



Nuestra metodología

En Singular Targeting no improvisamos. El éxito de tu empresa no depende de que alguien tenga un “brillante momento de intuición” (esa receta que lleva al desastre en el 95% de las ocasiones, aunque nos guste tanto ver películas sobre el 5% restante).

Nuestra metodología es sistemática, fiable, probada y rigurosa.
Por eso nos comprometemos con los resultados.

singular

En Singular Targeting no creemos en la **estrategia** en vacío, sino **orientada a objetivos concretos que puedan ser medidos con indicadores fiables.**

- ¿Tu empresa necesita generar demanda para un nuevo producto?
- ¿Transformar fuentes de costes como la impresión de facturas en generadores de ingresos?
- ¿Aumentar la fidelización?
- ¿Reducir la rotación de tus empleados?
- ¿Aumentar el *upselling* o el *crosselling* en tus operaciones de ventas?

Damos un objetivo. Te devolveremos resultados, no palabras.

2. Análisis de producto, mercado y pasillos de cliente y empleado

Aunque probablemente ya sepamos mucho sobre tu sector, no es suficiente para nosotros. **Para ayudarte a ser relevante en el mercado no sirve la intuición.**

- Investigamos en profundidad tu sector y las condiciones de contorno de tu mercado.
- Revisamos todo tu portfolio de productos/acciones de RRHH y cómo encajan en el mercado.
- Diseccionamos la cadena de valor de tu empresa para encontrar tus fortalezas y debilidades.
- Determinamos los *touchpoints* de clientes y empleado.
- Confirmamos que la cultura de tu empresa está alineada con tus objetivos.

Tu empresa tiene mucho conocimiento acumulado a su alcance, pero está disperso entre tus empleados, directivos, proveedores y clientes.

Singular Targeting agrupa toda esa información y le confiere sentido para que tomes mejores decisiones de negocio.

3. ¿Qué información te falta?

La mayoría de los negocios que fracasan lo hacen porque ignoran quién y cómo es realmente su persona (cliente o empleado) objetivo.

Las técnicas de Big Data y Business Intelligence nos ofrecen la posibilidad de acumular millones de datos de los clientes actuales o potenciales y de los empleados de tu empresa. Son herramientas de primer orden, que sin embargo, **tienen sus límites y que aplicadas de forma convencional solo permiten acceder al 20% de los datos personales necesarios**. Estos son algunos de los problemas que presentan:

- **Baja calidad de los datos.** Muchos son falsos o están anticuados (piensa en todas las ocasiones en las que has creado un perfil falso en Internet o en los correos publicitarios que llegan a esa cuenta de correo que ya no usas, por ejemplo).
- **Irrelevancia de los datos existentes.** A menudo, gran parte de la información de la base de datos no sirve para nada de cara a tu próximo objetivo de negocio. La información que te dio tu cliente al comprarte un seguro de hogar hace tres años no te va a servir de mucho si quieres venderle un fondo de inversiones el mes que viene.

- **Ausencia de datos determinantes para el éxito del objetivo de negocio.** Incluso las más avanzadas técnicas de Big Data se estrellan contra una realidad: la gente no quiere dar información sensible a cualquiera sin una razón, y de hecho hará lo posible por ocultarla o bien la falseará.

Nosotros **auditamos la información que existe actualmente en tus bases de datos**, determinamos su calidad de cara al objetivo de negocio propuesto y detectamos qué datos que aún no tienes necesitas para conocer realmente a tu cliente.

Singular Targeting da auténtico valor a tu inversión en Big Data y Business Intelligence.

Datos del cliente
relevantes para el
negocio

Las técnicas de Big Data y
Business Intelligence solo
acceden al 20% de la
información relevante para tu
objetivo de negocio.

