

El uso de la Inteligencia artificial para navegar por un mundo inundado de datos: una nueva perspectiva estratégica para la toma de decisiones en la era digital

"Outside Insight", el nuevo libro de ESIC editorial

Jorn Lyseggen aborda la importancia que adquiere la inteligencia artificial en la gestión de los datos en un momento en el que estos marcan el rumbo de las empresas



Ante el vertiginoso ritmo al que empresas y consumidores producen contenidos hoy en día, ESIC editorial publica "Outside Insight", el nuevo libro de Jorn Lyseggen, en el que el autor aborda temas sobre cómo "las empresas están adoptando internet como un entorno estratégico para promover su marca, productos y trabajos, y cómo están aumentando su inversión en medios digitales y, consecuentemente, en la creación de contenido".

Para el autor de este libro, la clave del éxito para las empresas está en "adelantarse al cambio y responder en consecuencia", para lo que las anima a "empezar a esforzarse en mejorar sus posiciones en un entorno competitivo cada vez más dinámico y acelerado".

En este sentido, se vuelve indispensable que las empresas aprendan a utilizar los datos externos para que sean capaces de obtener la máxima información posible del entorno exterior.

Como una guía para todas estas empresas aparece "Outside Insight. El uso de la inteligencia artificial para navegar por un mundo inundado de datos: una nueva perspectiva estratégica para la toma de decisiones en la era digital", que "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", afirma Lyseggen.

Hoy en día, la toma de decisiones de las empresas sigue dependiendo, en gran medida, de los datos de origen interno y se ignora en gran parte la riqueza de los datos de origen externo que están cada vez más disponibles en Internet. Ante este panorama, "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", sentencia Lyseggen.

Además, Jorn Lyseggen, emprendedor y CEO de Meltwater, describe en su libro la importancia de los insights, que "pueden descubrirse en las informaciones que las empresas y las personas dejamos en internet, nuestras 'huellas digitales'", lo que les hace infinitamente valiosos para las compañías.

El autor muestra también 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".

Este libro incluye además múltiples ejemplos prácticos de experiencias de empresas de primer nivel como Apple y Facebook, y también de diferentes campos de actuación como la gestión de riesgos, crisis, mercado bursátil, entre otros.

El autor explica que este libro 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 se convierte, por tanto, en una "guía práctica sobre cómo romper con los esquemas tradicionales de la toma de decisiones empresariales para adaptarse a la nueva realidad digital", y en un material básico sobre "cómo obtener informaciones de origen externo para crear una potente ventaja fundamentada en informaciones públicas".

Nota de prensa.

No te pierdas nada de MarketingDirecto.com y únete a nuestro Telegram t.me/MarketingDirecto