



# Qué es la Gestión de Datos Maestros y por qué la necesita

## Introducción

**La creciente complejidad de la economía global del siglo XXI tiene ramificaciones significativas en la forma en que las empresas gestionan y mantienen la integridad de sus datos. De hecho, la necesidad de crear, administrar y ofrecer una versión única de la verdad es vital para permitir a las organizaciones impulsar verdaderas transformaciones digitales; proporcionar productos superiores y una experiencia digital y del cliente extraordinarias. Hoy es más difícil que nunca, debido al uso ubicuo de dispositivos móviles, IoT y la nube, administrar la abrumadora cantidad de datos producidos por empresas alrededor del mundo todos los días.**

Entonces llega la Gestión de Datos Maestros (MDM). Aunque no es tan familiar para algunos como si lo es el CRM o el ERP, un MDM ofrece una solución esencial que satisface las necesidades de las empresas utilizando un enfoque orientado principalmente a los negocios. También proporciona visibilidad y acceso completo y consistente de los datos de producto, cliente, ubicación, empleado y proveedor. Y lo más importante, el MDM permite a toda la organización tomar decisiones basadas en datos que proporcionan agilidad operativa, crecimiento de valor y generación de ingresos.

A pesar de su creciente nivel de importancia, es posible que usted aún esté confundido sobre lo que es un MDM. Tal vez entienda el concepto, pero no ve cómo ayuda a empresas como la suya. En cualquier caso, este documento explicará todo lo que necesita saber en términos fáciles de entender.

## Su activo corporativo más crítico

Lo sepa o no, su empresa hoy recopila datos maestros de más fuentes que nunca. Por ejemplo, la información de sus clientes puede provenir de:

- Programas de fidelización
- Ventas de comercio electrónico
- Llamadas de servicio
- Encuestas
- Fuentes de terceros

Lo mismo ocurre con los datos de producto. Es posible que usted cuente con miles de tiendas que venden millones de productos a millones de clientes, lo que da como resultado una gran cantidad de detalles individuales a administrar; una vasta cantidad de datos maestros que provienen de diferentes ubicaciones, clientes, proveedores, fabricantes y más.

Aprovechar los altos volúmenes de datos maestros entrantes le proporcionará conocimiento que podrá ser utilizado para mejorar el negocio: una variedad de activos para satisfacer las necesidades de sus clientes, acelerar tiempos de comercialización, experiencias omnicanales y más.

Hoy en día, muchas organizaciones no aprovechan este activo corporativo crítico, los datos maestros, porque se guardan en sistemas no conectados, lo que da como resultado registros incompletos y duplicados. El MDM resuelve este problema proporcionando un repositorio central para construir y compartir una versión única de la verdad.

El MDM le permite tomar decisiones más rápidas e inteligentes para todo, desde el lanzamiento de nuevos productos hasta la creación de oportunidades de ventas directas y cruzadas. Además, un MDM es fundamental en el desarrollo de nuevos negocios.



Aprovechar los altos volúmenes de datos maestros entrantes le proporcionará conocimiento que podrá ser utilizado para mejorar el negocio — una variedad de activos para satisfacer las necesidades de sus clientes, acelerar tiempos de comercialización, experiencias omnicanales y más.

## Cómo un MDM le puede ayudar

El MDM hace más que gestionar sus datos. Le ayuda a adquirir, administrar y proporcionar acceso a datos que respaldan su transformación digital y oportunidades de negocio. Elimina registros duplicados y combina datos incompletos para crear un registro dorado, que actúa como una única versión de la verdad que conecta sus sistemas empresariales. Por último, el MDM le permite crear una solución completa de extremo a extremo que impulsa la innovación y logra mejores resultados de negocio.

### Mejore la calidad de sus datos y reduzca costos.

Con un MDM podrá consolidar, limpiar, mejorar e

implementar un gobierno de datos de manera efectiva. Si los registros necesitan edición, actualización o eliminación, el MDM cambia el registro dorado para que los cambios se reflejen en todas partes. Los ahorros administrativos son significativos. Pero si sus datos no son oportunos, precisos o consolidados entre departamentos, los costos asociados con el mantenimiento de los mismos pueden ser exorbitantes. Además, puede provocar frustraciones del lado del cliente y problemas en la cadena de suministro.

