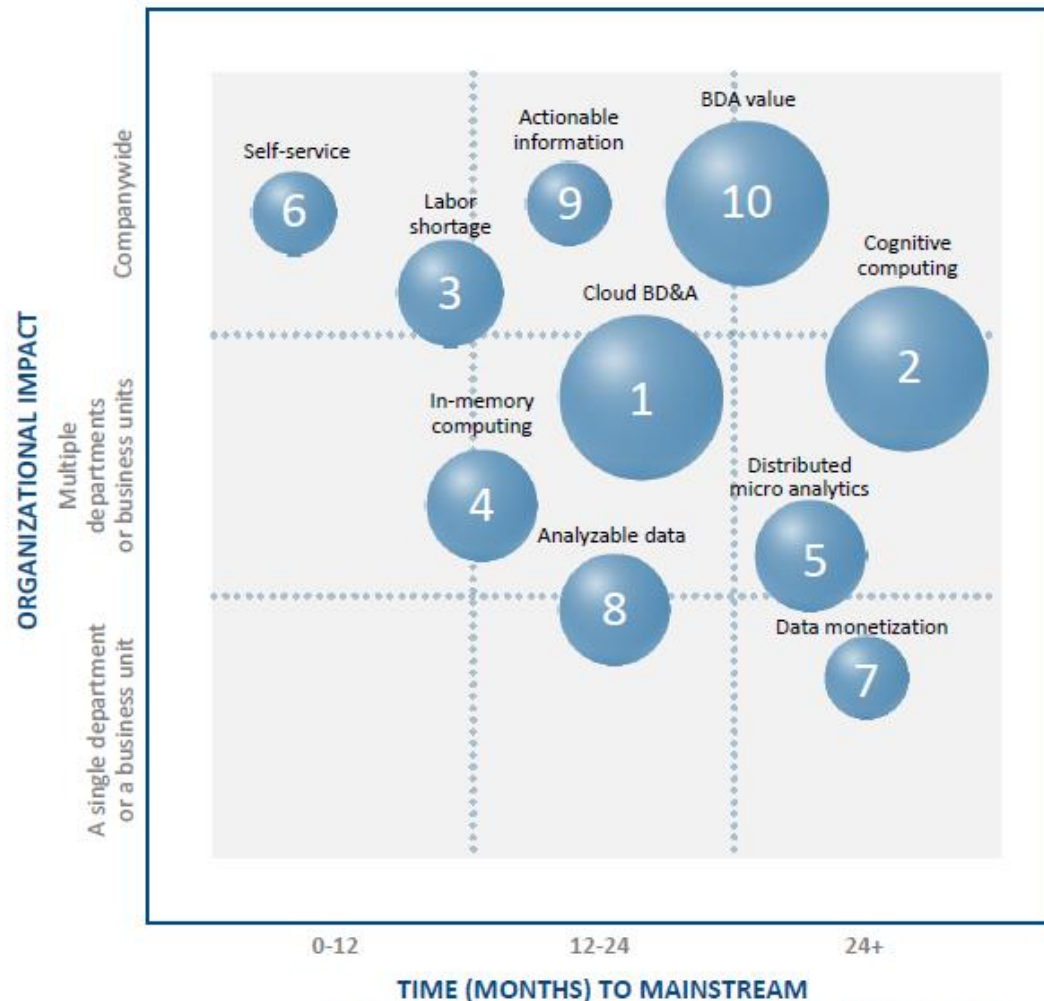


**BIG
DATAAAA!!!**





Os especialistas dizem-nos que as tecnologias de análise serão Mainstream num curto-prazo!



IDC FutureScape

Note: The size of the bubble indicates complexity/cost to address.
Source: IDC, 2015

Mas....

“Widespread Adoption of Data and Analytics among Businesses, yet Many Challenged to Derive Value from the Data

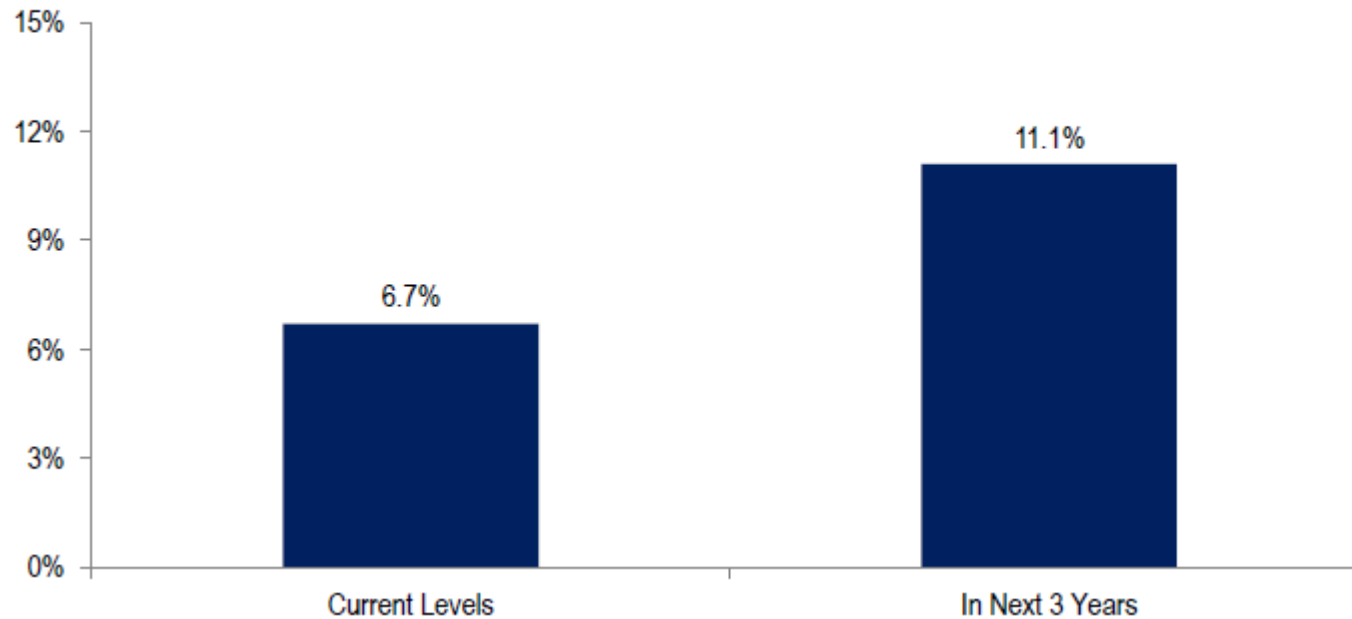
- **Less than 25 percent** say they currently use D&A to identify new revenue streams
- **Only 31 percent** have used D&A to drive individualized marketing
- **Only 16 percent** use D&A to predict future trends”



Going Beyond Data 2015

Mas...

