



La Cuarta Revolución Y La Transformación Digital

Madhu Natarajan, CEO & Co-Fundador, Odessa
Absobancaria

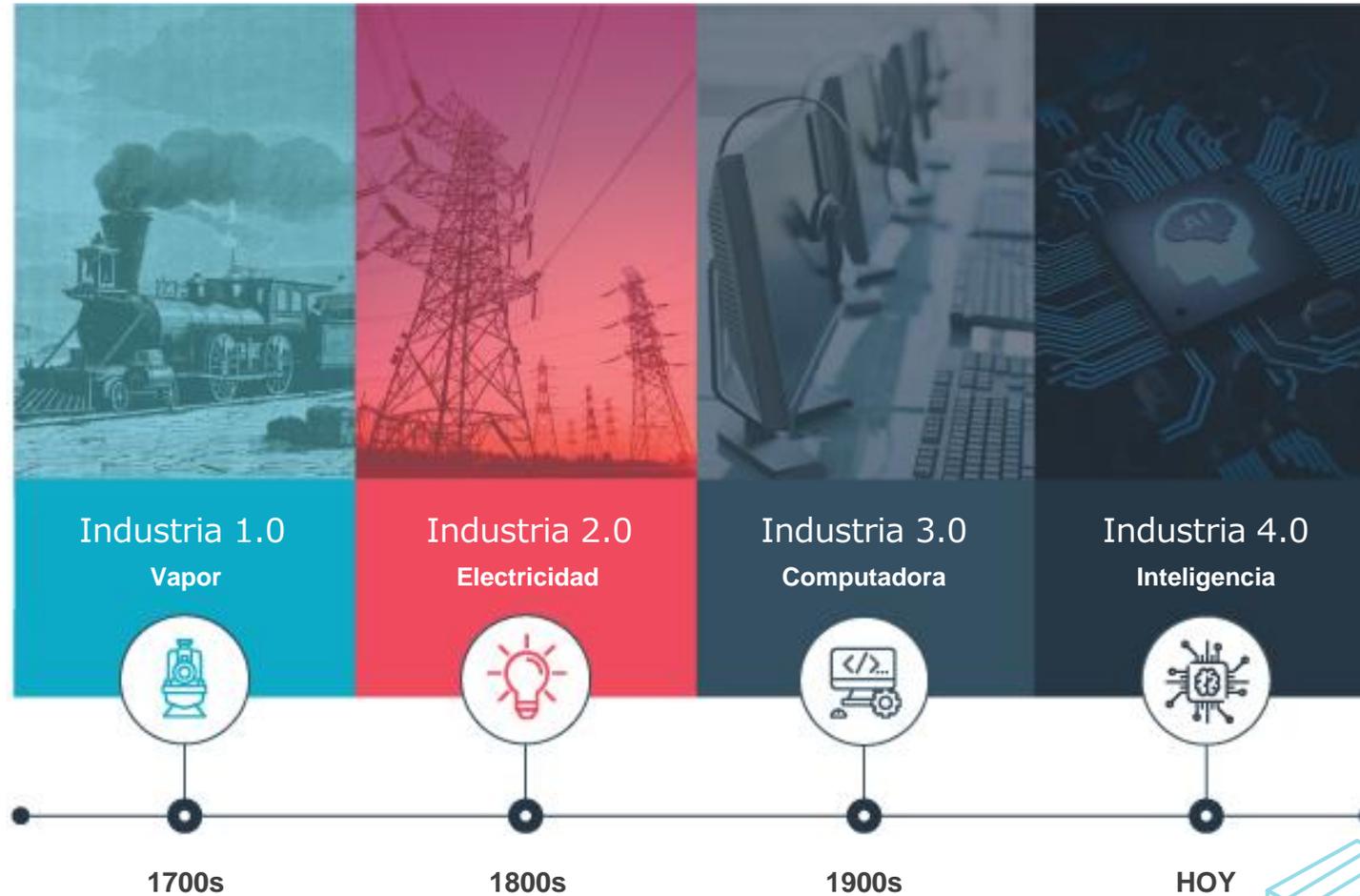


Transformación Digital

1. La evolución de la propiedad hacia la capacidad de uso
2. El paso de “análisis de datos” a la “ciencia de los datos”
3. La transformación de la experiencia del cliente



