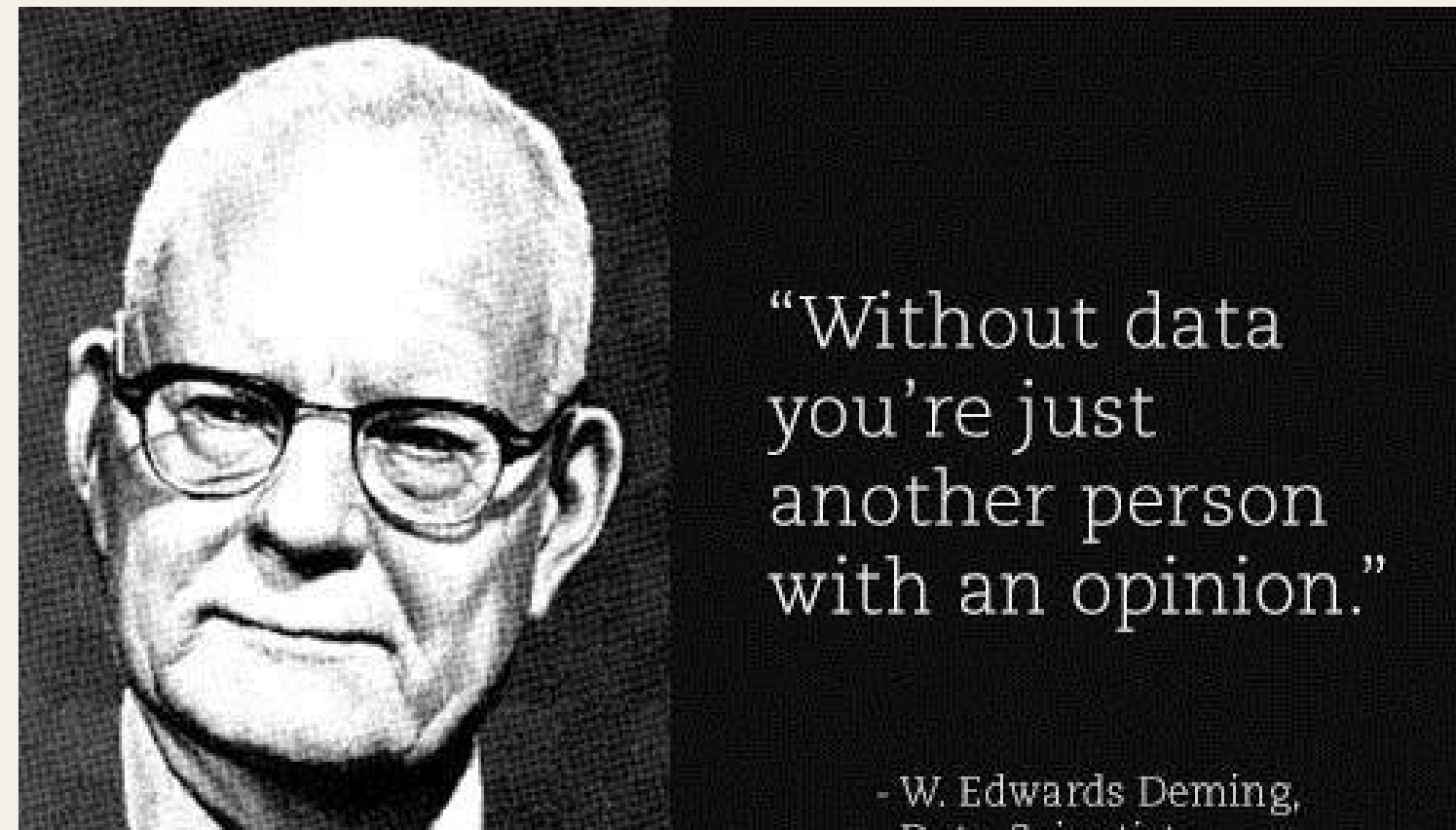


Reto: Hey Banco



Predicción y
Reconocimiento
de Tweets

Cochipuercos



01 - Planteamiento

02 - Metodología

03 - Análisis

04 - Propuesta

05 - Costos y Beneficios

06 - Conclusiones

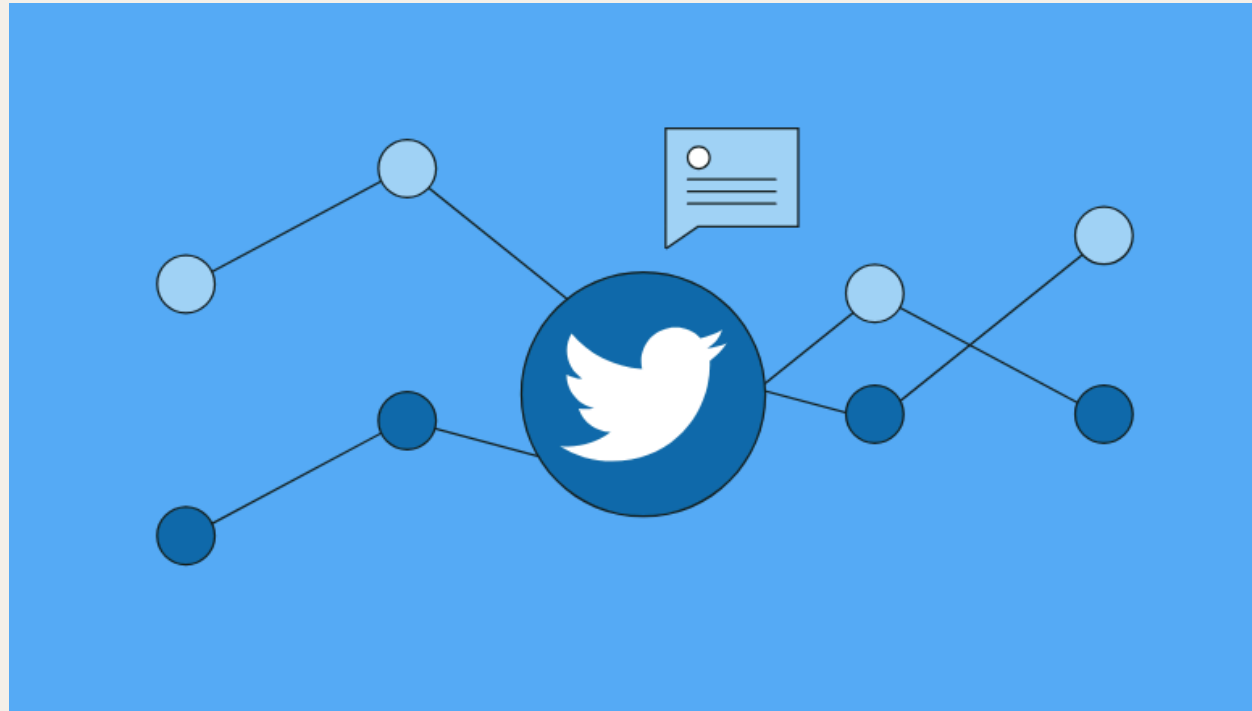
Data