**Lance nuevos productos más rápido.** El MDM mejora la eficiencia en toda la cadena de producto y suministro. Integre, limpie y enriquezca de manera efectiva todos los aspectos de la información de producto mientras comparte, publica y distribuye en todos los canales empresariales críticos. Establezca eficientemente plazos, hitos y maneje órdenes de cambio en segundos. Fabricantes, proveedores e ingenieros recibirán actualizaciones precisas sobre los cambios en los detalles del producto. Todos, desde despachos hasta la recepción, tendrán acceso en tiempo real a las especificaciones del producto a medida que estos son actualizados.

**Ofrezca experiencias excepcionales de cliente.** Obtenga una visión completa y confiable de sus clientes para permitir la personalización y orientación centrada en el cliente. El MDM impulsa las estrategias de marketing y ventas al brindar una base de datos precisa para la segmentación. Si usted recopila datos de clientes de varias fuentes, tendrá diversas variaciones del mismo registro o dos registros diferentes para la misma persona.

Una solución MDM elimina los registros duplicados de clientes para evitar errores de personalización:

- No más correos electrónicos enviados con el nombre equivocado
- No más llamadas telefónicas embarazosas sobre un asunto que ya había sido resuelto
- No más catálogos duplicados y cartas enviadas a una misma dirección

Usted podrá ahorrar hasta un 50% en costos de marketing porque dejará de desperdiciar dinero en mensajes duplicados. Por otra parte, el MDM permite:

- Aumentar el tamaño promedio de órdenes
- Impulsar la retención de clientes
- Aumentar el valor del cliente a largo plazo
- Aumentar las oportunidades de ventas cruzadas y adicionales

**Ofrezca un servicio excepcional.** Todos los departamentos relevantes podrán ver la información del cliente con un vistazo, lo que permitirá a su personal de soporte telefónico / chat en línea discutir el problema del cliente con confianza al ver sus datos al instante. Además, los datos de atención al cliente se comparten

automáticamente y se pueden ver con departamentos de ventas y marketing, entre otros. Por ejemplo, si un cliente es transferido a otro departamento, no tendrá que responder las mismas preguntas nuevamente. De acuerdo con Accenture, **conocer el historial de compras de un cliente** hace que sea un 65% más probable que lo elija a usted.

**Cumpla con las regulaciones.** El MDM ayuda a cumplir con varias regulaciones, incluido el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), ya que permite acceder, eliminar o borrar los datos de cliente, ubicación o cualquier otra información desde un solo lugar. El GDPR crea algunos puntos clave como:

- **El alcance de cobertura:** La definición de datos personales ahora incluye detalles generales, así como elementos como fotografías y contenido de redes sociales.
- **Derecho al olvido:** Los clientes pueden solicitar que se eliminen sus datos personales cuando lo consideren necesario.
- **Portabilidad de datos garantizada:** Los clientes pueden solicitar que sus datos personales sean transferidos a la competencia.

## Cómo las empresas están logrando el éxito con un MDM

Los beneficios más notables del MDM están comprobados y es por esto que algunas marcas líderes a nivel mundial están utilizando con éxito el MDM para dar valor a su organización.

### El MDM en Retail

Los minoristas deben mantener detalles del producto precisos y actualizados. Marks & Spencer (M&S) tiene 1.035 tiendas en el Reino Unido y otras 428 en 56 países diferentes, con más de siete millones de usuarios registrados en sus sitios web.

Con todos estos usuarios y productos, relanzar su sitio web en una nueva plataforma iba a ser un gran desafío. M&S no podía darse el lujo de perder usuarios o ventas debido a un proceso ineficiente, y la compañía necesitaba realizar un seguimiento de sus más de 20,000 productos en línea mientras realizaba la transición a una nueva plataforma.

M&S también tuvo que:

- Ajustar productos a la medida para versiones internacionales en su sitio web
- Ahorrar dinero simplificando su sistema interno
- Eliminar puntos críticos

La compañía utilizó un MDM para centralizar la información del producto en un solo lugar y crear una fuente única

y autorizada, lo que resultó ser un gran reto ya que la compañía contaba con 585 atributos de productos diferentes repartidos en ocho sitios web internacionales en cinco idiomas.