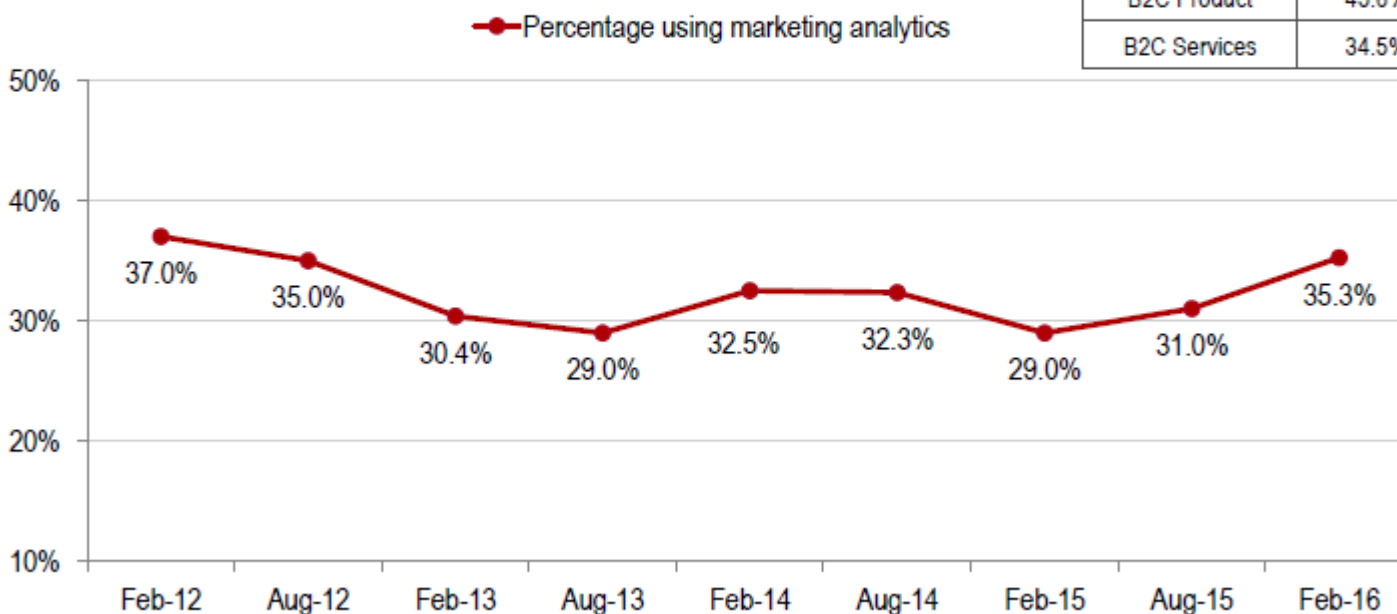
Figure 10.1. Percent of marketing budget spent on marketing analytics



Mas...

Figure 10.2. Percentage of decisions using marketing analytics*

Overall	35.3%
B2B Product	22.8%
B2B Services	29.6%
B2C Product	45.6%
B2C Services	34.5%



Apesar de terem mais dados, e mais ferramentas...

... As empresas ainda não estão a apostar efectivamente na área analítica!

Porquê?

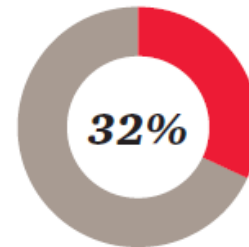
Estarão as organizações preparadas para transformar processos através da análise e do conhecimento?



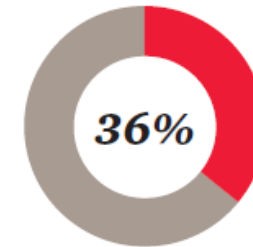
Figure 3 How prepared is your organisation

To what degree are the following areas of your organisation prepared to make changes to capitalise on transformative global trends?

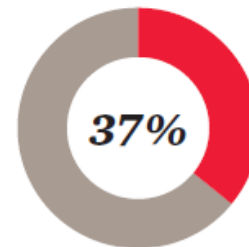
Customer service



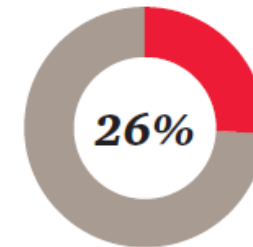
IT



HR



R&D

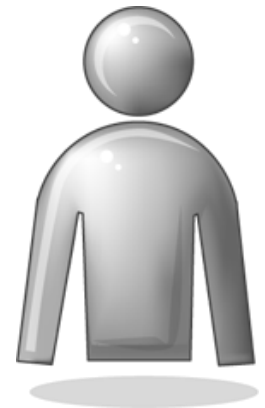
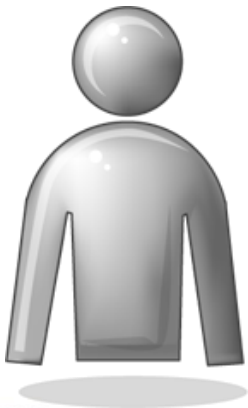


■ Well prepared ■ Somewhat prepared, not prepared, don't know or refused

Base: All respondents (Banking and Capital Markets, 123)

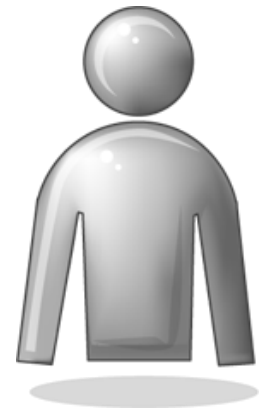
Source: PwC 17th Annual Global CEO Survey

Promovemos um Think Tank...



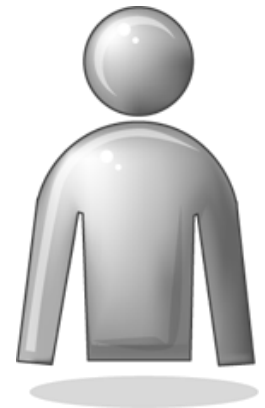
Promovemos um Think Tank...

Qual o papel da análise e da informação
na gestão de marketing na era digital



Promovemos um Think Tank...