Value



Planteamiento

- Hey Banco es un banco 100%
- Se proporcionó un archivo con registros de Tweets y su hora



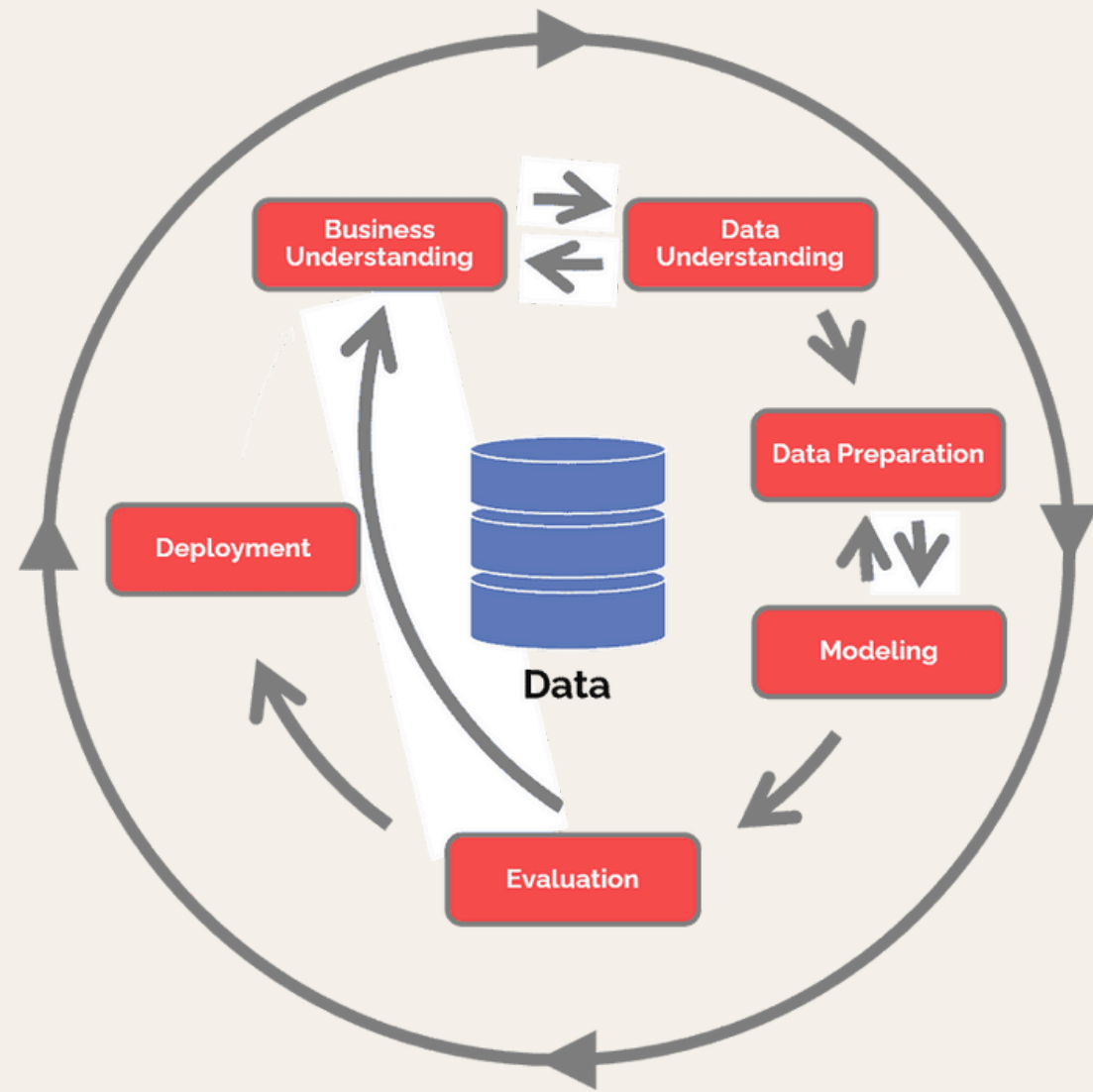
“Social media is about people! Not about your business. Provide the people and the people will provide you”
– Matt Goulart