Hoy en día, los detalles del producto se actualizan en segundos. La compañía solo publica la nueva información en sus sitios web, tiendas y aplicaciones una única vez, garantizando que las cadenas de suministro tengan acceso en tiempo real a un conjunto preciso y actualizado de detalles de producto.

El MDM también le permite a M&S:

- Usar reglas de negocio para controlar sus datos. Por ejemplo, la ropa no se puede publicar hasta que todos los tamaños tengan etiquetas apropiadas.
- Ofrecer productos a la medida para cada país. Si M&S no tiene la licencia para vender en un país en particular, el producto no se muestra en el sitio web correspondiente.
- Gestionar todo el contenido en inglés. El MDM marca automáticamente los productos que se venden internacionalmente – sólo el texto se envía para su traducción.

“ Una fuente de datos única y bien administrada y el aumento en la automatización, han dado como resultado un sistema con un error de entrada mínimo que es capaz de reducir drásticamente el tiempo que le toma a M&S publicar productos en su sitio web.”

— Rebecca Chamberlain, M&S.com

### El MDM en Manufactura

Los fabricantes deben trabajar con estándares exigentes de diseño, seguridad, construcción, pruebas y cumplimiento.

Si un fabricante no puede acceder a la información correcta, o peor, obtiene la información incorrecta, podría enfrentar retrasos graves. Este fue el desafío para uno de los mayores fabricantes de bujías del mundo, ya que cada etapa de su proceso de fabricación estaba dividida en diferentes países y continentes.

El MDM unificó los datos de la compañía en un único panel de control permitiendo que:

- La lista de cambios en materiales se pueda manejar con pocos clics, notificando automáticamente a todas las partes relevantes, incluyendo a proveedores externos
- Cada etapa del proceso de fabricación cumpla con los estándares establecidos al tener toda la información legal relevante disponible y actualizada
- Las especificaciones de producto se actualicen en tiempo real, por lo que los equipos en la cadena de suministro, logística y marketing tienen la información exacta necesaria

Si cambia con frecuencia de proveedores o agrega nuevos SKUs, esta podría ser la razón más convincente para considerar un MDM, ya que no solo reduce el tiempo de lanzamiento de productos, sino que le permite satisfacer las necesidades de sus clientes a un costo menor y superar a su competencia.

### MDM para sus Clientes

Quizás más que nada, el futuro del éxito empresarial implica ofrecer experiencias excepcionales al cliente.

Antes de usar un MDM la cadena de supermercados Wegmans, líder en Norteamérica, almacenaba los datos de sus clientes en cinco sistemas diferentes, uno para cada una de sus cinco líneas de negocio. No podía proporcionar una experiencia de compra personalizada y su programa de lealtad contenía datos de mala calidad.

Wegmans utilizó el MDM para tomar los datos de sus cinco sistemas separados y crear un registro de oro completo e impecable para cada uno de sus 10 millones de clientes. El MDM limpió los datos y consolidó los registros duplicados. Los datos de registro incompletos se utilizaron para consolidar el registro de oro y se eliminaron los datos incompletos para evitar duplicados.

Ahora Wegmans tiene:

- Un registro de clientes único y preciso compartido en todos los sistemas de sus cinco líneas de negocio
- Una experiencia de compra personalizada para cada cliente
- Un programa de fidelización alimentado con datos robustos y precisos

Wegmans planea agregar aproximadamente un millón de nuevos clientes anualmente utilizando el MDM, así como administrar los datos de sus 70,000 productos, ubicaciones y proveedores.

## MDM para sus Ventas en Línea

Vender en línea representa un problema importante: los clientes no pueden tener el producto antes de comprarlo. Es por eso que las tiendas de comercio electrónico dependen de montañas de datos de producto, que incluyen:

- Fotos con zoom y rotación
- Descripciones detalladas de producto
- Videos
- Reseñas de redes sociales

Grupo Elektra S.A.B. de C.V. es una compañía minorista y de servicios financieros líder en América Latina y el mayor proveedor no bancario de servicios de anticipo de efectivo en los Estados Unidos. La gestión de datos de producto con un MDM ha permitido a Elektra mejorar el proceso de incorporación de productos a su plataforma de comercio electrónico, así como garantizar la disponibilidad de información de productos completa y consistente desde una fuente confiable. Esto ha permitido a Elektra:

- Aumentar su selección de productos en línea de 2,000 a 50,000 en pocas semanas
- Mejorar los resultados de búsqueda
- Aumentar 2.6 veces el tráfico de su sitio web
- Aumentar sus ventas en un 400% y reducir la tasa de devoluciones de 20% a menos de 0.5%

## Un mundo sin gestión de datos maestros

Imagínese cómo las empresas mencionadas anteriormente habrían manejado sus desafíos y oportunidades sin un MDM. Probablemente hubiese sido un proceso complicado, arduo y lento.

