1ª Guía de referencia para empresas que quieren conocer, evaluar y adoptar soluciones.

IDG

DELFOS RESEARCH

¿Cuál es la oferta existente en España para el desarrollo de una estrategia de datos por parte de las empresas?

El grupo de comunicación IDG y los analistas de mercado de Delfos Research lanzan la primera guía que aglutina a todas las empresas con oferta en este ámbito.

Oferta para una estrategia de datos:

En el desarrollo de sus estrategias de datos las empresas pueden capturar, procesar, almacenar, analizar y vender los datos con el objetivo de mejorar la toma de decisiones, aumentar la eficiencia operativa, investigar y explorar datos, y/o crear productos o servicios de datos.

A efectos de esta guía los proveedores pueden ofertar sus productos o servicios en uno o varios de los siguientes segmentos:

Business Intelligence: Comprende estrategias, tecnologías y sistemas para mejorar la toma de decisiones como Reporting, OLAP, Cuadros de Mando, Balanced Scorecard, Scoreboards, Data Visualization, Data Storytelling, y similares.

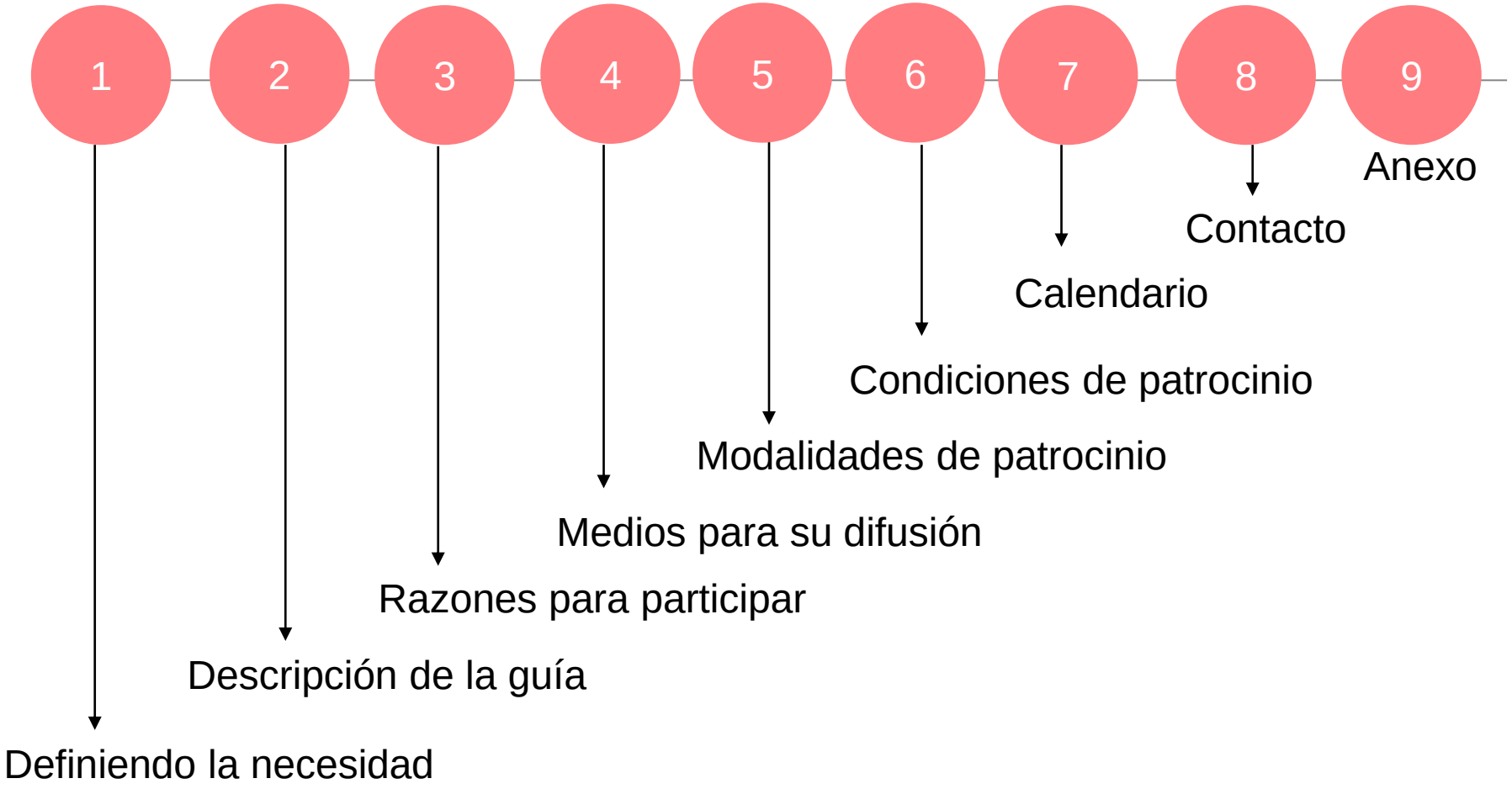
Data Analytics: Comprende estrategias, tecnologías y sistemas para el análisis avanzado de datos para identificar patrones y predecir comportamientos como Data Mining, Text Mining, Machine Learning, Inteligencia artificial, Sistemas cognitivos y similares.