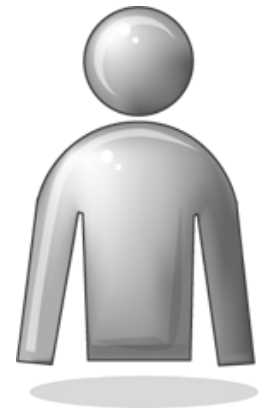
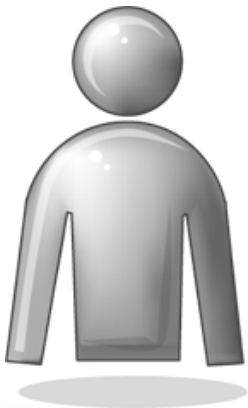
**A Informação é um
Activo!**



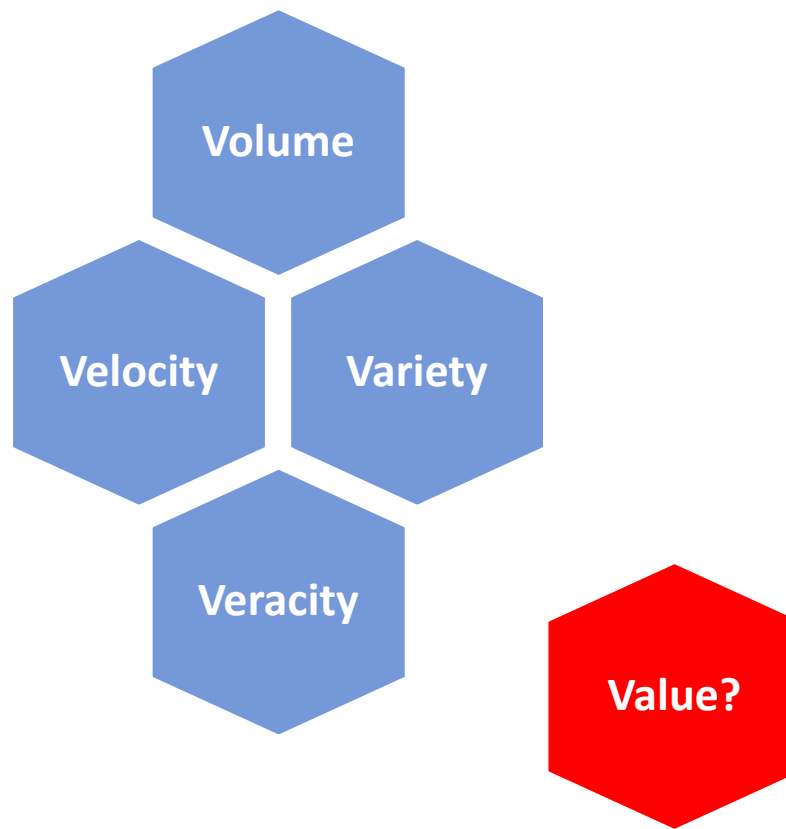
Promovemos um Think Tank...

Qual o Valor da Informação?

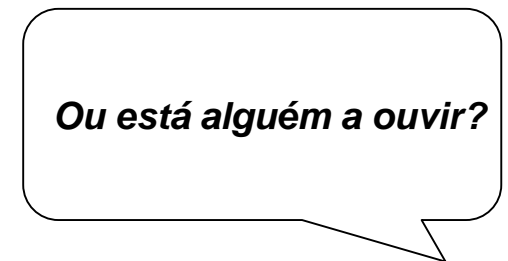
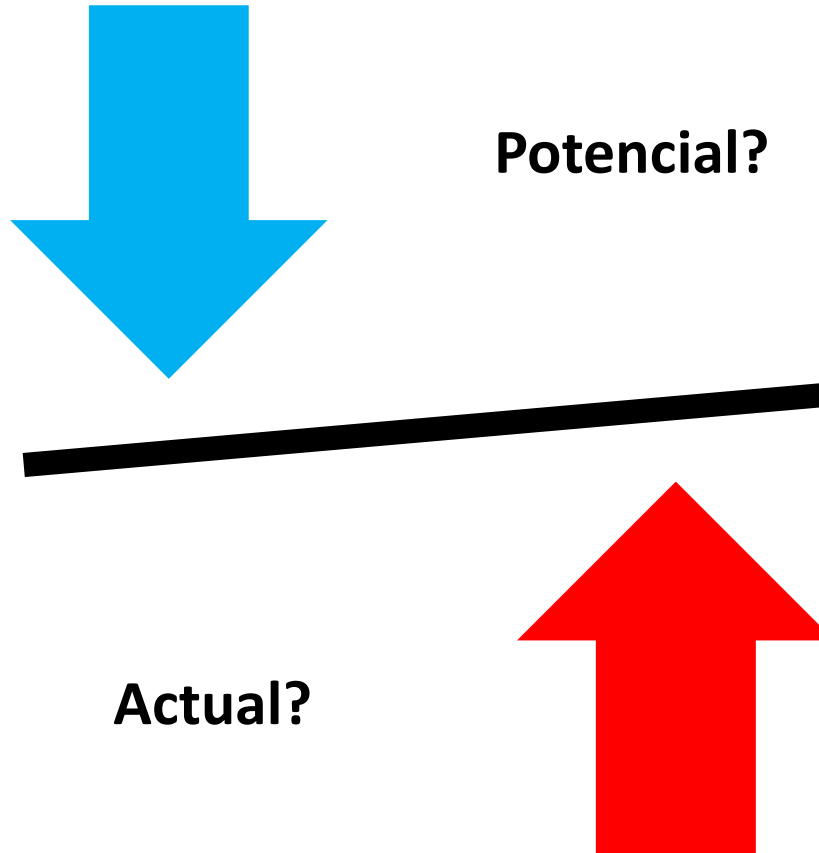
Do que depende o valor da informação?



O 5º V...



Que informação temos?





Já analisámos a
informação que temos?

Estamos a tirar total
partido dela?

Do que depende o Valor da Informação?

- Quantidade de Informação
- Surpresa/Redundância da Informação
- Credibilidade da Informação
- Capacidade de transformar a Informação em Conhecimento
- Outros...