80%

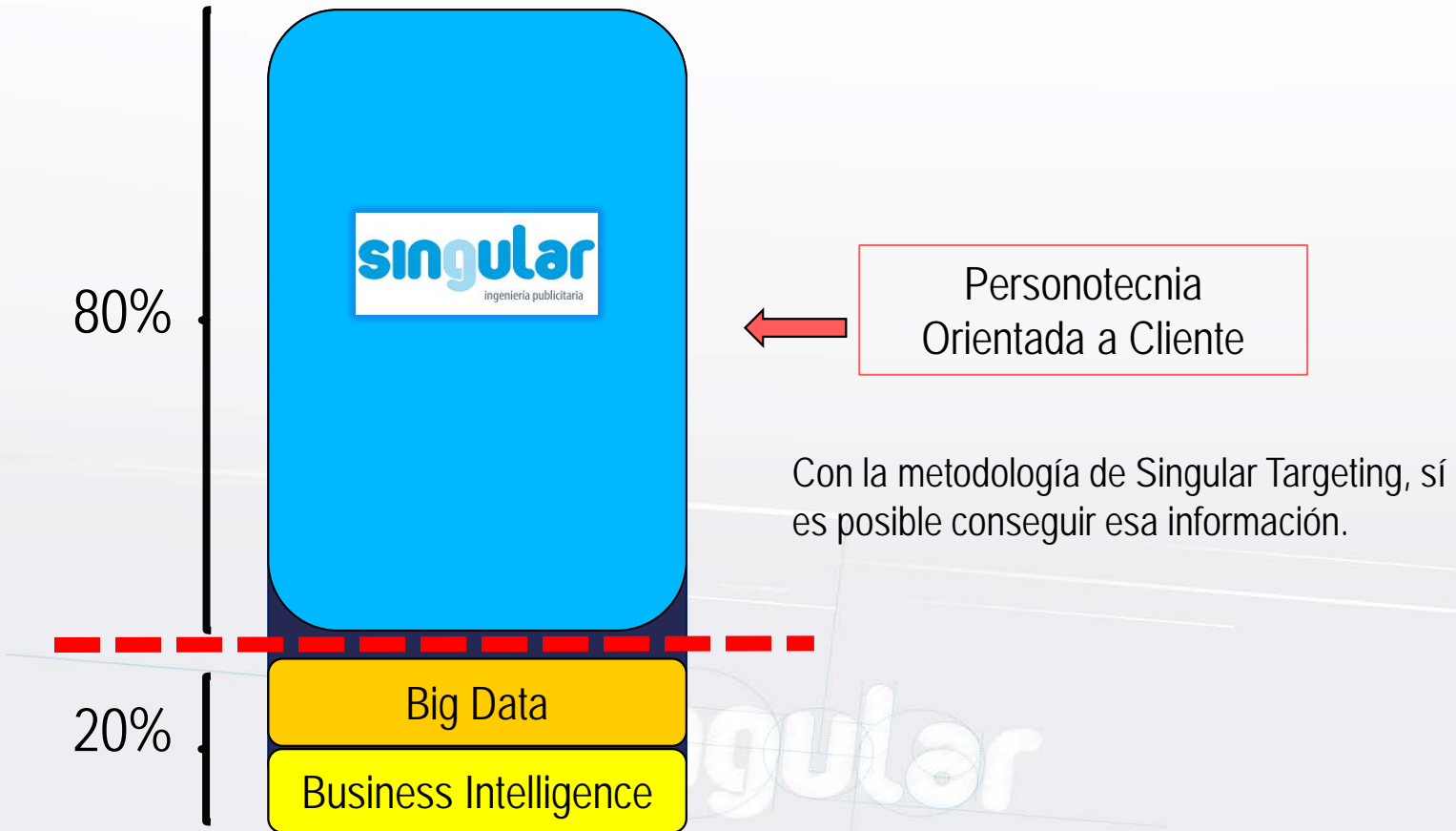
Datos del cliente
relevantes para el
negocio

Hay un 80 % de datos
personales a los que no se
puede llegar por medio de
estas técnicas utilizadas del
modo convencional.

20%

Big Data

Business Intelligence



La Personotecnia es la disciplina que permite a una empresa conocer a su cliente o empleado y dirigirse a él o ella de la forma más adecuada para conseguir su atención y confianza. Singular Targeting es la empresa pionera en la aplicación de la Personotecnia Orientada a Cliente y Empleado, una de cuyas principales aplicaciones es conseguir ese 80% de datos relevantes que no son accesibles por medios convencionales.