Big Data: Comprende estrategias, tecnologías y sistemas para el procesamiento de datos complejos como batch processing, streaming processing, NoSQL, HPC, MPP, In-Memory y similares.

Data Management: Comprende estrategias, tecnologías y sistemas para la gestión del dato incluyendo Data Governance, Data Quality, Data Warehouse, Master Data Management y similares.

Data Brokerage: Comprende estrategias, tecnologías y sistemas que permiten la venta a terceros de datos previa alguna o todas las siguientes acciones: captura, filtrado, agregación, transformación o análisis.

Índice


1
2
3
4
5
6
7
8
9
Anexo
Contacto
Calendario
Condiciones de patrocinio
Modalidades de patrocinio
Medios para su difusión
Razones para participar
Descripción de la guía
Definiendo la necesidad

1

Definiendo la necesidad

Las empresas españolas han comenzado la orientación a datos de sus negocios.

2015 marca un punto de inflexión en el mercado y comienza una adopción masiva.

El ritmo de innovación de la oferta es muy rápido, resulta difícil para los usuarios estar al día de la oferta existente.

Sólo en los dos últimos años se crearon mas 150 empresas enfocadas a este mercado.

Evolución del número de proveedores tecnológicos con oferta para el desarrollo de una estrategia de datos.

ESTRATEGIA DE DATOS

2.1

Descripción de la Guía (I)

La guía es el punto de referencia para cualquier empresa que quiera, en el desarrollo de su estrategia de datos, conocer tanto la oferta existente como las principales tendencias del mercado.

Los contenidos de la guía cubrirán:

- Análisis de situación del mercado español.
- Identificación de las principales tendencias del mercado.
- Proposición de valor de los principales proveedores.
- Directorio de proveedores con datos básicos de su actividad.

2.2 Descripción de la Guía (II)

Formato electrónico y organizada en secciones:

Sección 1. Presentación de la guía por parte de IDG y Delfos Research.

Sección 2. Tribunas patrocinadas en las que se desarrollan las principales tendencias del mercado. Algunos ejemplos:

– Virtualización del dato
– Data lakes
– Data story telling

Cada uno de los temas tratados en las tribunas serán desarrollados por un máximo de dos empresas.

Sección 3. Directorio de proveedores con los perfiles tanto básicos como destacados. En esta sección se intercalarán anuncios y se ordenará el directorio de acuerdo a los siguientes bloques:

– Data management
– Business Intelligence
– Data analytics
– Big Data
– Data brokerage
– Proveedores globales

Los proveedores tienen la potestad de elegir en qué categoría se posicionan. Sólo aparecerán en una única. Por otro lado, se habilita la categoría de proveedor global para aquellos proveedores con oferta en al menos 3 categorías.

