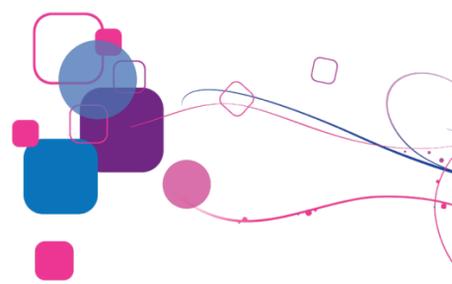


Datos, analítica e insights como elementos predictivos del nuevo escenario



La pandemia pone de relieve la brecha existente entre la experiencia de cliente y la entrega de servicios

Muchas empresas han detectado la necesidad urgente de adaptar y actualizar el servicio que se le ofrece al cliente digital.

Los directivos se han dado cuenta de que las exigencias y expectativas de los

consumidores han cambiado; volver a los modelos de negocio pre-pandémicos ya no es viable.

Nuestro estudio revela por qué una mayor digitalización, el uso de análisis avanzados, datos e insights son ahora los habilitadores del crecimiento empresarial.

Las expectativas del consumidor continúan impulsando el escenario digital



60%

de las empresas están buscando iniciativas de crecimiento que incluyan nuevas estrategias digitales



80%

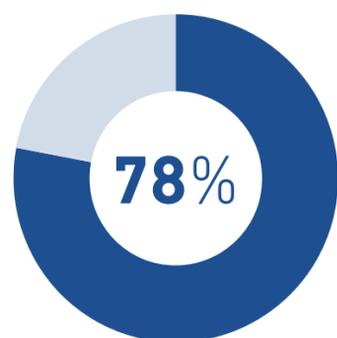
espera **aumentar la inversión** en datos, análisis, aprendizaje automático e IA



90%

espera recuperar su posición financiera en **18 meses**

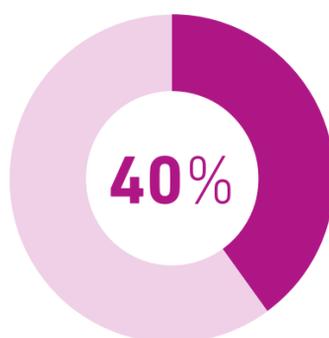
La Analítica ayuda a las empresas a transformar la información en acción



está incrementando o manteniendo su inversión en **mejorar la experiencia de cliente**



ha marcado **la mejora del compromiso con sus clientes** como una prioridad



está luchando por obtener una foto completa del **endeudamiento o riesgo financiero**

Adaptando el negocio a los clientes digitales



29%

expresa su preocupación por el **aumento del fraude**



26%

considera la **falta de automatización** como un gran desafío



33%

planea **aumentar el uso de datos** y análisis para implantar mejoras en fraude



58%

ha intensificado los esfuerzos para monitorear el **fraude y las actividades sospechosas**



69%

de los **presupuestos de fraude** se incrementarán o mantendrán



78%

ha aumentado la **inversión en la gestión de riesgos** siguiendo las nuevas regulaciones

“A partir de ahora, la tecnología es la clave para la recuperación de los negocios. Más de la mitad de las empresas están invirtiendo proactivamente en inteligencia artificial y aprendizaje automático para impulsar el crecimiento”

Marco Benvenuto
EMEA Chief Operating Officer, Experian

Descubre más:

