

Agencia B12, cómo integrar IA y Big Data con 30 años de experiencia en negocio

"Tenemos más de 30 años de experiencia en ventas. Son tres décadas que nos han permitido desarrollar una Inteligencia Comercial que es un valor diferencial en el mercado, pero queríamos más. Con la integración de Inteligencia Artificial y Big Data en nuestro modelo de negocio, incrementamos ese valor diferencial". Lo explica Javier Fernández de Valderrama, CEO de Agencia B12 Tech4Business, una empresa que apuesta por la última tecnología

Big Data y nuevos hábitos de consumo

Los hábitos de consumo han cambiado con la digitalización, y abren nuevas oportunidades de negocio. "Cada vez que navegamos por internet, cada vez que hacemos un clic, abrimos una newsletter o damos un like, cuando interactuamos con un botón, o incluso cuando no lo hacemos, estamos generando datos. La clave de los nuevos modelos de negocio está en saber transformar esos datos en información de calidad que permita la toma de decisiones".

Las nuevas tecnologías de almacenamiento y procesamiento de datos llevan a realizar esa transformación de manera automática: "Las soluciones cloud y los sistemas de procesamiento automático basados en Machine Learning han abierto una nueva era en el terreno de las ventas", afirma Javier Fernández de Valderrama, CEO de Agencia B12.

Digitalización empresarial

"Las empresas son cada vez más conscientes de las oportunidades que les brindan estas tecnologías, pero nos encontramos muchos casos con carencias técnicas o con dificultades a la hora de vincular su data a las oportunidades de negocio. Ahí es donde entra B12". Es un concepto que se define en el claim de la compañía, Tech4Business, tecnología para negocios.

El valor añadido de la empresa tecnológica reside, precisamente, en su Inteligencia Comercial: "No solo aportamos la última tecnología en materia de Big Data e Inteligencia Artificial, sino que aplicamos nuestro expertise, analizamos los datos con la perspectiva de negocio que hemos ganado en estos 30 años".

Javier Fernández de Valderrama: "Creamos arquitecturas a medida, con data lakes optimizados y unidades de procesamiento que transforman los datos en información de calidad"

Este nuevo modelo que lanza Agencia B12 nace de su asociación con la empresa Strategy Big Data (ambas pertenecen al holding Rockethall Group). Esta hermandad permite ofrecer estrategias 360: "Analizamos los datos de cada cliente en particular y creamos arquitecturas a medida, con data lakes optimizados y unidades de procesamiento que transforman los datos en información de calidad".

Cómo utilizar la información

“La información que extraemos del procesamiento de los datos nos sirve para incrementar las ventas de los negocios, pero también nos permite analizar procesos, dar un impulso a la productividad empresarial y realizar microsegmentaciones de clientes que ponen de manifiesto nuevas oportunidades de negocio”, explica Fernández de Valderrama.

“Los datos nos cuentan qué quieren nuestros clientes”

Estas nuevas oportunidades de negocio “se muestran de diferentes formas”, desde estrategias de marketing upselling y crossselling hasta perfeccionamiento y lanzamiento de nuevos productos: “Los datos nos cuentan qué quieren nuestros clientes y clientes potenciales, cuáles son sus necesidades y sus deseos. Las compañías pueden valerse de esa información y darles lo que están buscando. Es un win-win, tanto para el usuario como para la empresa”.

Sobre Agencia B12

Con la incorporación de Strategy Big Data a Rockethall, Agencia B12 se convierte en una empresa de tecnología enfocada a ventas: “Nuestro objetivo es maximizar la eficiencia de las compañías con las que trabajamos, nosotros solo ganamos si ellas también lo hacen”, cuenta Fernández de Valderrama.

B12 ofrece soluciones tecnológicas basadas en Inteligencia Artificial y Big Data. Su servicio estrella es la estrategia 360 que permite la captación, fidelización y retención de clientes en su Smart Sales Center, un nuevo modelo de contact center omnicanal en el que las nuevas tecnologías permiten mejorar ostensiblemente la experiencia de usuario.

En cada llamada, la Inteligencia Artificial del Smart Sales Center conecta al cliente con un agente de perfil similar, lo que incrementa, desde un principio, el entendimiento mutuo. Además, toda la conversación se transcribe y analiza en tiempo real. Automáticamente, se extraen datos que retroalimentan los algoritmos gracias a la tecnología Machine Learning.

“En B12 también automatizamos procesos repetitivos por medio de nuestros bots, que, además, garantizan la privacidad de las partes más sensibles de la conversación, como la toma de datos. Esto nos permite liberar a los agentes de tareas rutinarias, con lo que incrementa el tiempo que pueden dedicar a cada cliente y decrecen los tiempos de espera”, explica el CEO.

De este modo, “la tecnología personaliza el contact center, mejora la experiencia de usuario y la experiencia de los propios agentes, que mejoran sus ratios exponencialmente”, sentencia Javier Fernández de Valderrama.

Datos de contacto:

Comunicación B12

91 662 95 34

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>