Consideremos un problema que afecta los ingresos de muchas empresas. En un estudio reciente de Harvard Business Review, se encontró que **solo el 3% de los datos de las empresas cumple con los estándares básicos de calidad**. Y según IBM, el costo de los datos de mala calidad es asombroso: **\$3.1 trillion** cada año solo en los Estados Unidos. Posiblemente el peor tipo de datos de mala calidad es la información que tiene sobre sus clientes. ¿Por qué? En comparación con un cliente nuevo que realiza su primera compra, sus clientes existentes tienen de cuatro a ocho veces más probabilidades de volver a comprarle.

Datos deficientes de sus clientes no sólo molestará a prospectos y compradores; los alejará de su marca, afectará sus ventas, ganancias y reputación.

*Solo el 3% de los datos de las empresas cumple con los estándares básicos de calidad*

Por ejemplo, el uso de datos deficientes de cliente puede resultar en:

- Enviar un correo electrónico que incluya un nombre u otros datos personales incorrectos
- Ofrecer descuentos irrelevantes basados en el historial o geografía de compras incorrectos
- Enviar dos veces una oferta por correo electrónico a la misma persona

Con un MDM, nada de esto sucederá. Cada cliente tendrá un registro dorado reconciliado a partir de todos sus datos existentes, sin importar dónde fueron capturados o conservados.

Con datos de calidad de sus clientes, su empresa tendrá la información que necesita para:

- Confiar en que los correos electrónicos de clientes incluyen los detalles correctos
- Enviar ofertas relevantes a clientes potenciales adecuados
- Enviar comunicaciones a los clientes correctos

## Conclusión

Liderar la transformación digital, entregar productos superiores y satisfacer las crecientes demandas de sus clientes nunca ha sido tan importante. Requiere de un enfoque flexible e integral que comience con datos pero termine con resultados de negocio. Ese es el papel del MDM. Le permite reemplazar costosos métodos manuales de gestión de datos, eliminar silos de información y mejorar sus procesos.

El MDM ayuda a llevar el producto adecuado en el momento indicado a la persona ideal en el canal correcto. Crea una visión completa y detallada del cliente, un registro de 360° para ofrecer las experiencias que sus consumidores esperan. Además, el MDM se amplía para incluir múltiples dominios; productos, clientes, tiendas/ubicaciones, empleados, proveedores, activos digitales y mucho más.

Su empresa puede aprovechar el MDM para desarrollar nuevos modelos de negocio y procesos donde la interacción entre sistemas sea un requisito previo. También puede entregar información operativa a cada punto de la organización. En última instancia, usted podrá tomar mejores decisiones más rápido, reduciendo costos y aumentando su retorno de inversión con un MDM.

Para obtener más información sobre los beneficios de un MDM visite [stibosystems.com/es](https://stibosystems.com/es)

### Acerca de Stibo Systems

Stibo Systems, empresa de gestión de datos maestros, es la fuente confiable de MDM. Nuestras soluciones son la fuerza motriz de las empresas con visión de futuro en todo el mundo que han liberado el valor estratégico de sus datos maestros, lo que las empodera para mejorar la experiencia del cliente, impulsar la innovación y el crecimiento, y crear una base esencial para la transformación digital. Ofrecemos a las organizaciones la transparencia que requieren y desean - una vista única y precisa de sus datos maestros - para que puedan tomar decisiones informadas y lograr objetivos de escala, alcance y ambición. Stibo Systems es una filial privada del grupo Stibo A/S, fundada en 1794, y tiene su sede en Aarhus, Dinamarca. Para obtener más información, visite [stibosystems.com/es](https://stibosystems.com/es).