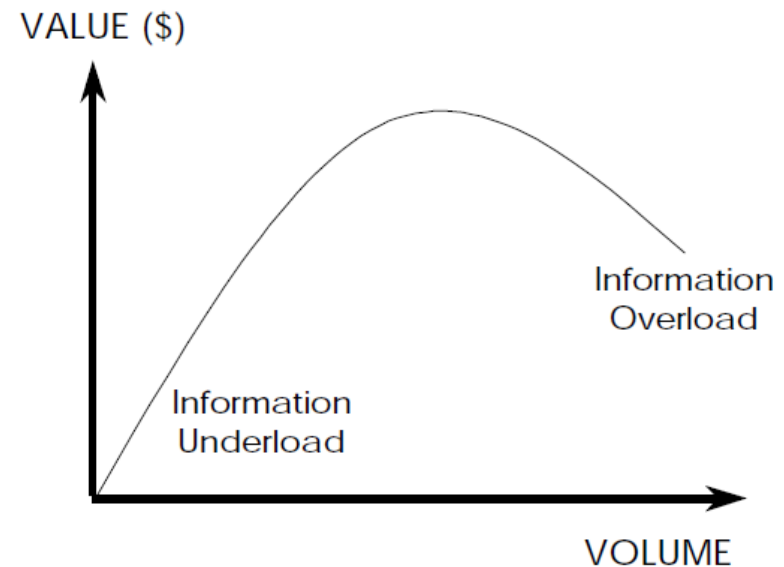
Amaral (2009)

Quantidade de Informação

Atenção!

‘More Is Not Necessarily Better’

Mais Informação não significa necessariamente mais Valor (Moody, 2000)



... mas efectivamente hoje há mais Informação...

Surpresa/Redundância da Informação



... particularmente relevante para a detecção de riscos e novas oportunidades...

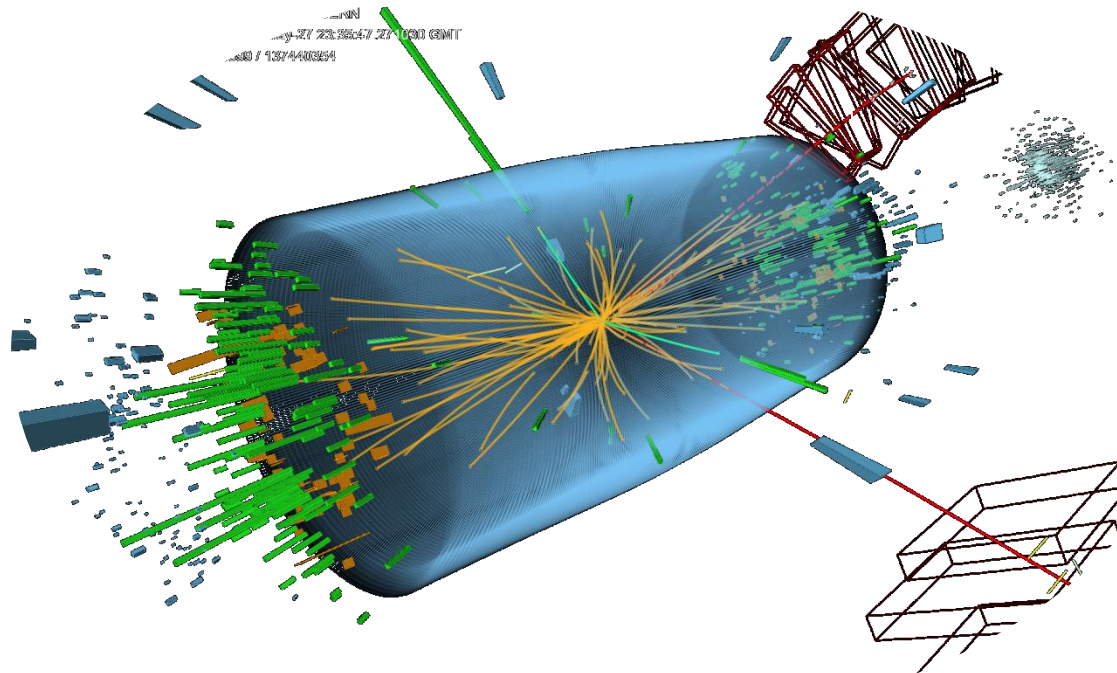
Credibilidade da Informação

A digitalização permite ter informação factual!

- + Precisa
- + Integra
- + Consistente e Completa
- + Objectiva



A Capacidade de transformar a Informação em Conhecimento



***Não se trata de
fazer chocar
partículas....***

***... e gerar matéria
do Nada!***

***Não é um programa
do CERN!***

A Capacidade de transformar a Informação em Conhecimento

“Tecnologia Vs Pessoas”

**“Integração entre
várias equipas”**

**“Que cultura
organizacional?”**

**“Que casos de
uso?”**

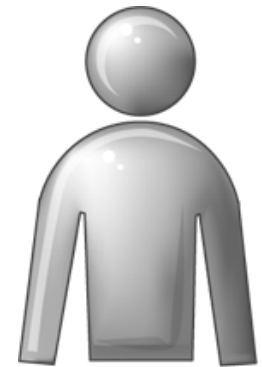
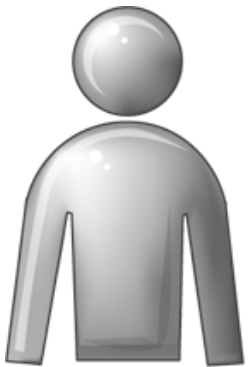
“Talentos e RH”