Data

Value

Metodología



CRISP-DM

- Entendimiento del negocio
- Entendimiento de los datos
- Preparación de los datos
- Modelación de los datos
- Evaluación
- Despliegue

*Objetivo Principal:
Fundamentar y Estructurar
nuestros modelos predicción
e identificación*

Problemas

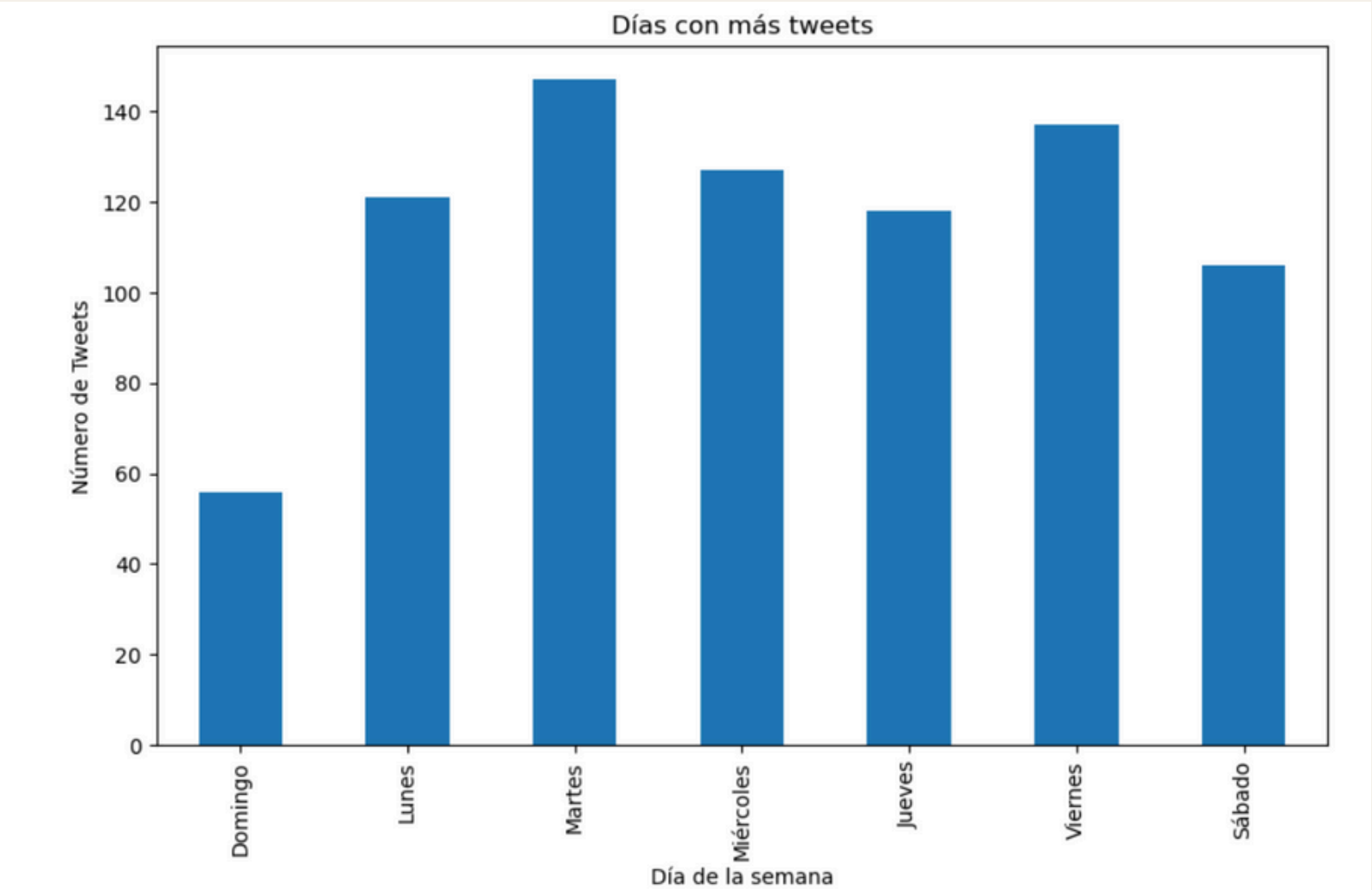
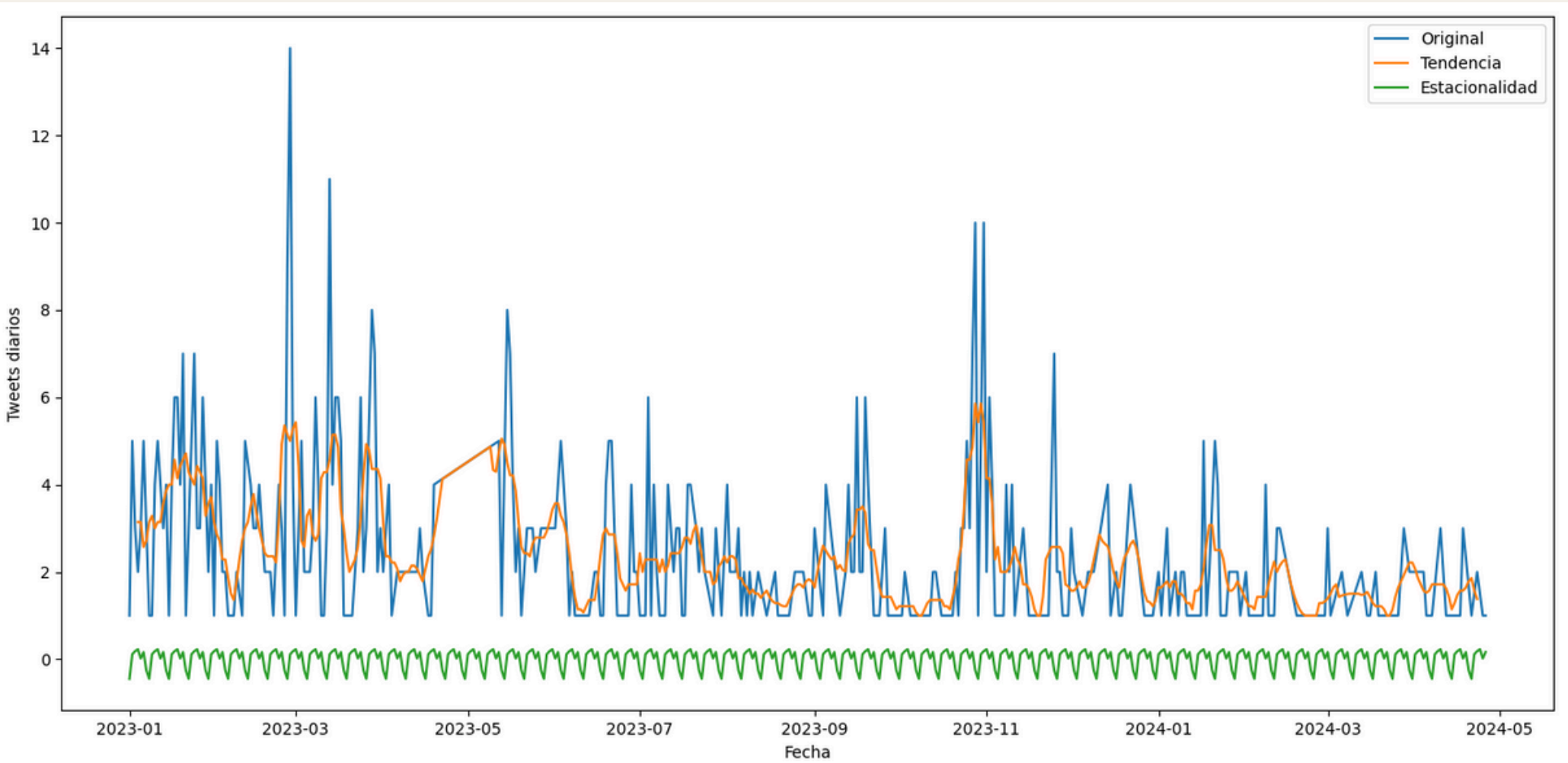
Limitantes

