

David Tomás: “Para crear experiencias hiper personalizadas el Data Science es una apuesta segura”



Barcelona, 14 de marzo de 2019. Así de contundente ha sido uno de los mensajes de David Tomás, CEO de Cyberclick, emprendedor y business angel, durante la mesa redonda “Hiper personalización: caminando hacia el verdadero customer engagement”, celebrada ayer en el e-show de Barcelona.

Este año, la gran feria del e-commerce y del marketing digital ha puesto el foco en la transformación digital de las empresas. Entre las actividades programadas han destacado varios debates sobre la digitalización como la mesa redonda sobre la hiper personalización. En ella, Marc Lladó, product manager de Skyscanner, Adrià Carulla, cofundador de Promofarma, José Carlos Cortizo, cofundador de Brainsins y David Tomás, CEO de Cyberclick, han expuesto ejemplos concretos de hiper personalización. David Tomás, CEO de Cyberclick, ha apuntado la microsegmentación de Facebook. Si partes de una custom audience, Facebook te permite crear audiencias de tan solo 100 personas. La red social te ofrece, además, muchas opciones de segmentación, por ejemplo segmentar por comportamiento y quedarte únicamente con personas que hayan viajado durante la última semana. En Estados Unidos incluso se puede filtrar por ideología política, ingresos, gastos, tipología de coche (familiar, deportivo...) o tipología de familia (monoparental, con hijos...).

David Tomás ha apuntado también que “para crear experiencias hiper personalizadas el Data Science es una apuesta segura” y juega un papel fundamental en la toma de decisiones. La ciencia de datos nos permite obtener mucha información sobre nuestro rendimiento pero también sobre el comportamiento del usuario. Contar con especialistas en data science es imprescindible en cualquier equipo de marketing. Recientemente, Cyberclick ha ampliado su equipo de especialistas con la incorporación de Pep Canals. Este ingeniero de telecomunicaciones y doctor en fotónica descubrió el poder de los datos durante su doctorado en IFCO (The Institute of Photonic Sciences) y ahora empieza su trayectoria como analista de datos en Cyberclick.

Cyberclick siempre ha apostado por esta disciplina de la ciencia: fue una de las primeras agencias que formó un equipo especializado en este campo y ahora lo refuerza con la incorporación de Pep Canals al equipo ya existente. Además, este año patrocina la Data Analyst Masterclass, una curso que organiza Bcn Data Institute en colaboración con el Massachusetts Institute of Technology para formar a expertos en análisis de datos. Durante el curso, que se impartirá en Barcelona a partir del 29 de marzo, se profundizará en manipulación y extracción de datos, métricas de análisis, A/B testing, comportamiento del usuario y herramientas de analítica a partir de casos prácticos.

Sobre Cyberclick

Cyberclick es una empresa especializada en marketing y publicidad digital.

Acompañamos a nuestros clientes en la creación de su estrategia y la optimización de campañas de publicidad online, desde una perspectiva innovadora, analítica y científica y con compromiso en los resultados. Contamos con equipos especializados para cada área del marketing digital: SEM, Email Marketing, Social Ads, Inbound Marketing, Branded Content, Publicidad Nativa, Data Science, Auditoría de Publicidad y Formación In-Company.

Además, queremos demostrar que la excelencia sólo es posible con un equipo de personas felices. Cyberclick fue considerada, durante dos años consecutivos, como la mejor pyme para trabajar en España, según Great Place to Work.

Contacto de prensa

Tanit de Pouplana

tpouplana@cyberclick.net

(+34) 93 508 82 34 / 619 65 44 44