La Cuarta Revolución Industrial y La Transformación Digital



Primer Movimiento

La evolución de la propiedad
hacia la capacidad de uso



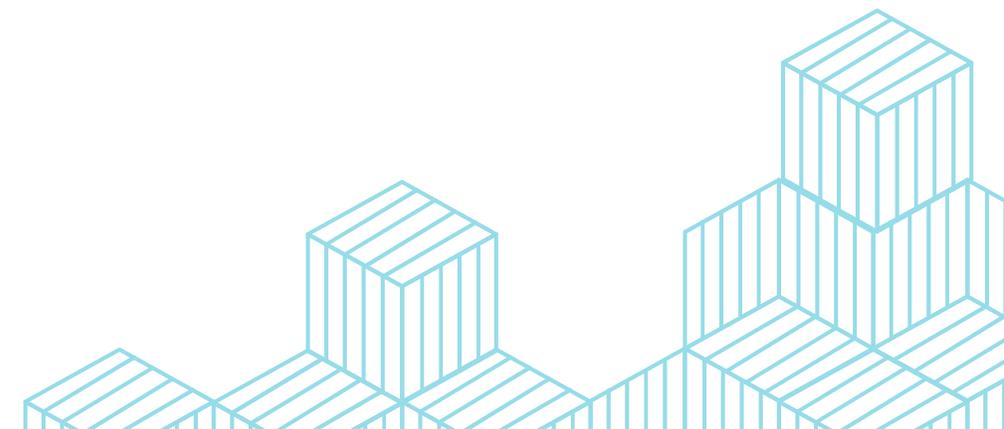
De la propiedad al uso

Los consumidores están dándole prioridad al acceso sobre la propiedad

- La demanda + oferta están más estrechamente integradas que nunca
- Baja tolerancia del consumidor con respecto a la complejidad asociada a obtener acceso
- La innovación tecnológica permite más medidas de uso

Impacto a la industria de Leasing de Equipos y Financiera

- Tradicionalmente, la financiación ha sido el 'producto'
- Ahora, el producto es la experiencia que permite el financiamiento



De la propiedad al uso

La jugada audaz de Adobe

- Los ingresos, costos, y ganancias eran estables
- Decidieron ser disruptivos consigo mismos para adaptarse a la demanda del consumidor
- Modelo de consumo basado en la suscripción, acceso ilimitado