**“Como definir novos
modelos de negócio?”**

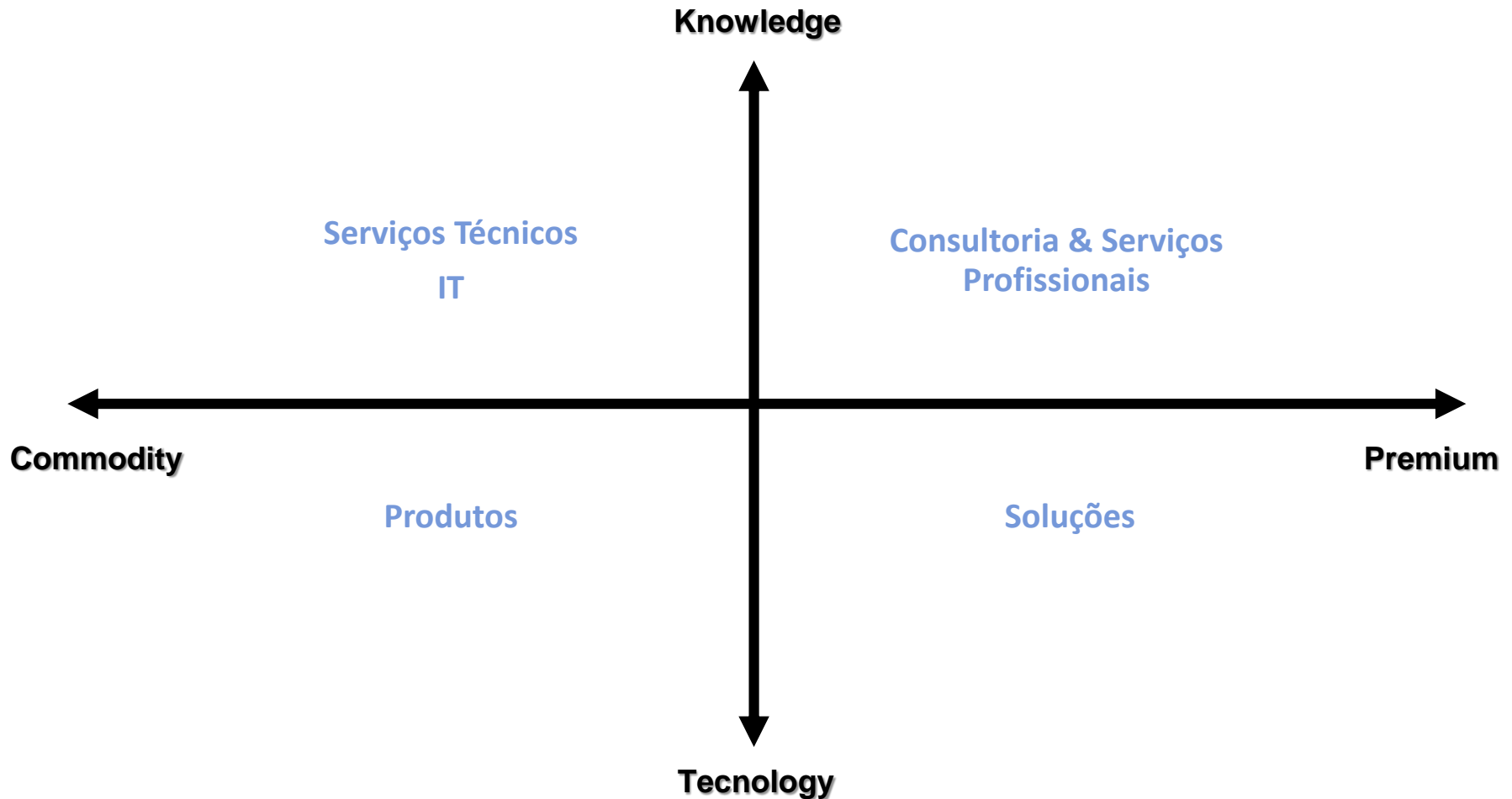
**“Como integrar o mundo
físico e o mundo digital?”**