3

Razones para participar

Los proveedores con oferta de productos y servicios dirigidos al desarrollo de una estrategia de datos por parte de las empresas españolas ahora tienen la oportunidad de estar presentes en la guía para:

- Ganar presencia en la fase de exploración de los clientes.
- Mostrar liderazgo de pensamiento.
- Dar a conocer su oferta y posicionamiento en el mercado.
- Incrementar posibilidades de entrar en la fase de evaluación de los clientes.
- Construir Imagen de marca.

Medios de difusión

La promoción de la guía se realizará a través de los siguientes medios:

- Distribución junto con la edición de la revista digital ComputerWorld del mes de Enero de 2016.

- Alcance a una base de datos de más de 45,000 contactos

- Newletters profesionales: CW, CIO, NW, DW, PCWpro

- En formato noticia en los sites profesionales de IDG

- Botón fijo en CW, CIO, NW (dos meses)

- Difusión en redes sociales (twitter, linkedin) más de 60,000 followers.

- Video promocional de la guía alojado en IDGtv por un año y difundido durante dos ,meses por los sites de IDG vía banners con formatos de gran impacto

5

Modalidades de patrocinio

Modalidades		Contenidos	Descripción
Perfil básico	La guía recoge de oficio todas las empresas con oferta en España clasificadas de acuerdo a una taxonomía. **Gratuito**	Datos básicos de la empresa, orientación de la oferta, mercados objetivo (*) ver anexo	Formato estructurado e igual en todas las empresas.
Destacado	Los proveedores tienen la posibilidad de ampliar el contenido del perfil básico incluyendo áreas de especialización. **Con cargo**	Valor diferencial de la empresa: Solución “best of breed”, conocimiento del negocio, etc. (**) ver anexo	Extensión de1000 caracteres sin espacios en blanco. Desarrollado por cada proveedor
Tribunas	Artículos de opinión dirigidos a persuadir o educar a la audiencia sobre la adopción de las principales tendencias del mercado. **Con cargo**	Temáticas: Data Lakes, Big data cloud / Virtualización del dato, análisis predictivo, Data story telling, etc. (**) ver anexo	Extensión de 5000 caracteres sin espacios en blanco. Desarrollado por cada proveedor
Anuncios	Inserción de anuncios **Con cargo**	Lanzamiento de productos / Eventos / etc.	El formato podrá incluir videos, links, texto etc.