Creative Suite
Cloud

>>

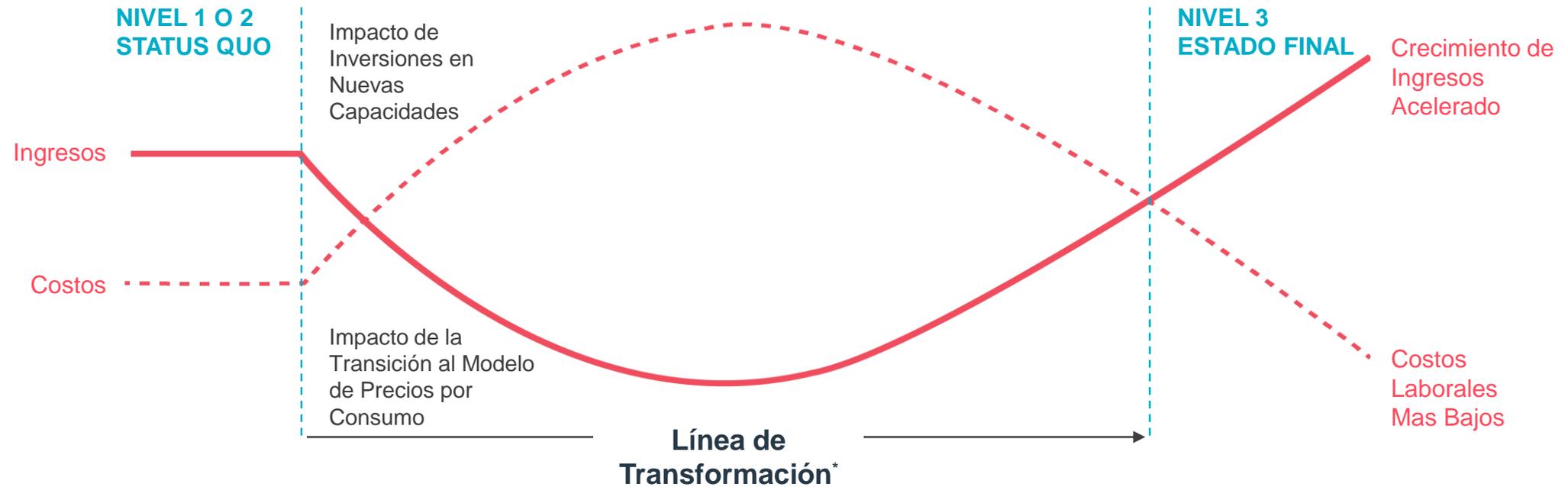


Creative

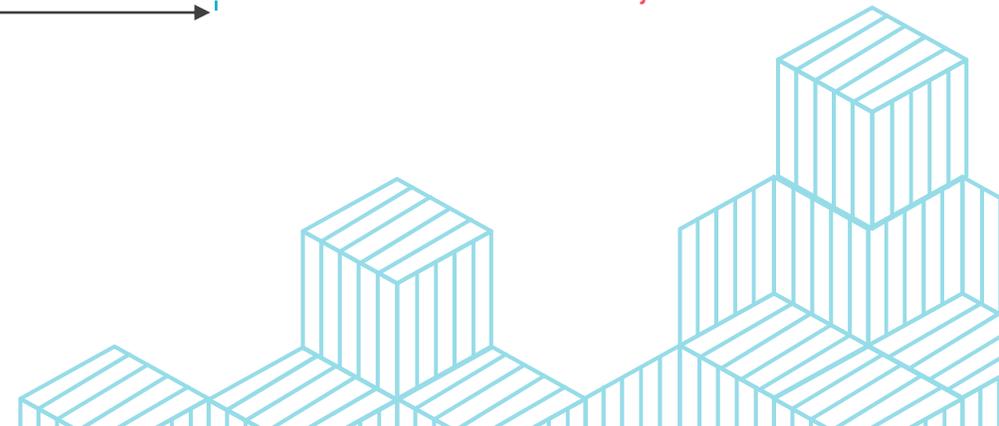


De la propiedad al uso

El Modelo del Pez



*Source: the Technology Services Industry Association



Segundo Movimiento

El paso de “análisis de datos”
a la “ciencia de los datos”



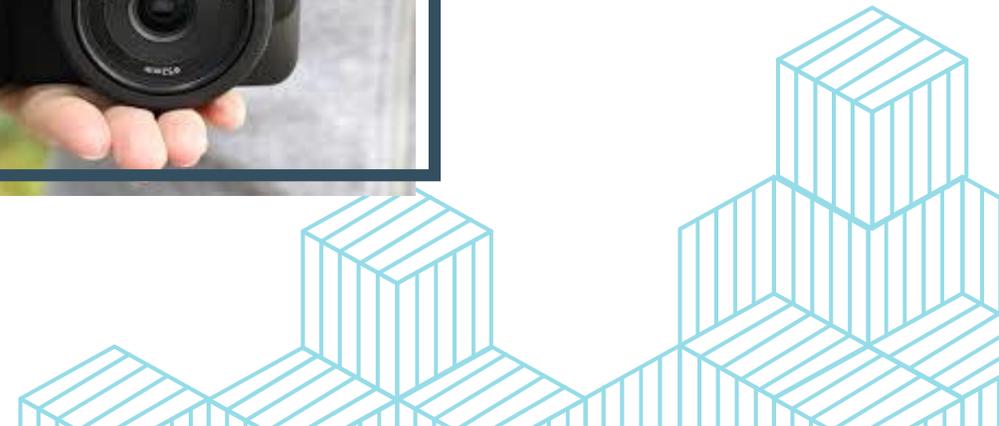
Detallando datos, el arco de inteligencia

Nuestra relación con los datos está cambiando

- La prevalencia de activos inteligentes genera el diseño de activos más inteligentes
- El análisis de datos se vincula directamente con mejoras de productos y servicios.

Los datos son el derivado y el combustible

- Estamos evolucionando del Análisis de Datos a la Ciencia de los Datos
- El dominio de los datos significa el dominio del mercado