**“Como medir a
experiência?”**

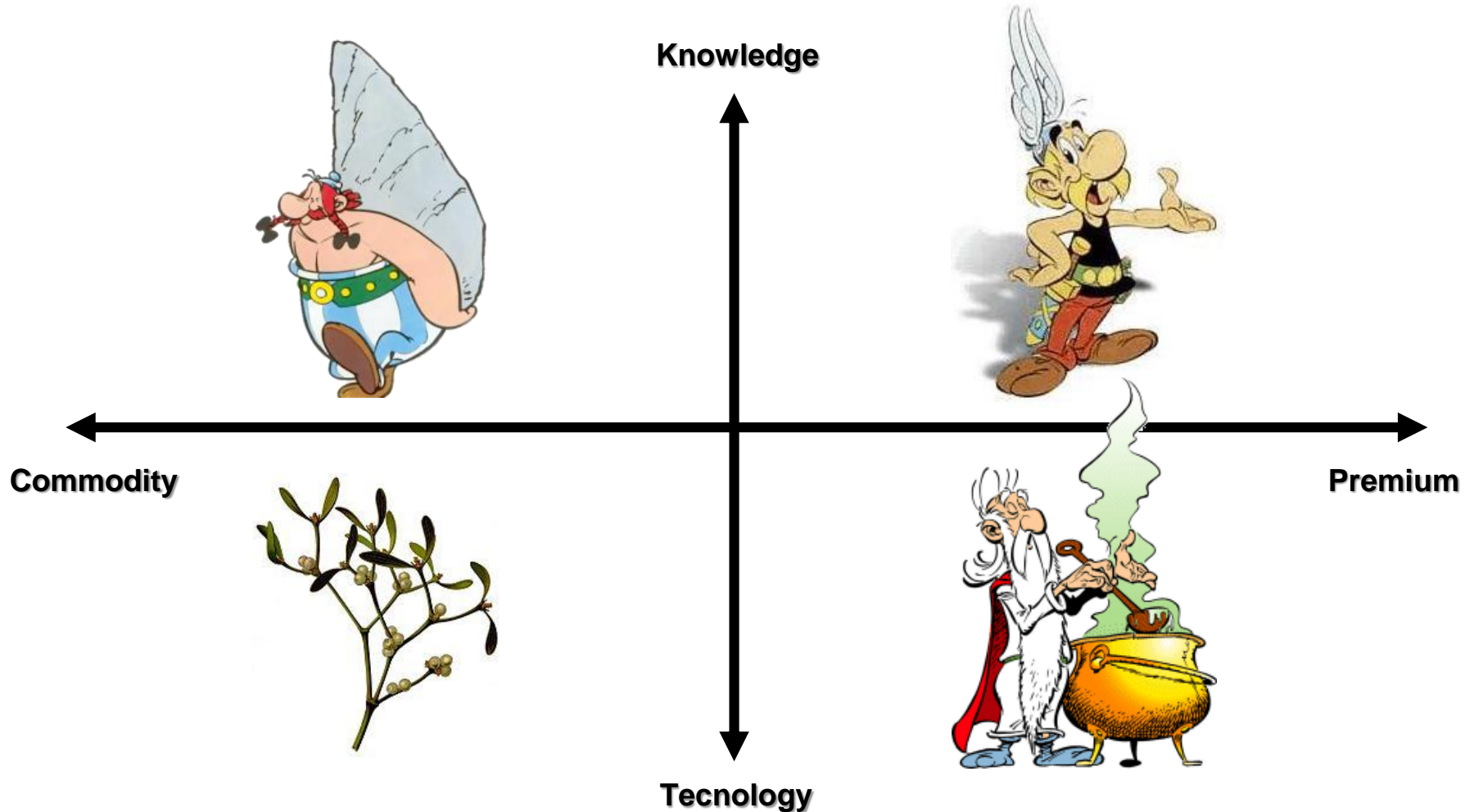
**“Como antecipar
comportamentos?”**



A Capacidade de transformar a Informação em Conhecimento



A Capacidade de transformar a Informação em Conhecimento

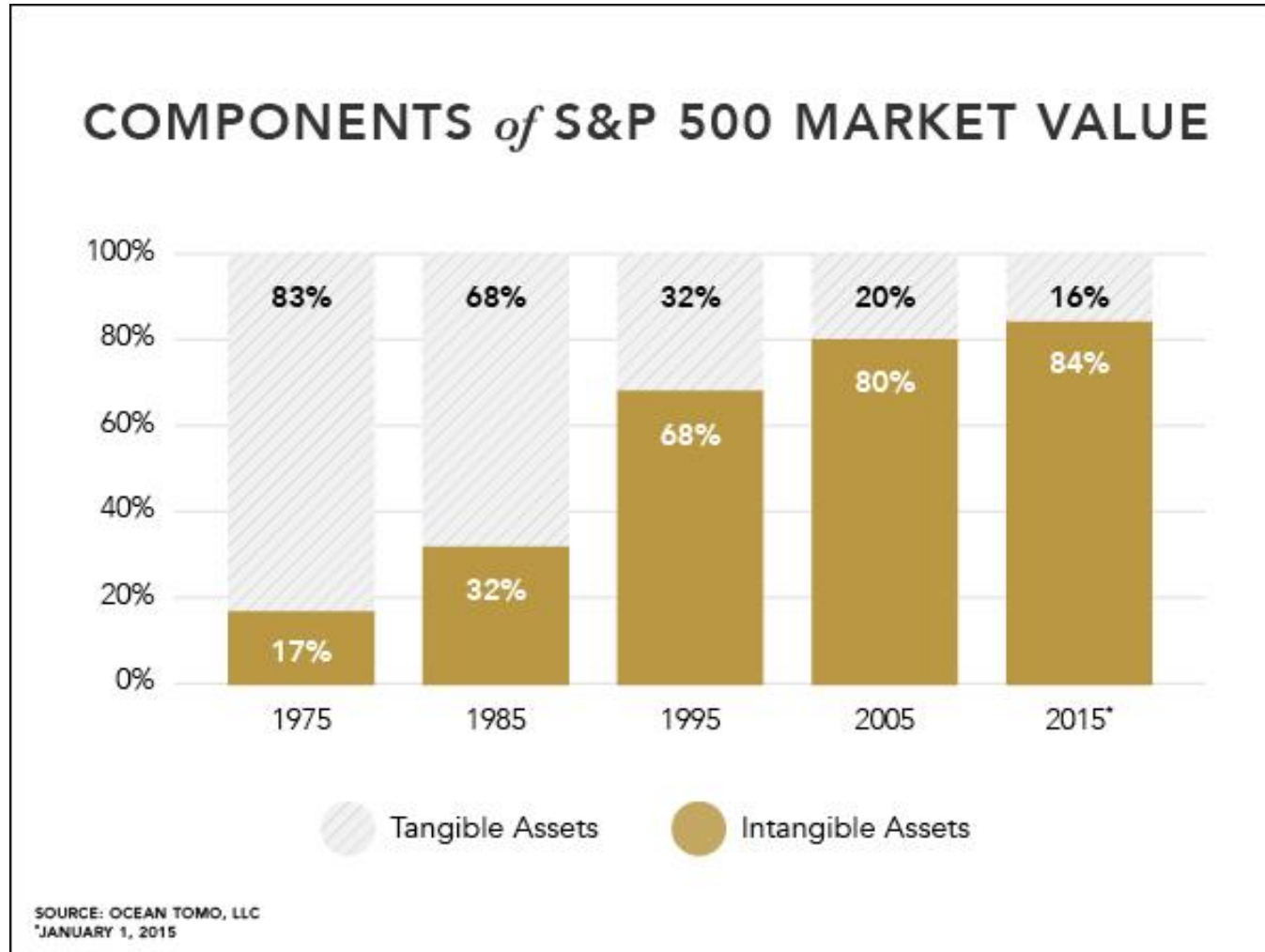


Mas a informação é mesmo um activo?



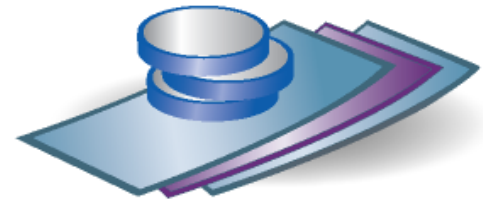
Laney (2010)

O Peso dos Activos Intangíveis



Alguns Métodos de Avaliação da Informação

- IVI (Intrinsic Value of Information)
- BVI (Business Value of Information)
- LVI (Loss Value of Information)
- PVI (Performance Value of Information)
- EVI (Economic Value of Information)
- MVI (Market Value of Information)
- Etc....



Laney (2010)

Mas todos eles dependem da
capacidade de Analisar!

