

¿Cómo recopilan las grandes empresas los datos de los clientes?

Guillermo Goddard

14 de enero de 2019

Grandes datos



Los datos se han convertido en uno de los recursos más valiosos del mundo gracias a la rápida [transformación digital](#) de las industrias globales. En la era digital actual, la [Cuarta Revolución Industrial](#), los datos de los clientes son el nuevo petróleo, otorgando un tremendo poder económico a las empresas que los producen y controlan, y una ventaja de información fundamental cuando se trata de prosperar en el campo de batalla competitivo global.

Como tal, la recopilación de datos de los clientes se ha convertido en una prioridad importante para las empresas. A medida que se desarrolla una tecnología cada vez más avanzada para capturar y analizar [los datos de los clientes](#), más empresas pueden contextualizar, extraer información y monetizarlos.

Es por eso que las grandes empresas recopilan, almacenan y procesan datos de clientes. Porque big data es mucho dinero, ¿por qué si no?

En la era de la conectividad constante, los teléfonos inteligentes, los dispositivos portátiles y el [Internet de las cosas \(IoT\)](#), los datos de los clientes se recopilan las 24 horas del día. Las computadoras pueden identificar

Lección 19: Cómo las grandes empresas recopilan datos de los consumidores

Nombre: _____

su voz a través de un micrófono, puede reconocer su rostro a través del ojo de una cámara, puede detallar su biometría a través de un dispositivo portátil, puede rastrear su historial de navegación en Internet a través de la tecnología de cookies, puede determinar su ubicación exacta a través del seguimiento por GPS, puede registrar sus transacciones financieras cada vez que haces una compra. Y con todos estos datos, las computadoras pueden crear perfiles cada vez más precisos de los clientes de una empresa, predecir cómo piensan, cuáles son sus preferencias y, lo más importante de todo, dónde gastarán su dinero. Echemos un vistazo a algunas de las formas en que las grandes empresas logran todo esto, las técnicas que usan para capturar datos, qué hacen con ellos y cómo las organizaciones pequeñas y medianas pueden usar las mismas técnicas para mejorar sus propios negocios.

Cómo se recopilan los datos del cliente

Básicamente, existen tres formas diferentes en que las empresas recopilan datos sobre sus clientes. Pidiéndolos directamente, rastreándolos indirectamente y adquiriéndolos de otras empresas.

Pedirlo

La mayoría de las empresas solicitarán datos directamente a los clientes en algún momento, generalmente al principio, en su relación con ellos. Cuando alguien se suscribe a un servicio, se registra en un sitio web o compra algo en línea por primera vez, generalmente se debe completar un formulario.

En este formulario, la empresa solicitará como mínimo un nombre y una dirección de correo electrónico, aunque también se recopilarán otros datos demográficos y, en ocasiones, firmográficos. Posteriormente, se pueden realizar encuestas a los clientes, nuevamente haciéndoles preguntas directas a las personas, que a menudo se utilizarán para la elaboración de perfiles de clientes.

Sitios web, cookies y balizas web

Las grandes empresas también son expertas, ya que tienen la tecnología para serlo, en extraer datos de clientes de una gran cantidad de fuentes en línea. El lugar más obvio, por supuesto, es desde sus propios sitios web, la mayoría de los cuales ahora están equipados con cookies y balizas web. Estas tecnologías permiten a las empresas realizar un seguimiento de los historiales de navegación de los visitantes, incluso cuando salen del sitio de la empresa y se aventuran por la web. Con las cookies, las empresas saben dónde han estado los clientes, qué han mirado y adónde van una vez que han terminado de navegar por el sitio de la empresa. Como tales, pueden volver a dirigirse a los clientes con anuncios, por lo que cuando miras un par de zapatillas en un sitio web, a menudo encontrarás un anuncio para ellos siguiéndote por la web.

Las pequeñas y medianas empresas pueden utilizar cookies de redireccionamiento con servicios como [Google AdWords](#) en [Google Display Network](#) y [Facebook Pixel](#). Tenga en cuenta aquí que, si bien Facebook no vende datos de clientes, sí vende acceso a datos de clientes perfilados. Como tal, las empresas pueden usar el píxel de Facebook en sus sitios web para asegurarse de que cuando compran espacio publicitario específico en Facebook, se colocan los anuncios correctos al frente.

Lección 19: Cómo las grandes empresas recopilan datos de los consumidores

Nombre: _____

de los clientes correctos (a un precio, por supuesto), aunque en realidad no pueden comprar los datos del cliente en Facebook.

Registros de la empresa y redes sociales

Las empresas también profundizan en su propio servicio de atención al cliente y registros de ventas, observando los historiales de transacciones y cómo los clientes han interactuado con los departamentos de ventas y soporte (a menudo utilizando herramientas de análisis de sentimientos). Las redes sociales también son otra fuente importante de datos, especialmente si los clientes usan, por ejemplo, su cuenta de Facebook para iniciar sesión en una aplicación de terceros que una empresa puede proporcionar (piense en Spotify y Uber). Pero, aparte de esto, todos los datos que un cliente comparte públicamente en las redes sociales son accesibles para cualquier persona en línea.

