

20 Noviembre 2018

Reducimos la incertidumbre a partir de la analítica

Ayer Zenith, *the ROI agency*, convocó la primera edición de DATECNOLIGENCIA: un encuentro inspiracional, una propuesta para abordar el futuro en el que ya estamos inmersos. Data, Tecnología, *Forecasting* y la visión más humanista, fueron las claves de este evento que se repetirá de forma anual.

Desde la autoridad que confieren 30 años de liderazgo en *forecasting*, y una filosofía *Evidence led thinking*, Zenith propone al mercado DATECNOLIGENCIA como una propuesta de respuesta ante el futuro en el que ya nos encontramos inmersos. Es una nueva forma de entender los datos, reconocer todo el potencial que la tecnología disponible nos permite y ser capaz de incorporar inteligencia a esa sinergia, de forma que se abran ante nosotros nuevas oportunidades de conexión con las personas.

“Nos dedicamos a reducir la incertidumbre a partir de la analítica”, comenta Rebeca Benarroch, Data Science de Publicis Media en su exposición. *“A través del marketing buscamos entender al consumidor y sus interacciones con las marcas, sin embargo, tantos puntos de contacto, innumerables datos, y la rapidez con la que estos se suceden, hace que el análisis se haya vuelto de una gran complejidad”*. De esta forma, Rebeca incorpora la variable *“inteligencia”* en su discurso: *“la inteligencia artificial nos va a llevar a otro nivel de conocimiento del consumidor y transformará la manera de hacer marketing tal y como lo conocemos hoy”*. Rebeca Benarroch asegura que la IA va a transformar el marketing a través de la aportación de un *approach* científico y la capacidad de predicción que nos da la capacidad de poder actuar.

Abelardo Ibáñez, VP de Weborama presentó, desde el punto de vista de la tecnología que nos asiste, una aproximación a las tendencias 2019: chatbots, blockchain, GDPR, computación y transformación digital son algunas de las claves en las que se concentró. *“La transformación digital requiere de una gran transformación cultural”* comenta Abelardo.

Y así lo suscribe el último invitado de esta edición DATECNOLIGENCIA: Iñaki Gabilondo, periodista y actual anfitrión del programa de Movistar + *“Cuando ya no esté. El mundo dentro de 25 años”*. Después de múltiples viajes y entrevistas, Iñaki asegura: *“las preocupaciones de corte humanista, han procedido de los científicos”*. Reforzando la relevancia del *“aprendizaje permanente”* advierte *“¿qué va a pasar? no es la pregunta, la pregunta adecuada es ¿qué vamos a hacer?”*

Desde Zenith cerramos esta primera edición de DATECNOLIGENCIA con la seguridad de que todos estamos llamados a asumir el protagonismo ante el cambio que está sucediendo permanentemente. *“Todos tenemos que ser tripulación y no pasajeros en este proceso de transformación.”* - Juan Antonio Ortiz, Director General de Zenith Madrid cierra con estas palabras la primera edición de DATECNOLIGENCIA.

Este encuentro está disponible temporalmente en www.datecnoligencia.es

Y puede seguirse en Twitter a través de #Datecnoligencia

Para más información, por favor, póngase en contacto con:

Elena León

Directora de Comunicación

Tel: + 34 91 567 46 00

Email: elena.leon@zenithmedia.es

Sobre Zenith

Zenith es The ROI Agency. La primera agencia que aplica un enfoque riguroso y objetivo para mejorar la eficacia de la inversión en marketing. Zenith transforma las empresas y las marcas a través de un pensamiento basado en las evidencias. Zenith forma parte del Publicis Media, una de las cuatro agencias que conforman Publicis Groupe, y tiene oficinas en Publicis One. Como red líder de servicios en medios, Zenith tiene más de 5000 empleados trabajando en 95 mercados. Además con el apoyo de las Prácticas globales de Publicis Media, Zenith ofrece a sus clientes un completo espectro de competencias que van de la planificación estratégica, optimización del valor, resultados en medios, creación de contenido y data & analytics. Trabajamos con algunos de los clientes líderes a nivel mundial como por ejemplo Aviva, Kering, L'Oréal, Nestlé, Nomad Foods, Oracle, SCA, Mahou San Miguel, Iberdrola, Mercedes Benz, Telepizza o Maxxium.