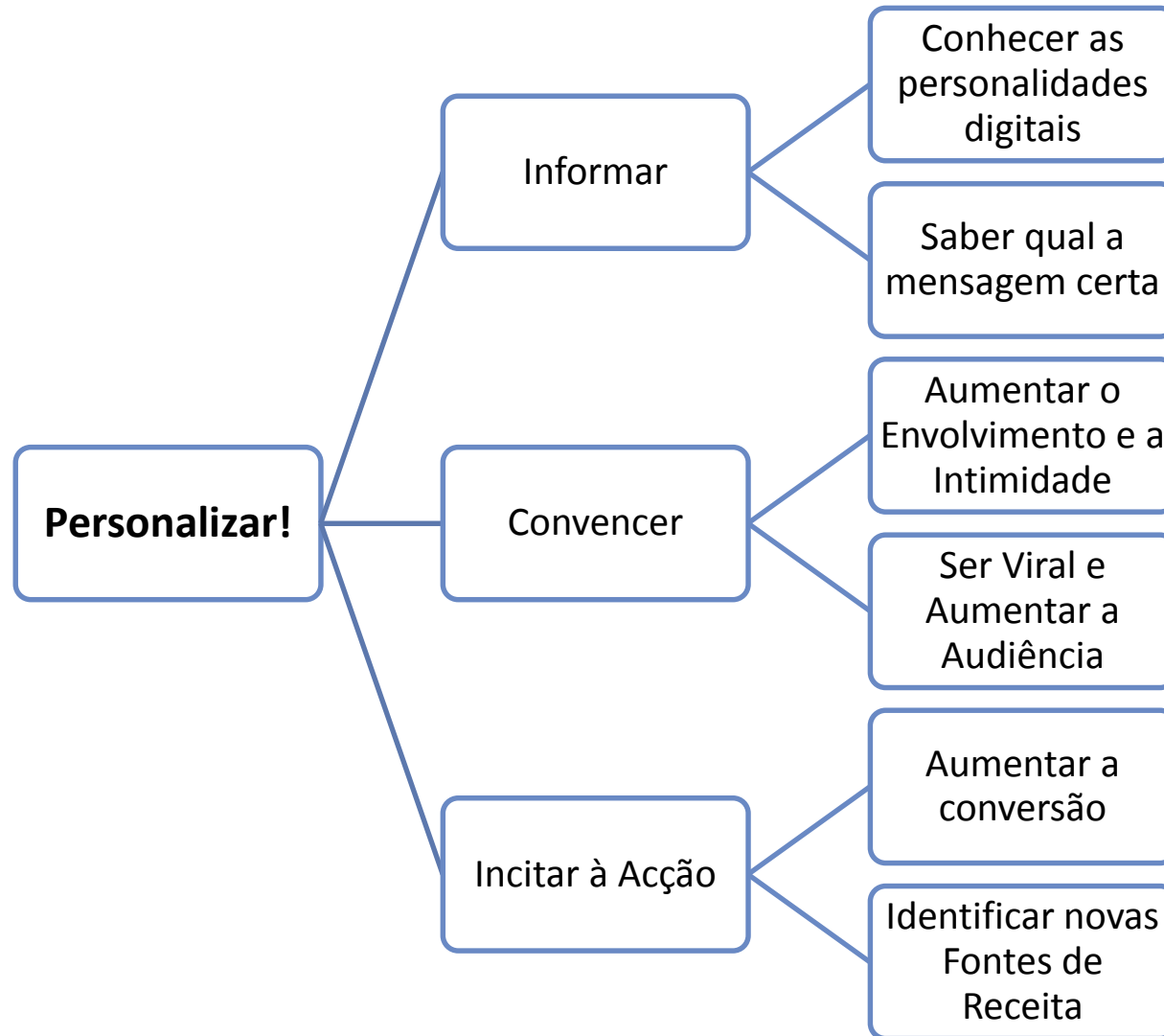
Da capacidade de transformar a
informação em conhecimento
adicional!

Onde é que a análise pode criar conhecimento adicional no marketing?

- Estratégia e Posicionamento de Produtos ou Serviços
- Aquisição de Clientes
- Retenção de Clientes
- Digital
- Segmentação
- Socialmedia
- Branding
- Promotion
- Desenvolvimento de novos produtos ou serviços
- Modelo de Distribuição
- Pricing
- Multi/Omni channel marketing
- Etc...



E no mundo digital a análise diz-nos como



Trata-se de ter uma interacção Inteligente

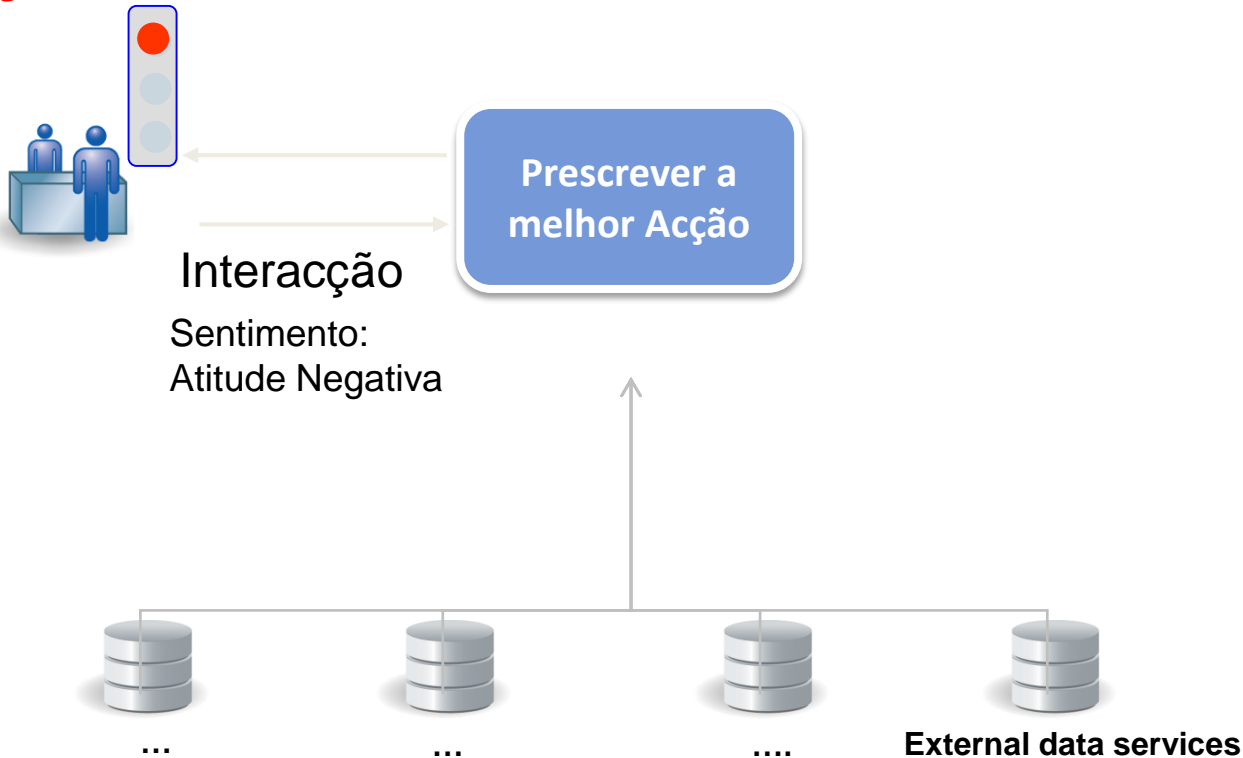
Como correu o fim-de-semana?

Esteve muita chuva...

Foi mais um...

Nem a Bola ajudou!

Proibido falar de
Sporting!



E sim! Usar técnicas de análise!

Data Mining Machine Learning
Estatística
AI NLP Econometria
Genetic Algorithms... Fuzzy
Etc, etc...



Que hoje, com a capacidade de cálculo chamam-lhe...

