**1.- DESAFÍO TÉCNICO Y ESTRATÉGICO**  
  
Diseño del Customer Journey para un casino online

**Tabla 1.** Tabla estructurada del Customer Journey

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Etapa | KPIs principales | Eventos a medir | Posibles causas de abandono | Segmentación sugerida |
| Registro | % registros completados, % KYC aprobado | user\_registered, email\_verified, kyc\_done | Fricción en formulario, validación fallida | Canal de adquisición (Ads, orgánico, referidos, afiliados) |
| Primer acceso | % usuarios que hacen login tras registro | login\_success, session\_start | UX confusa, falta de onboarding, no perciben valor | País, dispositivo (móvil/desktop), canal de adquisición |
| Primer depósito | % conversión a pago, ticket promedio inicial | deposit\_initiated, deposit\_completed | Problemas pasarela de pago, desconfianza, monto mínimo alto | Monto de depósito (bajo/medio/alto/high roller), método de pago |
| Primer juego | % usuarios que juegan tras depósito | game\_opened, game\_played, bet\_placed | Catálogo confuso, falta de tutorial, no afinidad con el juego | Tipo de juego (slots, ruleta, póker, deportes) |
| Actividad continua | Frecuencia de sesiones, depósitos recurrentes, LTV | session\_length, promo\_redeemed, deposit\_count | Aburrimiento, falta de promos personalizadas, pérdidas consecutivas | Frecuencia (ocasional, regular, intensivo), tipo de juego |
| Abandono (churn) | % usuarios inactivos >30 días, caída en depósitos | last\_login, last\_deposit\_date | Pérdida de interés, malas rachas, no encuentran valor | Riesgo de churn (alto, medio, bajo |
| Re-engagement | % reactivados tras campañas | email\_clicked, push\_opened, deposit\_after\_campaign | Incentivos no relevantes, exceso de notificaciones | Canal de reactivación (email, push, ads, referidos) |

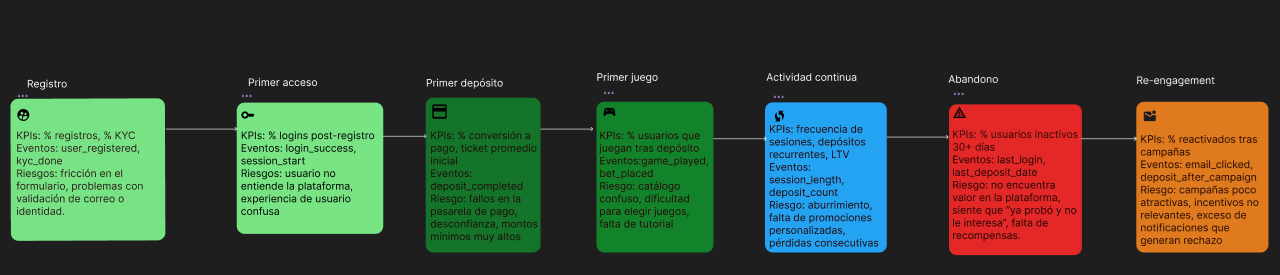


Figura 1. Diagrama hecho en figma.

**5.- PROPUESTA DE INTEGRACIONES Y MEJORAS**

Con el objetivo de enriquecer el **Customer Journey** y mejorar la **retención y personalización** de la experiencia del jugador, propongo las siguientes integraciones:

**1. Integración con una API de Behavioral Tracking (ej. Mixpanel o Amplitude)**

* **Datos aportados:**
* Registro de eventos en tiempo real (sesiones, clics, juegos más jugados, tiempo de abandono).
* Funnels de conversión detallados desde el registro hasta la retención.
* Cohortes dinámicas de usuarios según comportamiento (ej. jugadores que abandonan tras la primera pérdida o que nunca repiten depósito).
* **Impacto en decisiones de retención y personalización:**
* Identificación inmediata de puntos críticos de abandono dentro del flujo de juego o depósito.
* Activación de **acciones en tiempo real**, como notificaciones push o bonos de incentivo cuando un jugador muestra señales de riesgo.
* Recomendación personalizada de juegos en base al historial de actividad y preferencias.