Uno de los principios de la Personotecnia es que **los individuos estamos dispuestos a proporcionar toda la información que nos soliciten, si y solo si:**

- a) Nos ofrecen una **propuesta de valor** atractiva y personalizada a cambio de esa información.
- b) Tenemos una **relación de confianza** con el receptor.
- c) Tenemos la sensación de que **controlamos el uso y existencia de esos datos**, que solo serán utilizados en nuestro favor.

Si necesitas un ejemplo de aplicación de estos principios, piensa en **la relación con tu médico**. Puedes llegar a darle información muy íntima, pero solo si percibes que gracias a ella te dará el mejor tratamiento, que no va a usarla para otro propósito y que tienes control sobre con qué terceros va a compartirla. Conseguir esa relación de confianza no es algo trivial en absoluto, sino un proceso delicado que requiere de especialistas.

Singular Targeting diseña procesos de **Intercambio Positivo de Datos con tus clientes y empleados** que cumplen las tres condiciones de la Personotecnia, gracias al cual podrás acceder a ese 80% de datos relevantes ocultos que completarán ese 20% que ya posee tu compañía a través de sistemas de Big Data y Business Intelligence.

Dispondrás de perfiles de cliente y/o empleado precisos, relevantes y orientados a negocio que te permitirán obtener una ventaja competitiva auténtica y duradera.

Cada decisión que tomamos las personas a la hora de comprar un producto, prestar atención a una publicidad, renovar un contrato o adoptar una tecnología **dependen de los valores de ciertos atributos clave**, distintos para cada individuo y circunstancia.

La innovadora metodología de Singular Targeting, basada en Personotecnia y Orientación a Cliente, determina cuáles son esos atributos relevantes para tu objetivo de negocio y pone en marcha procesos de Intercambio Positivo de Datos para obtenerlos.

Una vez recogidos los valores de esos atributos, los agrupamos en vectores personotécnicos sensibles a distintos modos de comunicación y propuestas de valor y levantamos con ellos un **Human Data Model, una arquitectura de información personal que:**

- Permite tomar decisiones de negocio basadas en datos fiables, relevantes y actuales.
- Pone de relevancia las características esenciales que necesita la Propuesta de Valor de tu compañía para tener éxito.
- Crece y se sofisticada con cada interacción con el cliente.

- Es reutilizable para otros objetivos de negocio.

El **Human Data Model** no es un **CRM** (Customer Relationship Management) o **ERM** (Employee Relationship Management) **convencional**, aunque se alimenta de los mismos y a su vez los retroalimenta para potenciar su efectividad. Tampoco es una simple base de datos.

Es una **herramienta de toma de decisiones de negocio** flexible, sensible a los cambios del mercado y que supone una **ventaja competitiva** determinante en el mundo digital.

El HDM evoluciona y mejora en cada interacción. Cada vez conocerás mejor a tus clientes.

6. Adecuación del portfolio de producto/catálogo de acciones a los clientes o empleados *target*

La información de alta calidad gestionada por el Human Data Model es comparada con el **Portfolio de Productos** (en el caso de objetivos de negocio comerciales) y/o con el **Catálogo de Acciones de RRHH** (en el caso de objetivos de negocio enfocados a la plantilla). **Esto permitirá a tu empresa...**

...**Detectar** y descartar aquellos **productos o acciones** que no están orientadas a ningún perfil específico o nicho de mercado, y que por tanto tienen bajas probabilidades de éxito, con el consiguiente ahorro de costes y esfuerzos.

...**Sofisticar** aquellas **propuestas de valor** (productos, servicios o acciones de RRHH) que apelan a intereses reales de tu público objetivo, incrementando las ventas y reduciendo los costes.

...Crear **acciones publicitarias e informativas persuasivas** que serán atendidas y con alta probabilidad de compra, adopción de la acción, etc.

...Diseñar productos que cubran una **demanda que actualmente está desatendida**, abriendo nuevos mercados y nichos de negocio.

...Y, en resumen, adoptar una estrategia realmente competitiva y eficaz.

Nos comprometemos a obtener **resultados** concretos.

Para ello, acompañamos nuestras acciones de **indicadores de negocio (KPI's)** **específicos y fiables** para que tengas la certeza de que el proceso realmente ha tenido éxito.



En Singular Targeting no te ofrecemos datos. Te ofrecemos resultados de negocio.