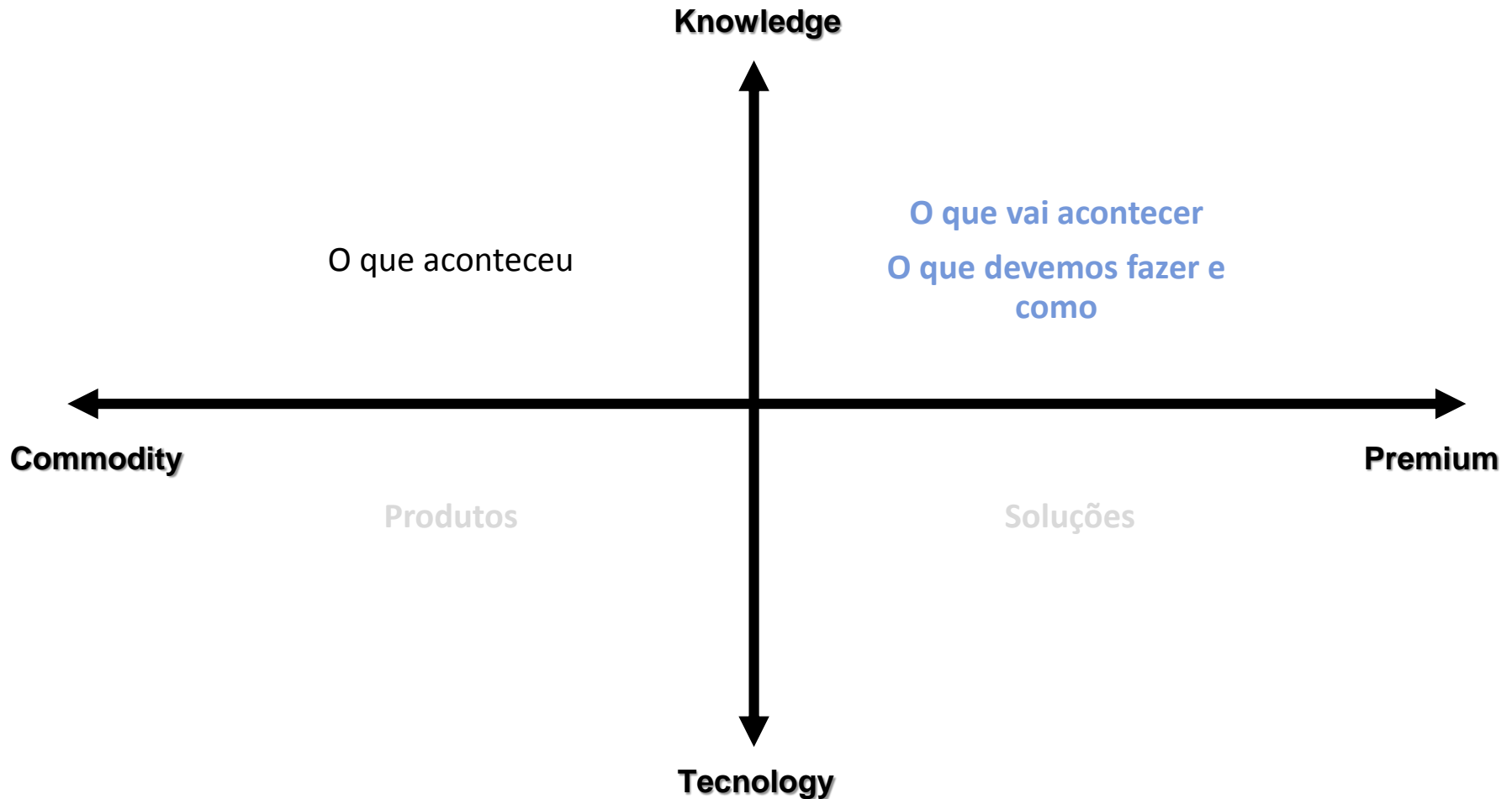
COGNITIVE
COM-PUUU-
TIINNGGG!!!



Que hoje, com a capacidade de cálculo chamam-lhe...



A Capacidade de transformar a Informação em Conhecimento



Como potenciar a informação nas organizações?

O desenvolvimento analítico não é apenas mais uma tecnologia ou um grupo de “Data Scientists” que incorporamos numa organização

Desenvolver analiticamente envolve:

Uma estratégia organizacional

Uma estratégia de informação e dados

A definição de Business Cases

Desenvolver uma cultura analítica

Envolver os recursos certos

E claro, análise...



**TRANSFORM
BY ANALYTICS**
CONSULTING & PROFESSIONAL SERVICES

Como Criar Valor?



Factor de Sucesso	Analiticament e Insuficiente	Análises Localizadas	Aspirantes Analíticos	Empresas Analíticas	Competidores Analíticos
Dados	<i>Inconsistentes, reduzida qualidade, não-organizados</i>	<i>Dados utilizáveis, mas em silos funcionais ou dependentes de processos</i>	<i>A organização começa a criar repositórios centralizados de dados</i>	<i>Integrados, com qualidade, centralizados e accionáveis</i>	<i>Busca contínua e incessante de novos dados e métricas</i>
Organização	-	<i>Ilhas de dados, tecnologia, e conhecimento</i>	<i>Fase inicial de uma aproximação enterprise-wide</i>	<i>Dados, tecnologias e analistas centralizados ou em rede colaborativa</i>	<i>Todos os recursos analíticos geridos centralmente</i>
Liderança & Cultura	<i>Sem awareness ou interesse</i>	<i>Apenas a nível da função ou processo</i>	<i>Líderes começam a reconhecer a importância da análise e da informação</i>	<i>Liderança suporta competências analíticas da organização</i>	<i>Liderança Forte, e focada na competitividade analítica</i>
Targets	-	<i>Múltiplos e desconexos que podem não ter relevância estratégica</i>	<i>Esforços analíticos em torno de um conjunto de pequenos alvos aglutinados</i>	<i>Actividades analíticas centradas em alguns domínios-chave</i>	<i>Analytics suporta capacidades diferenciadoras e estratégia</i>
Analistas	<i>Skills fracas, e as que existem associadas a funções específicas</i>	<i>Analistas isolados sem comunicação e/ou colaboração</i>	<i>Entrada de analistas em áreas-chave</i>	<i>Analistas com elevadas capacidades numa estrutura centralizada ou em rede colaborativa</i>	<i>Analistas de nível World-class envolvidos com negócio</i>

Como Criar Valor?



Síntese

- O Valor da Informação está na capacidade de a transformar em conhecimento
- Isso depende das pessoas envolvidas!
- Para Contabilizar esse Valor, é fundamental
 - Criar Business Cases e quantificá-los
 - Ter uma estratégia focada na inovação e diferenciação e criação de novas Fontes de Receita
- E escolher os parceiros certos para a transformação e a materialização do Valor!



**TRANSFORM
BY ANALYTICS**
CONSULTING & PROFESSIONAL SERVICES

Quanto vale a sua informação?



**TRANSFORM
BY ANALYTICS**
CONSULTING & PROFESSIONAL SERVICES