Visualización y análisis

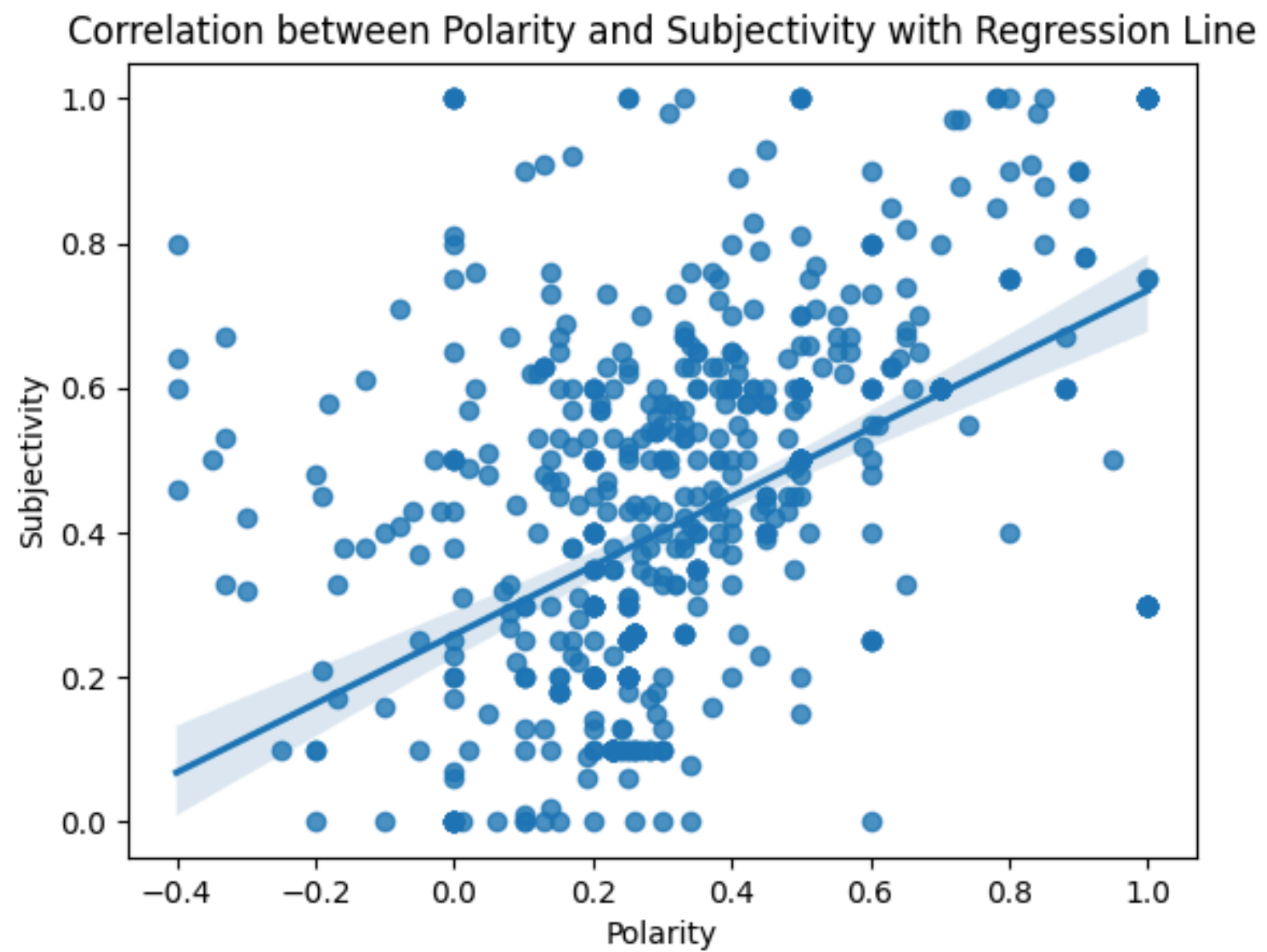
Día con más tweets:

