

Los datos y la toma de decisiones fueron los protagonistas en la feria ERP, CRM & BI

- Estas jornadas pusieron el foco en la era de la transformación digital a través de los sistemas de control de la información.

En este evento, donde hubo conferencias simultáneas en las que se habló de cómo la tecnología se ha convertido en la impulsora de la actividad empresarial, los expertos dieron las claves para que las nuevas herramientas estén alineadas con el negocio.

Para poder tomar decisiones hay que tener información

En la sala de ERP, la mirada estuvo puesta en la gestión de los cambios desde la dirección de las empresas. Se trataron temas como la flexibilidad de los proyectos, la falta de comunicación en la cadena de suministro, la inversión en tecnología, así como las funciones de los departamentos financieros. Carlos Meléndez, Director de Administración y Riesgos en LOXAMHUNE, argumentó que *“la información debe ser relevante y justa, ya que su exceso lleva a la desinformación”*.

La medición como eje fundamental de la estrategia

En la sala de CRM, los marketinianos se centraron en la experiencia de cliente, la gestión omnicanal, las bases de datos de calidad y la personalización de las campañas. Pedro A. Muro, Adjunto a Dirección del Grupo Sesaelec, destacó las diferencias entre usar o no CRM, *“si lo utilizas, ahorras tiempo y gestionas mejor el restante, la única forma de convencer a la gente es a través de los resultados”*, concluyó.

El dato y su relación con el mundo real

Esta edición contó con una gran novedad, una sala temática dedicada al Business Intelligence. La importancia de sacar la información en torno al dato fue uno de las grandes cuestiones que abordaron los ponentes junto al público. *“Es inútil tener mucha información con datos mal ordenados y conectados, las empresas tiene que analizar primero qué necesita cada departamento”*, explicó Eduardo Sánchez, CO-Founder y CDO en El Arte de Medir.

Trending Topic en las Redes

El evento se convirtió a media mañana en *tendencia* en Madrid con el hashtag **#FeriaERP CRM & BI**. Además, se alcanzaron **2 millones de impresiones** en Twitter* a lo largo del día del evento y más de 800 tuits entorno a este hashtag. (*Fuente: Tweet Binder)

Mucha participación en las Salas Demos y la zona de exposición

Las Salas Demo se celebraron de manera paralela a los coloquios, donde los inscritos probaron las soluciones para conocer de primera mano cuáles eran las necesidades tecnológicas más afines a sus negocios. **En la sala de exposición, se creó un ecosistema heterogéneo donde se dieron cita más de 30 sponsors**, entre los que había primeras marcas del mercado tecnológico, desarrolladores locales y multinacionales de tamaño medio.