Seguimiento de correo electrónico, aplicaciones y rastreadores de terceros

El seguimiento de correo electrónico es otro método. Con esto, las empresas no solo saben que un destinatario ha abierto un correo electrónico, sino también dónde se abrió y en qué dispositivo. Se rastrea más del 40% de los correos electrónicos enviados en todo el mundo, según [WIRED](#). Del mismo modo, las aplicaciones integradas con "rastreadores" de terceros también son una fuente de datos de clientes. Aunque algunos de estos datos se analizan para comprender mejor cómo se utilizan las aplicaciones, gran parte de ellos también se utilizan para publicidad dirigida, análisis de comportamiento y seguimiento de ubicación. Más de tres de cada cuatro aplicaciones de Android contienen al menos un rastreador de terceros, según una investigación de Exodus Privacy y Yale Privacy Lab.

Empresas de datos

Las empresas también están comprando (y vendiendo, para el caso) datos de clientes de (ya) terceros. Hay empresas de big data, como [Acxiom](#), que existen con el único propósito de recopilar, analizar y vender datos comerciales y de clientes para campañas publicitarias dirigidas. Oracle es otra empresa que vende este tipo de datos y, al igual que Acxiom, adquiere gran parte de ellos de empresas de datos más pequeñas, así como de sitios de comercio electrónico y muchas otras fuentes, incluidos los registros electorales y los censos gubernamentales.

Pensamientos finales

La mayoría de las técnicas enumeradas anteriormente pueden ser utilizadas por empresas de prácticamente cualquier tamaño para recopilar datos de los clientes. Pero la recolección es solo el comienzo; de hecho, en muchos aspectos, es la parte fácil. El verdadero desafío consiste en analizarlo todo y convertir esos análisis en información procesable.

Como tal, es importante tener un plan de acción claro para la recopilación de datos, ya que solo los datos de alta calidad pueden ayudarlo a tomar decisiones basadas en datos que beneficiarán a su empresa. Para hacer esto, necesitarás definir tus metas (cuál es el problema que

Lección 19: Cómo las grandes empresas recopilan datos de los consumidores

Nombre: _____

¿Quiere que resuelvan los datos de sus clientes?), sus procedimientos operativos (¿quién recopilará los datos, por qué se recopilan y con qué herramientas?) y cómo validará y analizará los conocimientos recopilados.

Con los datos de los clientes, las empresas pueden mejorar [las experiencias de los clientes](#), refinar las estrategias de marketing, realizar publicidad hiperdirigida e incluso crear nuevas fuentes de ingresos mediante la venta de datos (si recopilan suficientes) a las empresas de datos. Por supuesto, existen regulaciones de privacidad de datos, como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) de la UE y la [Ley de Privacidad del Consumidor de California \(CCPA\)](#), que debe cumplir cualquier empresa que se dedique a la recopilación de datos de clientes. Pero, para las organizaciones que desean utilizar los datos de los clientes con fines comerciales, la recolección es donde todo comienza.

1ST PARTY, 2ND PARTY, 3RD PARTY DAT

WHAT DOES IT ALL MEAN?



1ST PARTY DATA

Your Audience Data
Collected Directly From The
Source May Lack Scale



2ND PARTY DATA

Someone Else's 1st Party Data
Sold in a Private Data Marketplace
Purchased Directly from the Source



3RD PARTY DATA

Aggregated From Various
Sources Bought & Sold from
Data Exchange Most Scale

Lección 19: Cómo las grandes empresas recopilan datos de los consumidores

Nombre: _____

1.) Los contactos (las personas que voluntariamente dieron su información o compraron un producto) en el Sr.

El sitio web de Kazanjian iratemetaldetectors.com es un ejemplo de:

A.) Datos de primera

parte B.) Datos de segunda

parte C.) Datos de tercera parte

2.) Si el Sr. Kazanjian fuera a otro sitio web de detección de metales y le pidiera al propietario que comprara

su lista de contactos, el Sr. Kazanjian estaría comprando:

A.) Datos de primera

parte B.) Datos de segunda

parte C.) Datos de tercera parte

3.) Mire la definición de datos de terceros a continuación.

What Is Third-Party Data?

Third-party data is data that you buy from outside sources that are not the original collectors of that data. Instead, you buy it from large data aggregators that pull it from various other platforms and websites where it was generated. These aggregators pay publishers and other data owners for their first-party data.

The aggregators then collect it into one large data set and sell it as third-party data. Many different companies sell this kind of data, and it is accessible through many different avenues. [The Lotame Data Exchange](#) is one of the largest third-party data exchanges in the world.

Según esta definición, ¿TikTok es un ejemplo de datos de terceros? ¿Por qué o por qué no?