Día	
Domingo	56
Lunes	121
Martes	147
Miércoles	127
Jueves	118
Viernes	137
Sábado	106

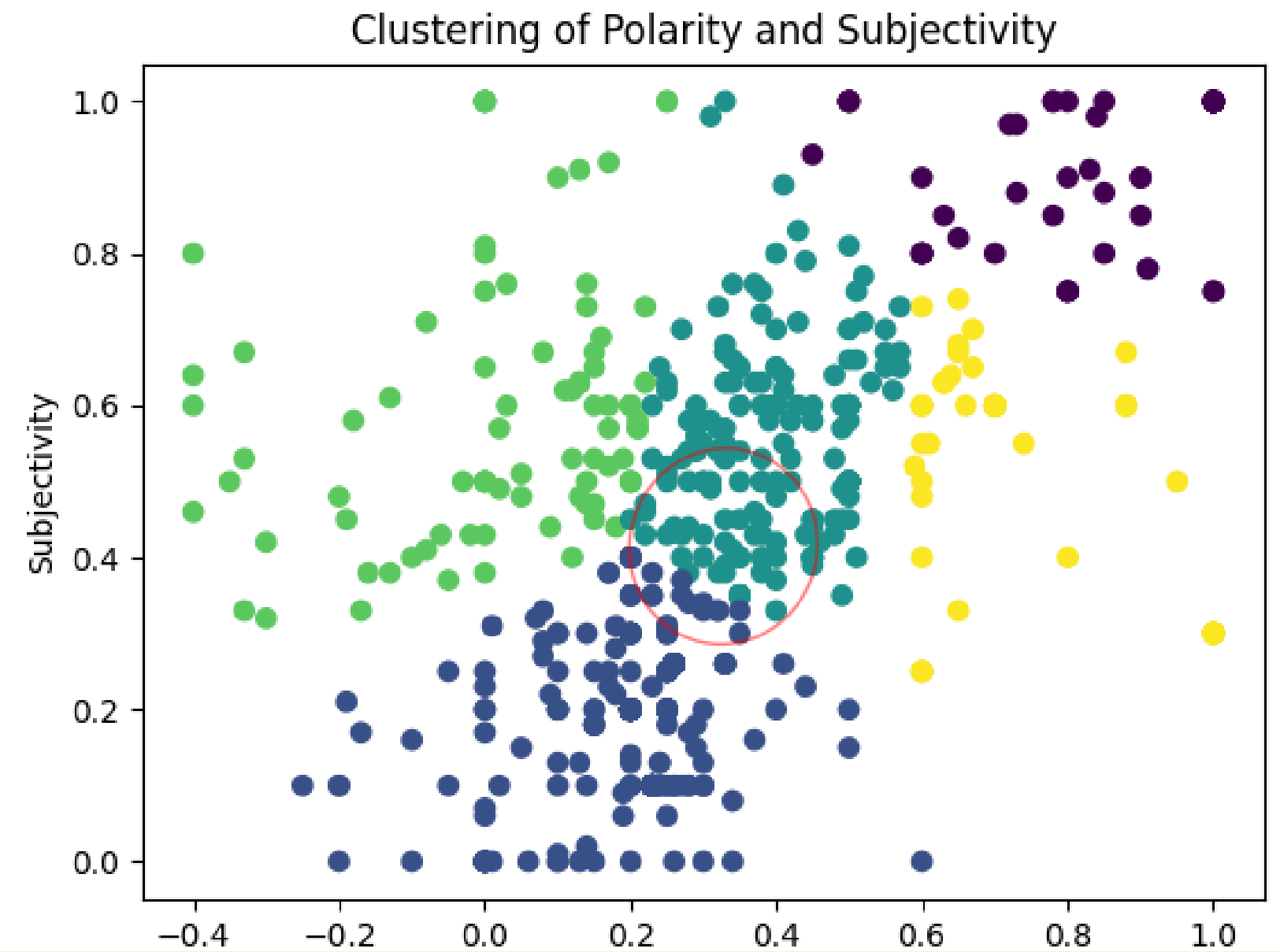
Name: count, dtype: int64



Regression



Clustering



Ideas

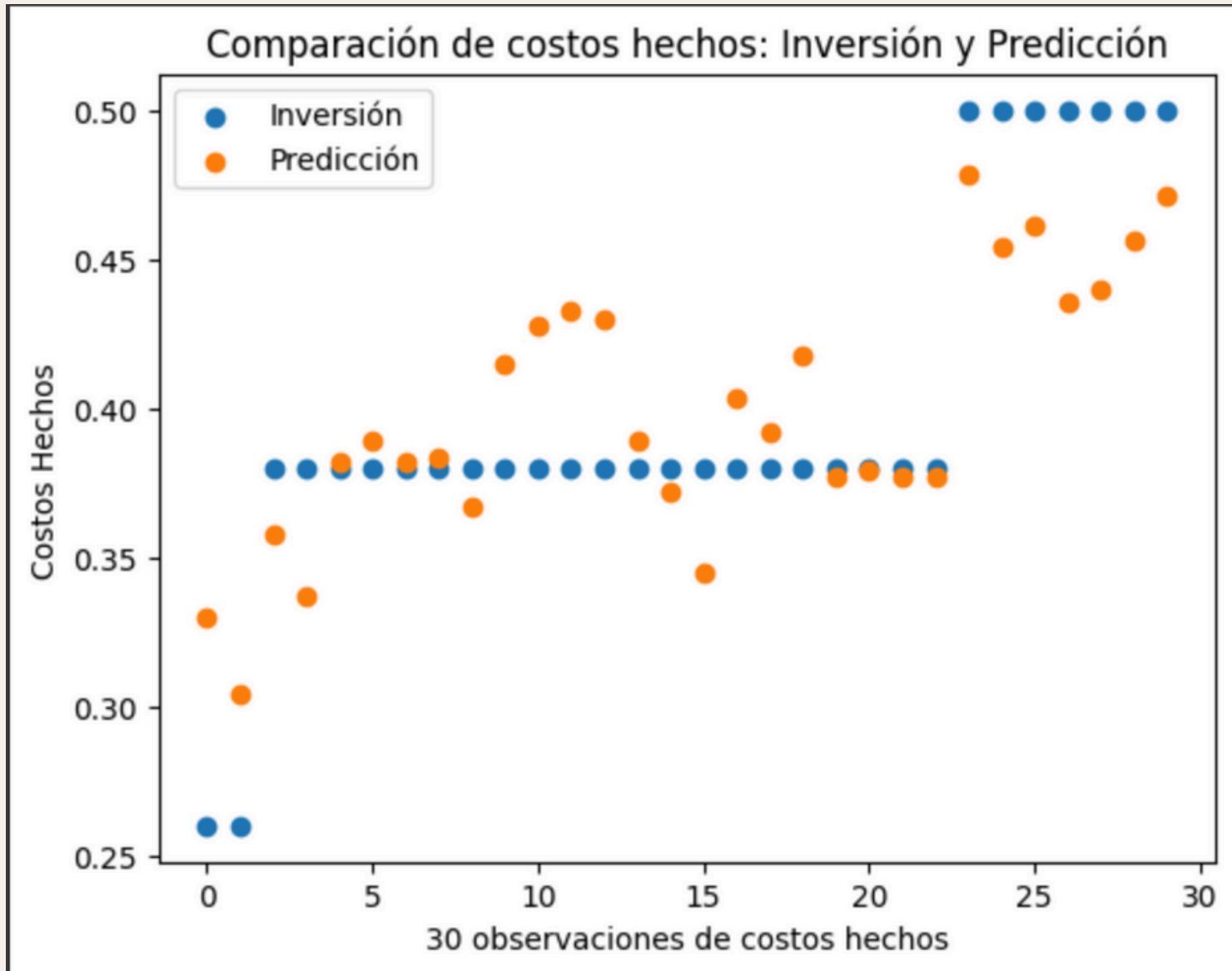
Algoritmo de clasificación de tweets + digital marketing

Mayor gobernanza en la base de datos y datos adicionales

Implementación de un bot



Propuesta



- Implementación de un modelo de regresión lineal simple del Costo Estimado
- Integración de tweets de publicidad con tres costos dependiendo de la polaridad y subjetividad
- KPI: Tweets mensuales, precisión y matriz de confusión
- Campañas Digitales

*Algoritmo de análisis de
Tweets + marketing digital*

Data

Value

Modelo predictivo para determinar el valor de un tweet

```
Error cuadrático medio (Polaridad): 0.08230674202875123
Error cuadrático medio (Subjetividad): 0.10772144185746088
Predicciones de polaridad: [ 0.50777064  0.63574616  0.99523189 -0.00905162 -0.00905162  1.27608082
-0.16193289]
Predicciones de subjetividad: [ 0.60058343  0.59412229  0.6238875  -0.26037955 -0.26037955  0.72966357
-0.23366472]
```

	A	B	
1	Tweet		
2	hola como estas		
3	muy buen video		
4	muy bueno		
5	ajjajajkak hjsdd		
6	malo		
7	hey banco lo mejor		
8	mala experiencia con sto		
9			

Finalidad : Saber que comentarios son prioritarios para futuras campañas publicitarias en redes sociales