**2. Integración con un CRM y plataforma de automatización (ej. HubSpot, Salesforce o Braze)**

* **Datos aportados:**
* Perfil unificado del jugador (demográficos, país, valor promedio de depósitos, historial de sesiones).
* Información sobre interacciones con campañas de marketing (apertura de emails, clics en promociones, respuestas a notificaciones).
* Segmentación de clientes en múltiples canales (web, móvil, email, SMS, notificaciones push).
* **Impacto en decisiones de retención y personalización:**
* **Automatización de campañas personalizadas**, como promociones VIP para jugadores de alto valor o bonos de reactivación para jugadores en riesgo de abandono.
* Mejor coordinación entre equipos de marketing, producto y soporte gracias a una **visión 360° del jugador**.
* Incremento del **engagement multicanal** al llegar al usuario en el canal más efectivo para su perfil.

**3. Integración con una API de Heatmaps y UX Analytics (ej. Hotjar o FullStory)**

* **Datos aportados:**
* Mapas de calor y grabaciones de navegación dentro de la plataforma.
* Identificación de puntos de fricción en la interfaz (formularios abandonados, juegos poco accesibles).
* **Impacto en decisiones de retención y personalización:**
* Optimización de la experiencia de usuario al reducir obstáculos en el flujo de registro, depósito o inicio de juego.
* Validación de cambios en la interfaz con base en datos reales de interacción.

Con estas integraciones, la empresa lograría:

* **Detección temprana** de riesgos de abandono (tracking de comportamiento).
* **Activación personalizada** de campañas y beneficios (CRM + automatización).
* **Optimización de la experiencia de usuario** para reducir fricciones (heatmaps/UX).

**6.- RECOMENDACIONES ACCIONABLES**

**A. Acciones para mejorar la retención**

1. **Bonos y recompensas de reactivación:**

* Detectar usuarios que no han depositado en los últimos 15–30 días y ofrecerles **bonos de reingreso o giros gratis** en su juego favorito.
* Esto combate el churn detectado en el análisis de *last\_deposit\_day* y *churn\_risk*.

1. **Gamificación y misiones personalizadas:**
   * Misiones semanales (ej. “juega 3 horas en tu juego favorito y recibe un bonus”).
   * Refuerza el engagement de los usuarios de alto riesgo antes de que abandonen.
2. **Notificaciones inteligentes:**
   * Uso de triggers basados en comportamiento:
     + Si un usuario abandona una sesión después de 1 minuto → enviar incentivo.
     + Si juega frecuentemente en cierto horario → programar ofertas justo antes.

**B. Estrategias para aumentar el ticket promedio**

1. **Cross-selling de juegos premium:**

* A los jugadores con alta actividad en slots de bajo valor → sugerir migrar a juegos de mayor ticket (ej. ruleta o blackjack).

1. **Promociones escalonadas por depósito:**

* Bonos que aumentan proporcionalmente al monto depositado (ej. “Depósita $50 y recibe 20%, depósita $100 y recibe 40%”).
* Incentiva incrementos graduales en el *avg\_deposit*.

1. **Programas VIP y de fidelidad:**
   * Escalonar recompensas (bronce, plata, oro) en base al valor de depósitos y tiempo jugado.
   * Refuerza la permanencia de los **High Value - High Activity**.

**C. Segmentos a priorizar para campañas automatizadas**

1. **High Value - Low Activity**
   * Usuarios con alto promedio de depósito, pero baja actividad.
   * Campañas de **engagement** con incentivos de juego (“doble puntos en tu primer juego del día”).
2. **Low Value - High Activity**
   * Juegan mucho, pero con bajo ticket promedio.
   * Estrategias de **upselling** para que aumenten su ticket promedio.
3. **Usuarios en riesgo (churn\_risk = 1)**
   * Enfocar **campañas de retención temprana** (bonos, free spins, notificaciones personalizadas).
4. **Dormant (bajo valor + baja actividad)**
   * No deben ser prioridad de inversión en marketing masivo.
   * Solo aplicar **campañas automatizadas de bajo costo** (ej. emails masivos con ofertas generales).