

Capital



Cómo tomar decisiones estratégicas y navegar en un mundo inundado de datos



Redacción

marzo 14, 2019 11:01 am

Los consumidores y las empresas de hoy producen contenido digital a un ritmo sin precedentes. La participación del consumidor en línea y en las redes sociales está en constante aumento. Las empresas están adoptando Internet como un entorno estratégico para promover su marca, productos y trabajos, y están aumentando su inversión en medios digitales y, consecuentemente, en la creación de contenido.

En cuanto las empresas empiecen a esforzarse por mejorar sus posiciones en un entorno competitivo cada vez más dinámico y acelerado, aquellas que tengan la mejor capacidad de adelantarse al cambio y responder en consecuencia ganarán. Para ello, será fundamental que las empresas sepan utilizar los datos externos y obtener información del exterior.

Outside Insight es un nuevo paradigma para sobrevivir y vencer en una nueva realidad digital, donde las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter pueden ser analizadas en tiempo real.

La toma de decisiones convencional en las empresas depende mucho de los datos de origen interno e ignora en gran parte la riqueza de los datos de origen externo que están cada vez más disponibles en Internet. Las compañías que no incluyan informaciones externas en sus procesos de toma de decisiones sufrirán, consecuentemente, en la calidad de estas decisiones y, a la larga, se quedarán detrás de la competencia.

En *Outside Insight*, el emprendedor y CEO de Meltwater **Jorn Lyseggen** describe los Insights tan valiosos, pero muchas veces infrutilizados, que pueden descubrirse en las informaciones que las empresas y las personas dejamos en Internet, nuestras "huellas digitales". Nos muestra cómo pueden usarse estas huellas para generar más inteligencia en las organizaciones con beneficios evidentes para quienes toman las decisiones, desde los ejecutivos de marketing y comunicación hasta los desarrolladores de productos, inversores y alta dirección.

En un libro rico en contenido y a la vez accesible, con muchos ejemplos prácticos de experiencias de empresas como Apple y Facebook, y también de diferentes campos de actuación como la gestión de riesgos, crisis, mercado bursátil, entre otros. *Outside Insight* demuestra cómo los datos públicamente disponibles en los anuncios de empleo, las noticias online, las conversaciones en las redes sociales, o los mismos registros de patentes ofrecen un tesoro escondido para la captación de inteligencia competitiva y la formulación de estrategias.

Outside Insight es una guía práctica sobre cómo romper con los esquemas tradicionales de la toma de decisiones empresariales para adaptarse a la nueva realidad digital. Es un libro que enseña cómo obtener informaciones de origen externo para crear una potente ventaja fundamentada en informaciones públicas.