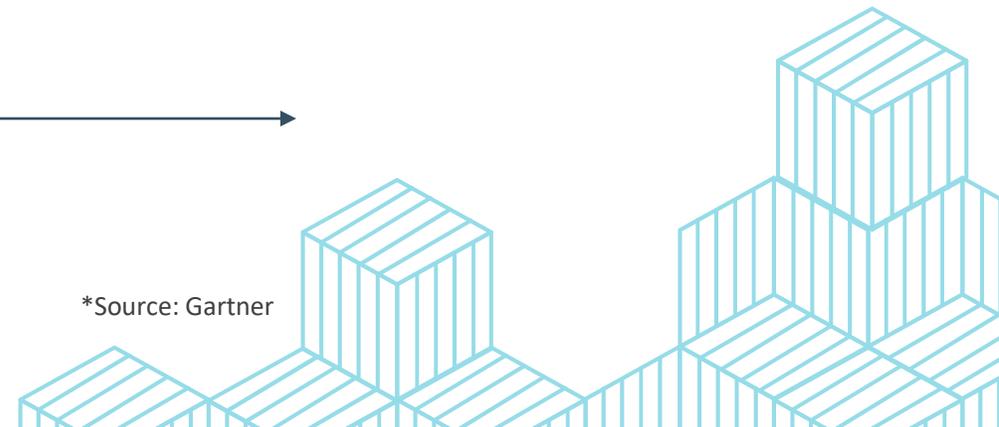


Detallando datos, el arco de inteligencia

Modelo de Información a Optimización



*Source: Gartner



Detallando datos, el arco de inteligencia

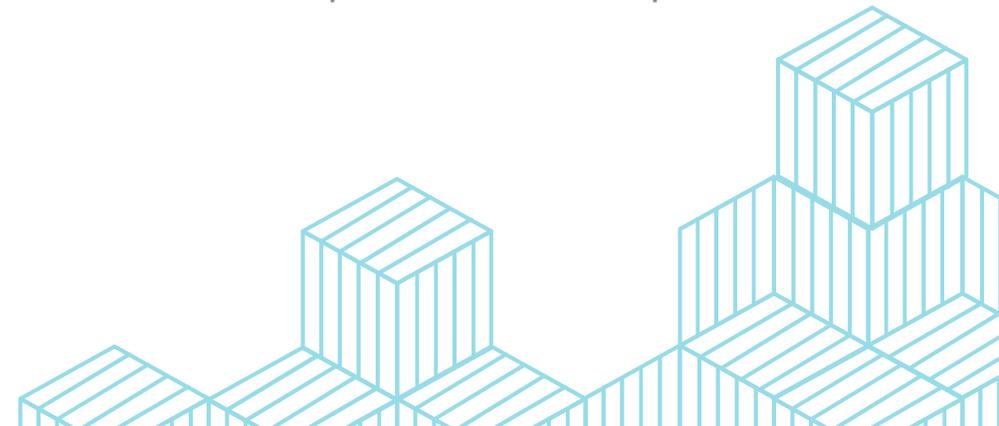
¿Cómo será el leasing de mañana?

¿Qué puedo predecir?

- La probabilidad de que mi cliente extienda el periodo regular del contrato y entre a un periodo extra
- ¿Cuánto usará mi cliente un activo específico?
- ¿Qué activos tienen alta probabilidad de ser devueltos a mitad de camino?

¿Qué puedo hacer con ese análisis?

- ¿Puedo mejorar el rendimiento de mi negocio?
- ¿Puedo incentivar a mis clientes para que hagan una devolución anticipada del activo y así poder revenderlos a un precio más alto?
- ¿Puedo modificar mis opciones de compra?



Tercer Movimiento

La transformación de
la experiencia del cliente



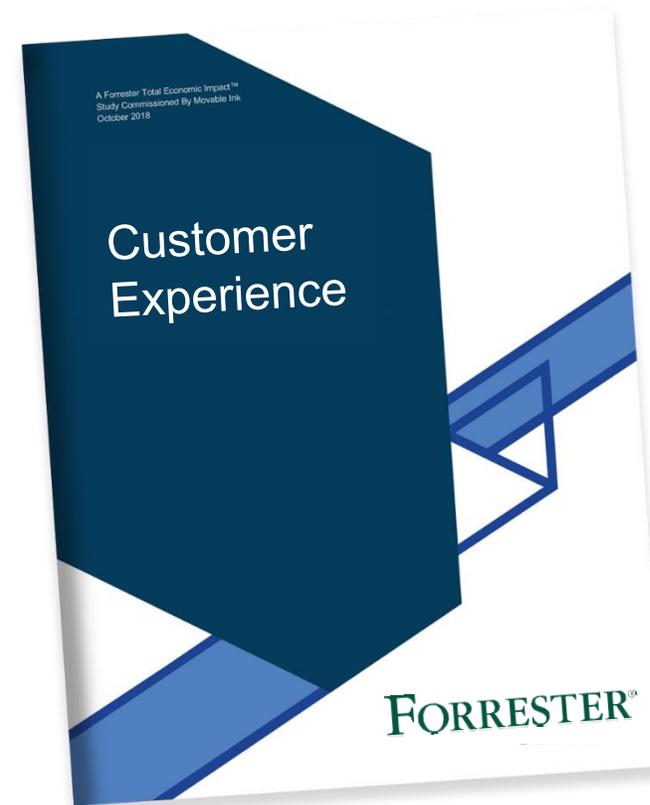
La era del cliente

La experiencia del cliente es Rey

- ¿Cómo es la experiencia de los clientes con su marca?
- Se trata de deleitar al cliente en cada interacción

Reporte Forrester sobre Experiencia del Cliente

- 120,000 consumidores "ranquean" 287 marcas
- La mayoría de las marcas fueron calificadas como "mediocres", con solo un 37% mejorando año-sobre-año



La era del cliente: Innovation Finance

La diferencia de la Innovation Finance

- Disrupción digital de la experiencia del arrendatario a través de procesos más rápidos
- Mejor gestión de relaciones y transparencia
- Misión de la Innovación: 'Crear la mejor experiencia posible para el cliente con una solución de financiación de equipos única'

A qué se asemeja esto?

- Mayor movilidad
- Tecnologías disruptivas: blockchain, reconocimiento biométrico



thank you

For more information, please visit: <https://www.odessainc.com>

thank you

For more information, please visit: <https://www.odessainc.com>