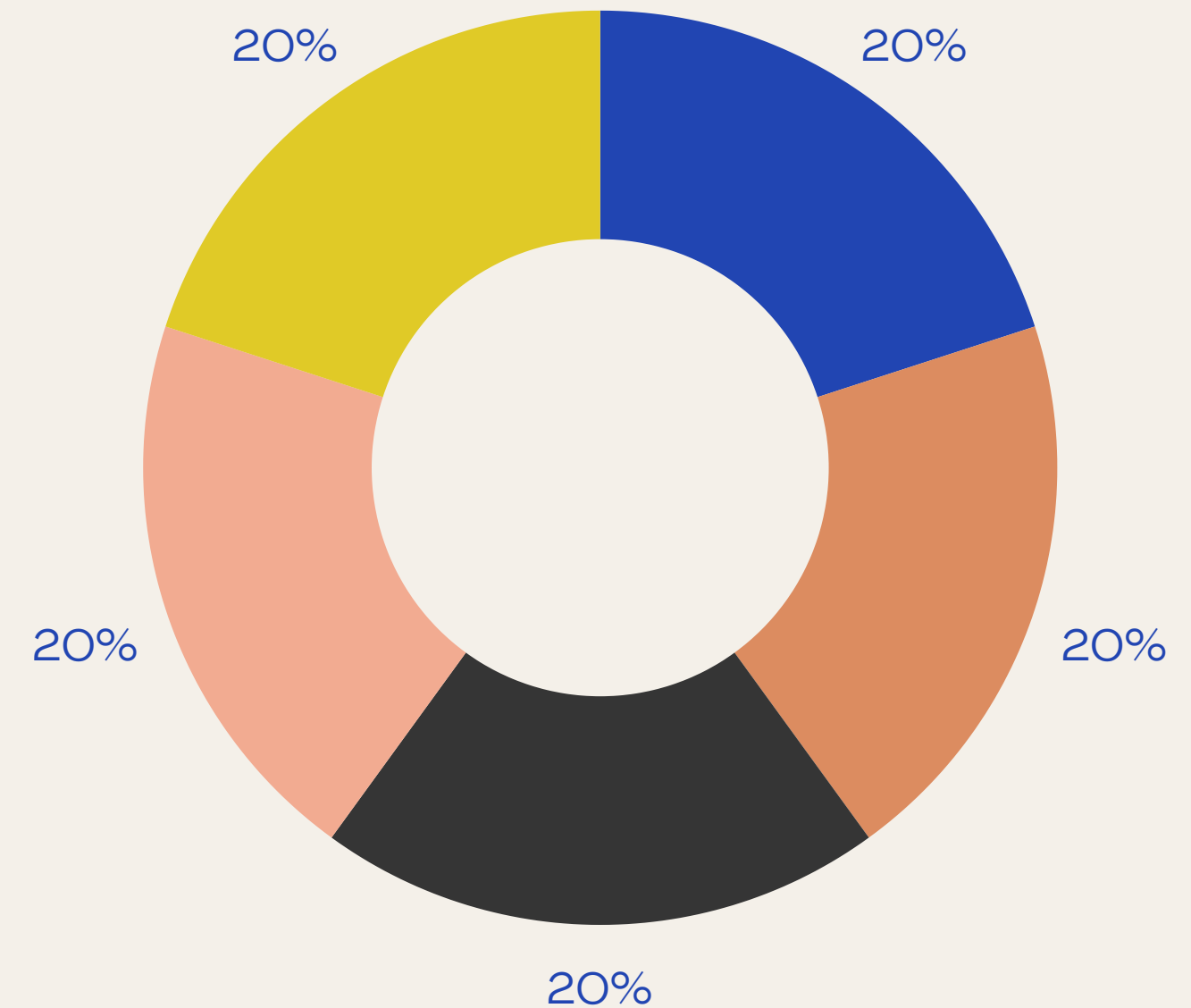
Costos y beneficios

Tweets mensuales promedio	Incremento ideal (50%)	Tweets anuales		De -1 a 0	De 0 a 0.5	De 0.5 a 1
50	75	900	Costo por anuncio	0.26	0.38	0.5
			Porcentaje del total	0.05	0.705	0.245
			Dólares	42	574	200
			Total propuesta marketing USD			816
Días en desarrollo	1		Costo entrenamiento algoritmo USD			100
Días en entrenamiento	10		Costo anual del algoritmo			20
Días en arrancar operaciones	1				Total USD	936
					Total MXN	15912



Insights y conclusión

- Enfoque Centrado en el Cliente
- Toma de Decisiones Basada en Datos
- Abrazar la Tecnología
- Construir Alianzas Fuertes
- La Experiencia del Cliente es Clave



Gracias

