

0.0

Comentarios (0)

Santiago Martínez Vela

Bogotá, Colombia
Conferencista | Docente

País de residencia: Colombia

Nacionalidad: Colombia

Idiomas: Español, Inglés

Áreas de conocimiento

Inteligencia Artificial, Conocimiento del cliente, Data Driven Marketing.

Descripción del perfil

Administrador de Empresas, Máster en Dirección Comercial y Marketing, Universidad de Barcelona. Más de 20 años trabajando en Investigación Centrada en el Cliente, a través de analítica de indicadores de desempeño en la entrega de valor, como índices de lealtad y satisfacción, además de algunos de uso generalizado como el NPS (Net Promoter Score) y el CES (Customer Effort Score). Líder en procesos de transformación digital basados en tecnología cognitiva e inteligencia artificial. Creador de CognoSight, un servicio cognitivo que segmenta y perfila a los clientes directamente desde la voz, textos y otra información no estructurada basado en Watson de IBM. Estudios en Investigación de Mercados Avanzada con la Universidad de Georgia, Terry College of Business e Índices para la Gerencia del Servicio, Cambridge University, UK

Conferencias, Cursos o Talleres

Evolucione el conocimiento de su cliente con inteligencia artificial

De 1 Hora a 2 Horas

Conozca las posibilidades que existen de utilizar IA para analizar información no estructurada y así lograr nuevo conocimiento de su cliente.

Aplicando Tecnología al desarrollo de sus negocios

De 1 Hora a 2 Horas

¿Cómo articular tecnología a objetivos de negocio?

Segmentación de clientes con tecnología cognitiva

De 1 Hora a 2 Horas

Acerquemos la IA a problemas de negocio reales y entendamos a los clientes más allá de sus transacciones.

Experiencias

CEO - Founder

INDICES

1998 - Actual

Docente

Universidad Javeriana

2000 - Actual

Docente

Universidad Externado de Colombia

2015 - Actual

Docente

Universidad de La Sabana

2005 - Actual

Director de Mercadeo

Proyectos e Inversiones Turíticas

1996 - 1998

Gestor Centro de Información

UNDP

1994 - 1996

Estudios

Master en Dirección Comercial y Marketing

Universidad de Barcelona

2005

Administrador de Empresas

Universidad Javeriana

1995

Libros

Innovación en la Investigación de Mercados

Este libro está dirigido a lectores interesados en la investigación de mercados, ofrece una ruta que muestra diversos conceptos y aplicaciones de la investigación, con técnicas innovadoras y enfoques tradicionales evolucionados que se complementan para obtener hallazgos representativos y relevantes en el camino del descubrimiento del cliente y del mercado como foco de negocio. Los autores analizan la investigación de mercados, repiensan sus métodos y progresos, guiando al lector en el proceso de compresión moderno que permite concluir sobre un cliente de manera holística. El nuevo panorama de la investigación de mercado y su planteamiento, la investigación cuantitativa, la infoportunidad, la investigación cualitativa, las técnicas proyectivas, la etnografía, el despliegue de la información, la investigación de mercado en línea y la ética en investigación de mercado son temas desarrollados por los autores desde la innovación. Es útil para los profesionales de profesionales de mercadeo, en áreas de administración de empresas y ciencias afines, y como material de referencia a estudiantes en estas mismas disciplinas. Es una herramienta útil para el emprendimiento de nuevas empresas, por lo que será adecuado para procesos empresariales en creación o rediseño de negocios con base en innovación y el

conocimiento de los clientes. Toda la información está estructurada de manera lógica, con el objetivo de que el lector no pierda detalle de lo consultado, se desarrolla de una forma accesible para el lector.

Artículos

Los Insights más poderosos del cliente provienen de su información no estructurada

Los Insights más poderosos del cliente, provienen de agregar datos no estructurados a su analítica.

https://www.linkedin.com/pulse/los-insights-m%C3%A1s-poderosos-del-cliente-provienen-de-su-martinez-vela/

La experiencia del cliente es la métrica que cualquier negocio debe tener.

En el Cloud Expedition 2017 de IBM, Santiago Martinez, managing Partner de Indices S.A., expuso tres aspectos que se deben tener en cuenta con la nube.

https://www.larepublica.co/empresas/la-experiencia-del-cliente-es-la-metrica-que-se-debe-tener-en-cualquier-negocio-2572202

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/santiago-martinez