ESTRATEGIA DE DATOS

6

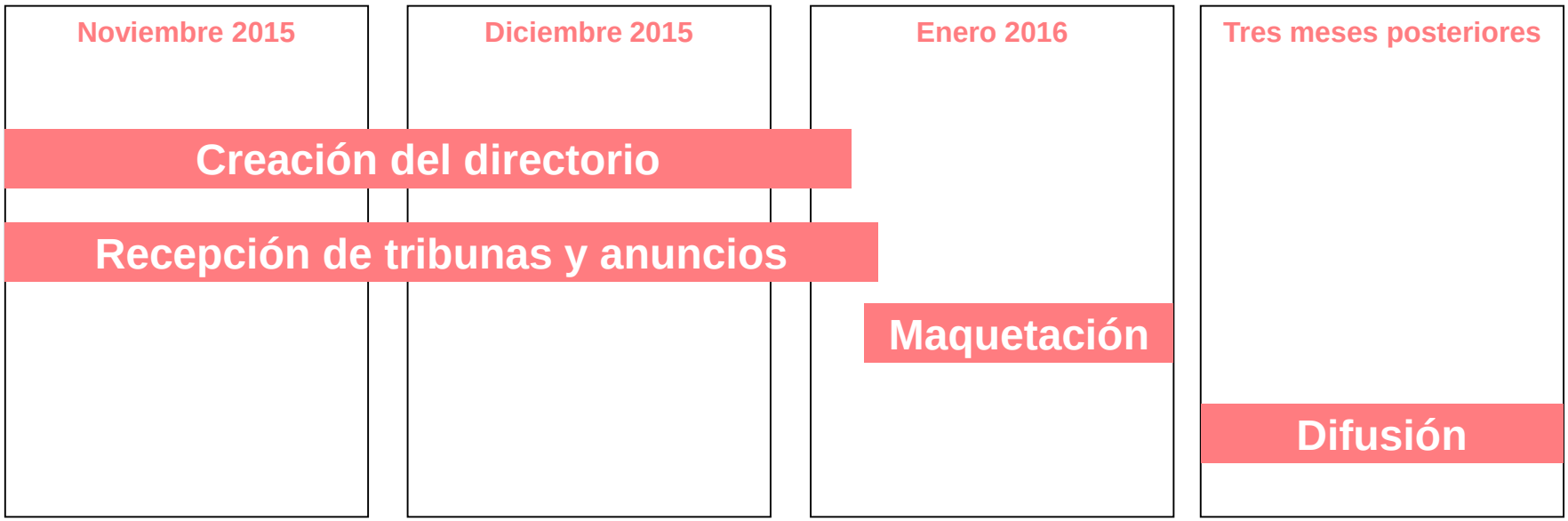
Condiciones del patrocinio

Opción	Básico	Destacado	Tribunas	Anuncios	Precio Unitario
Básico	X				Gratuito
Ganar Presencia	X	X			500 €
Liderazgo Pensamiento	X		X		1.875 €
Ganar Relevancia	X			X	1.400€
Pack 1	X	X	X		2.220 €
Pack 2	X		X	X	2.620 €
Pack 3	X	X		X	1.520 €
Pack 4	X	X	X	X	3.500 €

Otras combinaciones precio ad-hoc

ESTRATEGIA DE DATOS

Calendario



Creación del directorio: Se enviará un cuestionario a todas las empresas para cumplimentar los datos del perfil básico. En caso de no cumplimentarse por parte del proveedor se realizará de oficio por parte de los analistas de Delfos Research.

Recepción de tribunas: Los proveedores que opten por escribir una tribuna deberán enviarla antes de que finalice 2015. Una vez recibida los analistas de Delfos Research realizarán una revisión de la misma y, si procede, enviarán sugerencias de mejora.

Maquetación: Todos los contenidos serán agregados y maquetados. El directorio de empresas se estructura en bloques. Los proveedores aparecerán en un único bloque y serán ordenados por orden alfabético.

Difusión: La difusión se realizará durante los tres meses posteriores a su lanzamiento.

Contacto

Contacto Comercial:
Julio Benedetti
MK Services Sales Director IDG
jbenedetti@idg.es
+34 600 52 35 06

Contenido:
Fernando Maldonado
Principal Analyst Delfos Research
Fernando.maldonado@delfosresearch.com
+34 639 21 50 29

Anexo I: Perfil básico y destacado

Ejemplo ilustrativo: ficticio

Perfil básico

DELFOS RESEARCH

Datos de contacto	Sectores objetivo	Orientación de la oferta
Presencia geográfica	Departamentos objetivo	Modelo de entrega
Empleados	Tamaño de empresa objetivo	

Pinche aquí para ir al cuestionario

Destacado

Propuesta de valor:
La oferta de [proveedor] cubre la necesidad de los departamentos de operaciones de realizar una planificación "adaptativa", estableciendo un equilibrio dinámico entre capacidad, inventario y demanda. El creciente auge de Internet de las cosas requiere una mayor capacidad analítica para analizar datos en tiempo real. La aproximación de [proveedor] permite a las empresas beneficiarse de …

Valor diferencial:
La experiencia acumulada de [proveedor] con más de x proyectos en este ámbito junto con su conocimiento del negocio de sus clientes son los principales factores diferenciales. En los proyectos no sólo participan arquitectos y científicos del datos sino también expertos en reingeniería de procesos…

Anexo II: Temáticas tribunas

A continuación, solo con fines ilustrativos, una lista de posibles temáticas:

- Data lakes
- Big Data Cloud
- Analítica predictiva
- Sistemas cognitivos
- Deep learning
- Machine learning
- Virtualización del dato
- Visualización
- Algoritmos y modelos de datos

- Monetización de datos
- Data Sharing
- Data Story telling
- Big data security
- Data Science as a Service
- IoT Analytics
- Customer analytics
- Agricultura de precisión

Abierto a sugerencias

ESTRATEGIA DE DATOS